

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI ILMIY
DARAJALAR BERUVCHI PhD.03/30.12.2019. Fil.14.01 RAQAMLI ILMIY
KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

ATAKULOVA E‘TIKODXON SALAXITDINOVNA

**MILLIY MATBUOT ISTIQBOLINI BELGILASHDA
ZAMONAVIY POLEMIKANING O‘RNI**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati
mundarijasi**

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

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

Atakulova E’tikodxon Salaxitdinovna

Milliy matbuot istiqbolini belgilashda zamonaviy polemikaning o‘rni..... 3

Атакулова Этьтикодхон Салахитдиновна

Роль современной полемики в определении перспективы национальной
прессы..... 23

Atakulova E’tikodkhan Salakhitdinovna

The role of modern polemic in determining the perspective of the national
press..... 43

E’lon qilingan ishlar ro‘yxati

Список опубликованных работ

List of published works 51

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI ILMIY
DARAJALAR BERUVCHI PhD.03/30.12.2019. Fil.14.01 RAQAMLI ILMIY
KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

ATAKULOVA E‘TIKODXON SALAXITDINOVNA

**MILLIY MATBUOT ISTIQBOLINI BELGILASHDA
ZAMONAVIY POLEMIKANING O‘RNI**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2023.3.PhD/Fil3938 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, ingliz, rus (rezyume)) Ilmiy kengashning veb-sahifasida (www.tashgiv.uz) va «Ziyonet» axborot ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Toshpo'latova Nazira Qurbonovna
filologiya fanlari nomzodi, professor

Rasmiy opponentlar:

Mamatova Yoqutxon Muhammadjonovna
filologiya fanlari doktori

Doniyorov Salim Musurmonovich
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Yetakchi tashkilot:

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Dissertatsiya himoyasi O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi PhD.30/03.12.2019.Fil.14.01 raqamli Ilmiy kengashning 2024-yil "___" _____ soat ___ dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 100147, Toshkent shahri, Markaz-5, 88-uy. Tel: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Dissertatsiya bilan O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti Axborot-resurs markazida tanishish mumkin. (Manzil: 100147, Toshkent shahri, Markaz-5, 88-uy. Tel: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "___" _____ kuni tarqatildi.

(2024-yil "___" _____ dagi ___ -raqamli reyestr bayonnomasi).

F. A. Mo'minov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash
raisi, f.f.d., professor

N. F. Muratova

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash
qoshidagi ilmiy seminar raisi, f.f.d.

A. I. Safarov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash
ilmiy kotibi, f.f.f.d.(PhD), dotsent

KIRISH

(Falsafa fanlari doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Globallashuv jarayonida onlayn nashrlar, ijtimoiy tarmoqlarda turli forumlardagi tortishuvlar, video, maqola, xabar sharhlaridagi munozaralar, televizion tok-shoular, bosma va elektron gazetalar kontenti turli bahs-munozarali vaziyatlar bilan boyimoqda. Jahonda axborot texnologiyalari, plyuralizm va soʻz erkinligi jadal rivojlanishi axborot uzatishda yangi tendensiyalarni yuzaga keltirmoqda. Ommaviy axborot vositalarida ijtimoiy hayotning u yoki bu masalasi yuzasidan koʻtarilayotgan bahslar jamiyatda plyuralizmni rivojlantirish, oʻzaro muloqot jarayonida mavjud muammolarga oydinlik kiritish va ularga yechim topishga xizmat qilmoqda. Axborotlashgan jamiyatda maqsadli auditoriyaga taʼsir qilish, maʼlum bir gʻoyani targʻib etish, axborot oqimini samarali boshqarish va yangi bilim olish usuli sifatida polemikaga murojaat etishni taqozo qilmoqda. Fikrlar xilma-xilligini rivojlantirish, tanqidiy tafakkurni oʻstirish, auditoriya eʼtiborini jalb etish borasida polemik kontentga urgʻu berish dolzarb masalaga aylanmoqda.

Dunyo miqyosida polemika sanʼati, polemik matn xususiyatlari, taʼsiri, zamonaviy prinsiplarini oʻrganish borasida koʻplab ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Shuningdek, mass-mediada transformatsiya, konvergensiya jarayonlari kuzatilayotgan bir davrda jamoatchilik diqqatini jalb qilish borasida samarali usul hisoblangan polemika va polemik maqolalar yuzasidan tadqiqotlar olib borish muhim ahamiyatga ega.

Yangi Oʻzbekiston sharoitida soʻz erkinligiga katta eʼtibor qaratilishi jamiyatda plyuralizmni rivojlantirishga, OAVda u yoki bu masala yuzasidan bahstalab kontentlarning koʻpayishiga sabab boʻlmoqda. “Axborot maydonidagi turli bahs va tortishuvlar, avvalo haqqoniylik va xolislik tamoyillariga asoslanishi, qonun doirasida boʻlishi, shaxsiy xusumatga, soxta obroʻ orttirish vositasiga aylanib ketmasligi, inson shaxsi va shaʼnini tahqirlashdan yiroq boʻlishi, bunday salbiy holatlarga bizning media maydonimizda oʻrin boʻlmasligi kerak”¹. Shu oʻrinda oʻzbek media olamida bahsli masalalarning ahamiyati, dolzarbligini ilmiy va nazariy jihatdan tadbiq etish ehtiyojini yuzaga keltirdi. Mass mediada fikrlar xilma-xilligini rivojlantirish, tanqidiy tafakkurni oʻstirish, auditoriya eʼtiborini jalb etish borasida polemik kontentga urgʻu berish tadqiqot ishining dolzarbligini koʻrsatadi.

Oʻzbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari toʻgʻrisida”², “Jurnalistik faoliyatni himoya qilish toʻgʻrisida”gi³ Qonunlari hamda 2022-yil 28-yanvardagi “2022–2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot

¹ Mirziyoyev Sh. M. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga tabrigi. – URL: <https://qalampir.uz/uz/news/matbuot-va-ommaviy-axborot-vositalari-khodimlariga-prezident-tabrigi5573> (murojaat sanasi: 02.11.2023).

² Oʻzbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari toʻgʻrisida”gi qonuni. – URL: <https://lex.uz/docs/-1106870> (murojaat sanasi: 03.11.2023).

³ Oʻzbekiston Respublikasining “Jurnalistik faoliyatni himoya qilish toʻgʻrisida”gi qonuni. – URL: <https://lex.uz/docs/> (murojaat sanasi: 03.11.2023).

strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni⁴ va 2022-yil 27-iyundagi “Ommaviy axborot vositalarini qo‘llab-quvvatlash va jurnalistika sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi⁵ PQ-294-sonli qarori hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa meyoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma‘naviy-ma‘rifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. O‘zbek jurnalistikasida F. Mo‘minov, B. Do‘stqorayev, X. Do‘stmuhamedov, M. Xudoyqulov, H. Saidov, Y. Mamatova, N. Toshpo‘latovalarning⁶ tadqiqotlarida bahsning jurnalistikadagi o‘rni, janr xususiyatlari, maqola turi sifatidagi ko‘rinishlari tadqiq etilgan bo‘lsa, M. Xudoyqulova, N. Qodirovalar polemikaning adabiy janr sifatidagi o‘ziga xosligini, tadqiqotchi S.Turabova esa ilmiy bahs va uning falsafadagi o‘rni tadqiq etilgan.

Polemika tushunchasi, polemik matn va xususiyatlari bilan bog‘liq ishlarning nazariy asoslari aks etgan tadqiqotlar MDH davlatlarida A.Tertichniy, Y.Zasurskiy, A. Shesterina, P. Smirnov, A. Ivin, E. Linnes, T. Sinenko, L. Sedov, S. Povarnin, V. Rodos, L. Pavlova, N. Proshunin, Y. Timoshenko, S. Mineyevalar ning⁷ dissertatsiya va ilmiy maqolalarida o‘rganilgan.

⁴ “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni – URL: <https://lex.uz/docs/3107036> (murojaat sanasi: 03.11.2023).

⁵ “Ommaviy axborot vositalarini qo‘llab-quvvatlash va jurnalistika sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni – URL: <https://lex.uz/docs/3107036> (murojaat sanasi: 03.11.2023).

⁶ Муминов Ф.А. Полемическое искусство К.Маркса. Автореф. ... докт. филос. наук. М., 1992. С. 3. Do‘stqorayev B. O‘zbekiston jurnalistikasi tarixi. – Toshkent: G‘.G‘ulom nomidagi matbaa ijodiy uyi, 2008. B. 324; Do‘stmuhamedov X. Jurnalstning kasb odobi muammolari. – Toshkent: Yangi asr avlodi. 2007. B.15. Xudoyqulov M. Jurnalstika va publitsistika. – Toshkent: Tafakkur, 2011. B. 34; Mamatova Я.М. Современная периодическая печать Узбекистана: система, тематика, тенденции и проблемы функционирования. – Ташкент: Национальное общество философов Узбекистана, 2006. С. 10; Saidov H. Matbuot – milliy manfaatlar himoyachisi – Toshkent: Ma‘naviyat, 2008. B.36; Nazira Qurbon. Tahliliy jurnalistika: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: Bayoz, 2019. B.110; Turabova S. Ilmiy bahs (debat, diskussiya, polemika, disput) ning mantiqiy-epistemik tahlili. -Toshkent: Surxon nashr, 2020. B. 15; Xudoyqulova M.A. O‘zbek tanqidchiligida bahs: tabiati va taraqqiyoti. f.f.f doktori (PhD) avtoref. - Buxoro, 2022. – URL: <https://buxdu.uz/39-nashrlar/155/155-ilmiy-axborot-jurnali>. (murojaat sanasi: 05.08.2023).

⁷ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 56; Засурский Я.Н. Журналистика переходного периода: современные концепции и практика / Сб. «Актуальные проблемы журналистики». Материалы научно-практической конференции «Журналистика в 1996». С. 22; Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе. Автореф. ... дис. докт. филол. наук. – Воронеж, 2004. – URL:<https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoipresse?lielyfda5i151302893>; Смирнов П.С. Polemika o perstoslozhenii v XVIII i XIX stolyetiyax. – СПб.: СПбПДА, 2009. (www.spbda.ru); Ивин А.А. Искусство правильно мыслить. – М.: Просвещение, 1990. С. 125; Линнас Э.А. Критический анализ дискурса политической полемики: на материале электронных СМИ. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: МГУ, 2006. С. 15; Сinenko T.B. Polemika v Rynete: funktsionalnye, strukturalnye, tematicheskie i janrovye osobennosti. Автореф. дис. ... докт. филос. наук. – Воронеж, 2008. С. 26; Седова Л.Н. Основы полемического мастерства: учебное пособие. – Харьков, ХНЕУ им. Кучнеса, 2014. С. 178; Поварнин С. И. Спор. О теории и практике спора. – М.: Технологическая школа бизнеса, 2008. С. 45; Родос В.Б. Теория и практика полемика. Томск: Томский государственный университет им. В.В.Куйбышева, 1989.

Jahon mediasida polemikaning mediadagi o‘rni xususida g‘arblik mutaxassislar A. Gordon, J. Gallop, D. Valton, E. Poylet, R. Earl, J. Herring, S. Osmond⁸ singari tadqiqotchilar izlanish olib borgan.

Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta’lim muassasasi ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog‘liqligi. Dissertatsiya O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq “Mass-media nazariyalari, tarixi va istiqbolining dolzarb muammolari” mavzusidagi amaliy loyihasi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi polemika tushunchasi, uning ta’rifi, tasnifi, bahsning boshqa turlaridan farqi, zamonaviy mediadagi o‘rnini matbuotda chop etilgan bahs-munozarali maqolalarni tahlil qilish orqali ko‘rsatib berishdan iborat.

Tadqiqot vazifalari:

polemika tushunchasi, tasnifi, yondashuvi, bahsning boshqa turlaridan farqini tadqiq etish;

polemika tadrijini davrlar miqyosida o‘rganish va tizimga solish;

jadid matbuotida polemik maqolalarning o‘rnini ko‘rsatish;

so‘z va matbuot erkinligini ta’minlashda polemika yetakchi indikator ekanligini aniqlash;

milliy matbuot xususida kechgan bahslarni polemik janrlar va mavzular ko‘lami bo‘yicha tasniflash;

bosma nashrlarga bo‘lgan ehtiyojning pasayish omillari va ular atrofidagi bahs-munozaralarni tahlil qilish;

matbuotda chop etilgan polemik maqolalarda bosma nashrlarning konvergent media muhitiga moslashuvi muammolarini aniqlash;

polemik maqolalarda sarlavha va tagsarlavhaning o‘rnini aniqlash va tasniflash;

bahs-munozarali maqolalarda til va uslub masalasi, muallif pozitsiyasini aniqlash;

polemik maqolalarda etika bilan bog‘liq muammolarni tahlil qilish.

Tadqiqot obyekti sifatida mamlakatimizdagi “Yangi O‘zbekiston”, “Hurriyat”, “Ishonch”, “Jamiyat”, “Ma’rifat”, “XXI asr” gazetalari, “Kun.uz”, “Daryo.uz”, “Oyina.uz” internet-nashrlarida chop etilgan polemik maqolalar belgilangan.

С. 16; Павлова Л.Г. Спор, дискуссия, полемика. – М.: Просвещение, 1991. С. 5; Прошунин Н.Ф. Что такое полемика? – М.: Политиздат, 1985. С. 19; Минеева С.А. Полемика, диспут, дискуссия. – М.: Знание, 1990. С. 17; Тимошенко Е. Д. Анализ приёмов и методов полемики в материалах Швейцарской газеты “Тан”: 2007–2010 гг. Автореф. дис. ... канд. фил. наук, 2011. – С.10.

⁸ Gordon A. Controversies in media ethics. - New York: Routledge, 2011. P.5; Gallop J. Polemic critical or uncritical. -New York: Routledge, 2004. P.15; Walton D. The place of emotion in argument. - Pennsylvania: 1992. P.13; Roulet E., Fillietaz L., Grobet A., Bürger M. Un modèle et un instrument d’analyse de l’organisation du discours. Berne: 2001. P. 8; Earl R. Hutchison, Sr. Writing for mass Communication/Hutchison R. - London: Earl. Longman Group Ltd., 1986. P. 9; Jonathan Herring. Art controversy. Prentice Hall life is an imprint of pearson, 2011. P. 19. Candace Osmond. Polemic vs Polemical – What’s the Difference? – URL: <https://grammarist.com/author/casmond/> (murojaat sanasi: 30.03.2024).

Tadqiqot predmetini polemikaning o'ziga xos xususiyatlari, tahliliy janrlardagi o'rni va imkoniyatlari, polemik usullar va ko'rinishlari tashkil etadi.

Tadqiqot usullari. Tadqiqot jarayonida nazariy (tahliliy sintetik, tarixiy-qiyyosiy, tarkibiy-tipologik), tahlil (analiz, sintez, induksiya, deduksiya, konkretlashtirish); sotsiologik (kuzatuv, kontent tahlil), prognostik (fikriy eksperiment, mustaqil baholarni umumlashtirish va boshqa) kabi usullar qo'llanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

ommaviy kommunikatsiyalar rivojida polemikaning o'rni, eristika, sofistika, dialektika kabi tarixiy ko'rinishlari mavjudligi jadid matbuotida namoyon bo'lishi tadrijiy tizimlashtirilgan;

polemika talablaridan kelib chiqib bahsda qatnashayotgan tomonlarning "proponent" yoki "opponent" rollarida namoyon bo'lishi milliy nashrlarda chop etilgan bahs-munozarali maqolalar orqali dalillangan;

yangi O'zbekiston sharoitida so'z va matbuot erkinligi mavjudligini namoyon etishda polemik maqolalardagi erkin fikrni bildira olish, tanqidiy tafakkurni rivojlantirish, plyuralizm kabi komponentlar muhimligi aniqlangan;

yangi texnologiyalar sharoitida matbuotning yashab qolishi masalasi atrofida kechgan bahs-munozaralar mavzularga qarab tasniflandi, auditoriyani xabardor qilish, tanqidiy fikrlashga undash orqali yangi bilimga ega bo'lishda makon va zamon kategoriyasi ahamiyatsizligi isbotlandi.

Tadqiqotning amaliy natijalari O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti bakalavr va magistratura bosqichi talabalari uchun "Jurnalistikada polemika", "Jurnalistikada polemika va tanqidiy fikrlash" fani bo'yicha fan va ishchi o'quv dasturlari ishlab chiqilgan, ma'ruza matnlari, taqdimot va videomateriallar tayyorlangan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ishda qo'llanilgan yondashuv va usullar, nazariy ma'lumotlarning ilmiy adabiyotlardan olinganligi, mavzu ko'lami doirasida tahlilga tortilgan bosma va elektron nashrlar, daxldor TV ko'rsatuvlari, jahon tajribasini o'rganishda internet manbalaridan foydalanilgani, shuningdek, tajriba-sinov ishlarining tahlili va tadqiqot natijalarining sifat jihatidan ta'minlangani, qiyyosiy metodlardan foydalanilgani, tegishli tashkilotlar tomonidan tasdiqlangani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy-amaliy ahamiyati shundan iboratki, o'rganilgan va ishlab chiqilgan nazariy tushunchalar, amalga oshirilgan tahlillar jurnalistika fanini o'qitish amaliyotida, polemik maqolalarni tahlil qilish va ularning boshqa turdagi jurnalistik janrlar bilan o'zaro mushtarak va o'ziga xos jihatlarini aniqlashda qo'llanilishi mumkin. Tadqiqot materiallari asosida polemika san'ati, bahslashish ilmi, polemik maqolaning janrlar tizimidagi o'rni va uning tahliliy xususiyati, polemika san'ati, bahslashish ilmi bo'yicha kurslarni ishlab chiqishda ko'mak beradi. Buning uchun esa mazkur mavzu nazariy tadqiq etilishi, jurnalistika amaliyoti uchun tavsiyalar ishlab chiqish zarur hisoblanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Milliy matbuot istiqbolini belgilashda polemikaning o‘rni va milliy mass-mediaga integratsiyalashuvi borasidagi xulosa va amaliy takliflar asosida:

gazetada ko‘tarilgan bahslarni takomillashtirish, jozibasini oshirish maqsadida polemik maqolaning tili va uslubi borasida ishlab chiqilgan tavsiyalardan shuningdek, polemik maqolaga sarlavha qo‘yishning zamonaviy talablari va uni keltirib chiqarayotgan ilmiy-nazariy xulosalardan “Ishonch” va “Ishonch-Doveriye” gazetalar tahririyati faoliyatida foydalanilgan. (O‘zbekiston kasaba uyushmalari federatsiyasi 2024-yil 1-aprel ISH-06/455 sonli ma‘lumotnomasi hamda “Ishonch” gazetasining 2024-yil 1-apreldagi 27-sonli dalolatnomasi). Natijada, gazetada chop etilgan polemik maqolalar podkast, onlayn chat, anons ko‘rinishida gazeta saytiga berib borish borasidagi takliflar qo‘llab-quvvatlandi va gazeta sayti faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yish jarayoniga tatbiq etilgan;

axborotlashgan jamiyatda auditoriya e‘tiborini qaratishning samarali usullaridan biri polemik maqolalarni chop etish orqali jamiyatda plyuralizm va tanqidiy tafakkurni rivojlantirish, polemik maqolalarda “proponent” va “opponent” kabi tomonlarning bo‘lishi kabi xulosa va tavsiyalardan “Oyina.uz” portali faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yish jarayoniga tatbiq etilgan. (Respublika Ma‘naviyat va ma‘rifat markazi 2024-yil 21-iyun ISH-06/455 sonli ma‘lumotnomasi hamda “Oyina.uz” portalining 2024-yil 21-iyundagi 27-sonli dalolatnomasi). Natijada, yangi tendensiya sifatida kirib kelgan ovozli chat loyihasini tashkillashtirish va polemik kontentlar ta‘sirchanligini oshirishga erishilgan;

davriy nashrlarga auditoriya e‘tiborini qaratish, plyuralizm va tanqidiy tafakkurni o‘stirish borasida nashrlarda polemik maqolalarga o‘rin berish bo‘yicha ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalardan “Hurriyat” gazetasi tahririyati faoliyatida joriy etilgan. (O‘zbekiston jurnalistlar uyushmasining 2024-yil 1-apreldagi 02/18-22-sonli ma‘lumotnomasi hamda “Hurriyat” gazetasining 2024-yil 1-apreldagi VIII-06/455 sonli dalolatnomasi). Natijada, bir davriy nashrda boshlangan bahsni boshqa gazetalarda qo‘llab-quvvatlanishi, takomillashishida Jurnalistlar uyushmasi yo‘naltiruvchi pozitsiyada gavdalanishi bo‘yicha keltirilgan taklif doirasida chora-tadbirlar ishlab chiqishda foydalanilgan;

partiya nashrlarida chop etilayotgan polemik maqolalarning ilmiy-nazariy asoslari, saylov oldi jarayonlarida partiya faoliyatini samarali tatbiq etish, targ‘ibot usuli sifatida polemikaning amaliy ahamiyati tushuntirildi. Maqola janrining bir turi sifatida tili va uslubi borasida ishlab chiqilgan tavsiyalardan, muallif yondashuvi, shuningdek, polemik maqolaga sarlavha qo‘yishning zamonaviy talablari va ko‘tarilgan muammoni hal qilishdagi roli doirasidagi taklif va tavsiyalardan “XXI asr” gazetasi faoliyatida joriy etilgan. (O‘zbekiston Liberal-demokratik partiyasining 2024-yil 4-aprel 01-27/189-sonli ma‘lumotnomasi hamda “XXI asr” gazetasi 2024-yil 4-apreldagi 26/01-sonli dalolatnomasi). Natijada, tanqidiy fikrlash, plyuralizm, targ‘ibot rivojida polemik maqolaning ahamiyati davriy nashrlar uchun ijobiy samara berishi borasidagi kasbiy bilimlar mustahkamlashga erishilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari 7 ta, jumladan 5 ta xalqaro va 2 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarda muhokamadan o‘tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e‘lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 12 ta ilmiy ish chop etilgan, shulardan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalarining asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya qilingan ilmiy nashrlarda 6 ta maqola, jumladan, 3 ta respublika va 3 ta xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Tadqiqotning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uch bob, to‘qqiz paragraf, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati va ilovalardan iborat. Tadqiqot ishining umumiy hajmi 132 sahifani tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsad va vazifalari, obykti, predmeti aniqlangan. Dissertatsiyaning O‘zbekiston Respublikasi fan va texnologiyalar taraqqiyotining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi ko‘rsatilib, ilmiy yangiligi va amaliy ahamiyati yoritilgan. Olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati ochib berilgan, tadqiqotning joriylanishi, natijalarning e‘lon qilingani hamda dissertatsiya tuzilishi haqida ma‘lumot berilgan.

Dissertatsiyaning **“Ommaviy kommunikatsiyalar tarixida polemikaning o‘rni”** nomli birinchi bobi uch fasldan tashkil topgan. *“Polemika tushunchasining matbuotda paydo bo‘lish zarurati”* deb nomlangan ilk faslida polemika tushunchasining tarixi, nazariy ilmiy yondashuvlar borasida so‘z boradi.

Haqiqat bahslarda tug‘iladi, degan tushunchani ongli faoliyatimizda ko‘p qo‘llaymiz. Necha asrlardan beri tildan-tilga o‘tib kelayotgan bu jumla uzoq tarixiy taraqqiyot yo‘lini bosib o‘tgani, muayyan nazariy asosga egaligini anglatadi. Tadqiqotchi M. Ismoilovning ta‘kidlashicha, bahslashish tushunchasi hali yozuv paydo bo‘lmasdan oldin, og‘zaki muloqotda qadimgi Yunonistonda kurtak otib, notiqning iste‘dodi, mahorat ko‘rinishi sifatida san‘at darajasida ulug‘langan. Qadimgi Yunonistonda notiqalar o‘z nutqlarida ma‘nodorlik va uzviylikka, dalil va isbotlar bilan gapirishga alohida e‘tibor qaratgan⁹. Jamiyatda u yoki bu nizoli vaziyatlarga yechim topishda, notiqning nutqi va undagi polemikaning ahamiyati nihoyatda katta edi. Shunday ekan, polemika muloqotning eng qadimiy, an‘anaviy, aniq shakllaridan biri sanalib, ritorika va notiqlik san‘ati bilan bevosita bog‘liq holda jurnalistika vujudga kelmasdan turib, tahririyat jamoalari shakllanishidan ancha ilgari dunyoqarashimizga, turmush tarzimizga kirib kelgan. Polemikani o‘rganishda ritorik yondashuvni chetlab o‘tish imkonsiz, sababi S.Gindin ta‘kidlaganidek, *“...ritorikaning obykti ba‘zi bir narsalarni amalga oshirish nuqtayi nazaridan ko‘rib chiqilgan har qanday nutq aloqasi bo‘lishi*

⁹ Ismoilov M., Toshmuhammedova L. Notiqlik san‘ati. O‘quv qo‘llanma. - T.: Noshir, 2019. - B.11.

mumkin”¹⁰. Bahs nazariyasi qadimgi Yunonistonda sud amaliyoti, axloq va ritorika ehtiyojlari bilan bog‘liq holda paydo bo‘lgan. Ritorikaning fan sifatida asoschisi Aristotelning ta’rificha, polemika – “har bir mavzu bo‘yicha ishontirishning mumkin bo‘lgan usullarini topish qobiliyati, nizo yuritishning umumiy tamoyillaridir”¹¹. Shu o‘rinda turli tadqiqotchi olimlar tomonidan polemika istilohiga berilgan ta’riflarga e’tibor qaratamiz. A. Shesterina polemika atamasiga quyidagicha ta’rif beradi: yunoncha “polemikos”dan olingan bo‘lib, “jangovar”, “dushman” ma’nolarini anglatadi, o‘z nuqtayi nazarining to‘g‘riligini va dushman pozitsiyasining nomuvofiqligini isbotlash uchun fikrlar, pozitsiyalarni ifoda etuvchi raqobat almashish jarayoni, deb keltiradi¹². Rus tilining izohli lug‘atida esa, polemika – “polemikos” so‘zidan olingan bo‘lib, “jangovar”, “dushman”, “hujum” degan ma’nolarga ega deyilgan. Shuningdek, turli manbalarda polemika, bu – har qanday muammoga, savollarga oydinlik kiritish muhokamasi paytidagi bahs¹³, intellektual duel shaklida bo‘lib o‘tadigan muloqot turi, unda ishtirokchilarning har biri raqib bayonotlarini tanqid qilish va rad etish bilan bir qatorda, o‘z pozitsiyasini asoslash va bahslashishidir¹⁴, deb keltirilgan.

Oksford lug‘atida, polemika – shaxs yoki predmet atrofida ko‘pchilik qat’iyan rozi bo‘lmaydigan, yomon deb hisoblaydigan yoki hayratga soladigan narsa haqida ommaviy muhokama va bahs qo‘zg‘atmoq yoki bahsga sababchi bo‘lmoq ma’nosida keltirilgan¹⁵. Rus mantiqshunosi L. Pavlova esa “Polemika bu – ishontirish ilmidir. U fikrni ishonchli va shubha tug‘dirmaydigan dalillar, ayniqsa ilmiy dalillar bilan mustahkamlashga o‘rgatadi”¹⁶, deb ta’rif bersa, boshqa tadqiqotchi A. Ivin olimaning fikrlarini to‘ldirib, bunday hodisalarga qiziqish “jamiyatda majburlash, zo‘ravonlik, tahdid va boshqalar orqali emas, balki nutq orqali ishontirish zarurati bilan paydo bo‘lishini” ta’kidlaydi¹⁷. S. Turabova bahsning (debat, diskussiya, polemika, disput) to‘rt turini ilmiy bahs sifatida tatbiq etadi va polemikani quyidagicha ta’riflaydi: polemika bu – o‘zida taraflar, g‘oyalar va nutqlar o‘rtasidagi konfrontatsiya va qarama-qarshilikni mujassamlashtirgan bahsdir. U fikrni ilmiy dalillar bilan asoslashga o‘rgatadi¹⁸. Rus ensiklopedik lug‘atida polemika bu – adabiy, badiiy, ilmiy, siyosiy masala yoki hodisa, ijtimoiy

¹⁰ Шестерина А.М. Полеми́ческий текст в современной прессе. Автореф. дис. ... док. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 44 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoipresse?893> (murojaat sanasi: 05.05.2023).

¹¹ Публичные дебаты и полемика, диалогическая риторика. 2023. – URL: <https://studfile.net/preview/7775792/page:15/> (murojaat sanasi: 24.12.2023).

¹² Шестерина А.М. Полеми́ческий текст в современной прессе. Автореф. дис. ... док. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 44 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoipree?02893> (murojaat sanasi: 05.05.2023).

¹³ Ожегов С., Шведова Н. Толковый словарь русского языка. – URL: <http://ozhegov.info/slovar/?qind> (murojaat sanasi: 24.04.2023).

¹⁴ Родос В.Б. Теория и практика полемики. – Томск: Томский государственный университет им. В.В. Куйбышева, 1989. С.10.

¹⁵ Oxford Learner's Dictionaries. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/?ysclid=ludli4012r915613306> (murojaat sanasi: 24.04.2023).

¹⁶ Павлова Л. Спор, дискуссия, полемика. – М.: Просвещение, 1991. С. 6.

¹⁷ Абрамов С. Война и журнал: о страницах «Нового мира» сорокалетней давности. – М.: Новый мир, 1985. С. 225.

¹⁸ Turobova S. Ilmiy bahs (debat, diskussiya, polemika, disput) ning mantiqiy-epistemik tahlili. Monografiya. Surxon-Nashr. –Termiz, 2020.

masala yuzasidan munozara olib borish, biror bir umumiy manfaat bo'yicha matbuotda qo'zg'atiladigan janjallar, har kim o'z pozitsiyasining to'g'riligini isbotlashga urinadigan munozara xilidir¹⁹, deyilgan. Bizningcha esa, polemika bu – muayyan ijtimoiy masala yuzasidan jamiyatda munosabat uyg'otish va plyuralizmga xizmat qiladigan, qarama-qarshi fikrlar va tortishuvlarga asoslangan bahs turidir. Tadqiqot davomida o'rganilgan manbalarni aynan shu ta'rifdan kelib chiqqan holda tahlilga tortdik.

Bobning *“Jadid matbuotida polemikaning ilk ko'rinishlari”* nomli ikkinchi faslida polemik maqolalarning o'ziga xos xususiyatlari, xorij va milliy jurnalistika ilmida namoyon bo'lishi, jadid matbuotidagi o'rni, davriy nashrlardagi funksiyasi masalalari tadqiq etilgan. Globallashuv jarayonida onlayn nashrlar, ijtimoiy tarmoqlarda turli forumlardagi tortishuvlar, video, maqola, xabar sharhlaridagi munozaralar, televizion tok-shoular, bosma va elektron gazetalar kontentini tahlil qilganimizda turli bahs-munozarali vaziyatlarga duch kelamiz. Ayniqsa, so'nggi yillarda bunday hodisalar avvalgilarga qaraganda birmuncha kuchayganiga guvoh bo'ldik. Buni bevosita axborot texnologiyalarining rivojlanishi, plyuralizm va so'z erkinligi bilan bog'lash mumkin. Munozaralarning salbiy yoki ijobiy tarafga hal bo'lishida, tomonlar o'rtasidagi qarama-qarshilik, fikrlar to'qnashuvi, tortishuvlar davomida bir to'xtamga kelish jarayoni muhim ahamiyat kasb etadi. Ta'kidlash joizki, jurnalistika janrlari bo'yicha tadqiqot olib borgan nazariyotchilar muayyan mavzular atrofidagi tortishuvlar, bahs-munozara mazmunidagi gazeta materiallarini munozarali (polemik) maqola turiga ajratadilar²⁰. Jumladan, rus olimi A.Tertichniy bunday turdagi maqolalarni polemik maqolalar, deb ataydi va u ko'pincha mustaqil nashrlarda uchrashini aytadi²¹.

Polemik maqolalar odatda jamiyatning biror bir sohasida, muayyan muammo atrofida bahs-munozara, tortishuvlar, ko'p fikrlilik (plyuralizm) paydo bo'lganda matbuot yuzini ko'radi. Polemik maqola muallifi raqibning pozitsiyasini rad etishga va o'zining argumentlarini isbotlashga intiladi. Shuning uchun polemist (bahsga kirishgan shaxs) dalillash va inkor qilish san'atiga ham ega bo'lishi kerak²². Jamiyatda paydo bo'lgan illatlar va muhokamali mavzularda, turli fikrlar to'qnashuvida, qarama-qarshiliklarda bahs tug'iladi. Unda har kim o'z fikrining to'g'riligini isbotlashga uringanidek, davriy nashrlarda ham chop etilgan munozarali maqolalarda mualliflar o'z pozitsiyasini himoya qilgan holda bahsga kirishadi.

O'zbek matbuotida munozarali maqolalarning paydo bo'lishi gazetalarning vujudga kelish tarixiga borib taqaladi. Filologiya fanlari nomzodi B. Do'stqorayevning fikricha, o'zbek milliy matbuotida polemik maqolalar XIX asrning oxiri va XX asrning boshlarida “bahs”, “munozara”, “tortishuv”, “jarayon” ruknlari ostida davriy nashrlarda paydo bo'la boshlagan²³. O'zbek matbuoti tarixida

¹⁹ Энциклопедический словарь / Под редакцией Ивина А.А. – М.: Гардарики, 2004.

²⁰ Nazira Qurbon. Tahliliy jurnalistika: o'quv qo'llanma. - Toshkent: Bayoz, 2019. -B.110.

²¹ Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 112.

²² O'sha manba.

²³ Do'stqorayev B. O'zbekiston jurnalistikasi tarixi. -Toshkent. G'.G'ulom nomidagi nashriyot-matbaa ijodiy uyi, 2009. -B.341.

bahs-munozarali chiqishlar bevosita jadid matbuoti bilan bog'liq. Jadid namoyandalarining har bir harakatida munozara, tortishuv, chorlov kabi g'oyalar aks etgan.

Xorij matbuotida esa XVIII asrda "New England kurant" gazetasi ijtimoiy va siyosiy mavzudagi bahsni boshlab bergani bilan tarixda qolgan. Uning dastlabki bosqichi 1721-yil Jeyms Franklinning siyosiy nashri hisoblangan "New England kurant" rivoji Bostonda o'tkir yuqumli kasallik epidemiyasi avj olgan, vahima kuchaygan bir paytga to'g'ri keladi²⁴.

Bobning uchinchi fasli "*So'z va matbuot erkinligini ta'minlashda polemikaning o'rni*" deb nomlangan. Jamiyatdagi hurfikrlilikni, odamlarning fikr va so'z erkinligi borasidagi qarashlarini, inson huquqining ta'minlanganini ko'rsatuvchi oyina bu shak-shubhasiz matbuotdir. Matbuot bor joyda so'z erkinligi haqidagi bahs-munozaralar bo'ladi va bu tabiiy jarayondir. Sababi, demokratiya eng avvalo, xolislik, muvozanat, bahs, munosabat, murosadir. Fikrga murosa qilish, fikrga toqat qilishdir. Jamoatchilik fikrining ustuvorligiga erishishdir²⁵. Turli ijtimoiy masala yuzasidan jamiyatda plyuralizmni shakllantirishning yagona yo'li matbuot erkinligiga erishish bilan kafolatlanadi. Shuning uchun u barcha davrlarda ham oliy qadriyat sanalgan. Fikrni erkin ifoda etish, haqiqat, adolatni qaror topishiga erishish uchun insoniyat qonli kurashlarni boshdan kechirdi, juda ko'p qurbonlar berdi.

Suqrotning har bir fikri uchun do'pposlanishi, zahar ichishiga ham, Protagor va uning shogirdi Evatl o'rtasidagi bahsga ham²⁶, "fikrlayapmanmi, demak mavjudman!" degan qarashni ilgari surgan Rene Dekartning qiynoqqa tortilishiga ham, Mansur Hallojning dorga osilishi-yu, Nasimiyning tiriklayin terisining shilib olinishiga ham erkin fikrga ehtiyojning ustuvorligi sabab bo'lgan. XX asr boshlarida o'zbek ma'rifatparvarlarining qatag'onga uchrashiga eng katta sabablardan biri – ularning hurfikrlilikka bo'lgan intilishi, davriy matbuot orqali jamiyatda so'z va fikr erkinligini ta'minlashga bo'lgan targ'ibotlari edi. Siyosiy arbob, yozuvchi Tomas Jefferson so'z erkinligini e'zozlagan va shunday bayonot bergan: "Agar menga hal qil, gazetalarsiz hukumat kerakmi yoki hukumatsiz gazetalar deyishsa, men hech ikkilanmasdan ikkinchisini tanlagan bo'lardim"²⁷. Bu fikrdan kelib chiqib aytish mumkinki, demokratik jamiyatda davlat boshqaruvidan jamoatchilik boshqaruvi muhimroq. 1990-yillarda matbuotda so'z erkinligining yorqin namunasi sifatida shu yilning 1-oktabrida o'z faoliyatini boshlagan "Muloqot" jurnali misolida ko'rishimiz mumkin. Bu davr barcha gazeta-jurnallarda "butun dunyo proletarlari, birlashingiz!" degan markscha xitob hukmron edi. "Muloqot" jurnali bu shiordan yuz o'g'irgan birinchi jurnal sifatida tarixda qoldi. Uning o'rniga A.Navoiyning "odami ersang demagil odami, onikim yo'q xalq

²⁴ Nurmatov A., Do'stqorayev B., Mo'minov F., Saidov H., Toshpo'latova N., Maxsumova S. Jurnalistika nazariyasi, tarixi va taraqqiyoti. –T.: O'zbekiston, 2019, -B. 526.

²⁵ Do'stmuhammad X. Ommaviy axborot vositalarini rivojlantirishning demokratik andozalari. -T.: O'zbekiston, 2005. -B. 39-40.

²⁶ Haqiqat manzaralari. 100 mumtoz faylasuf. Taqdirlar, hikmatlar, aforizmlar. -T.: Yangi asr avlodi, 2013. -B.55.

²⁷ Nurmatov A., Do'stqorayev B., Mo'minov F., Saidov H., Toshpo'latova N., Maxsumova S. Jurnalistika nazariyasi, tarixi va taraqqiyoti. – T.: O'zbekiston, 2019, -B.120.

g‘amidin g‘ami” degan hikmatli so‘zini shior qilib oldi²⁸. Bahs-munozaralar qarama-qarshi tomonlar fikrini isbotlashning maxsus shakli bo‘lib, insoniyat tarixining eng qadimiy davrlaridan shakllangan. Biror bir masalaga yechim izlashda maqbul usul sifatida qo‘llanilgan polemika notiqlik va bahs san‘ati rivojlanishi natijasida dastlab og‘zaki, keyinchalik yozma manbalarda o‘z ifodasini topgan.

Dissertatsiyaning ikkinchi bobi “**Milliy matbuot istiqboli - polemikaning yetakchi mavzusi sifatida**” deb nomlanib, u uch fasldan iborat. “*Zamonaviy polemikada milliy matbuot xususidagi maqolalarning janrlar kesimida namoyon bo‘lishi*” deb atalgan birinchi faslda davriy nashrlarda polemik maqolalarning janrlar kesimida namoyon bo‘lishi tahlil qilingan. Har bir maqolaning tarkibini matn tashkil etgani kabi, polemik maqolaning matni ham polemik matn tushunchasi bilan qo‘llaniladi. Rus tadqiqotchisi A.M.Shesterina polemik janrlar tizimini ikki guruhga ajratadi: dialogik guruh (intervyu, suhbat) va monologik guruh (polemik maqola, polemik yozishma, polemik sharh, polemik xat)²⁹.

Intervyu janri savol-javob turiga asoslangan bo‘lib, ijtimoiy ahamiyatga molik, muammoli voqea-hodisalar haqida dastlabki axborot olishda qo‘llaniladi. Ko‘proq sariq matbuot sahifalarida uchraydigan bu janrda muallif pozitsiyasi asosan suhbatdoshning javobiga qo‘shimcha qilingan izohlarda ko‘rinadi yoki umuman bo‘lmaydi. Suhbatdosh muallif bilan bimalol bahsga kirishishi mumkinligini inobatga olsak, har ikki tomon ko‘tarayotgan muammoli masalada respondent va muallif mavzu doirasida chuqur bilim va tajribaga ega bo‘lishi talab qilinadi. Har bir ishtirokchi o‘z pozitsiyasida gavdalanishi yoki aksincha bo‘lishi mumkin.

Suhbat – intervyu qarama-qarshilikdan ko‘tarilayotgan mavzular ko‘lami bo‘yicha biroz farqlanadi. O‘zaro tortishuvda tomonlar o‘z pozitsiyasida qolishga harakat qiladi.

Polemik yozishmalar – ko‘pincha kichik muammoli vaziyatlarda tor doirada qo‘llaniladi. Matbuotda ko‘p hollarda auditoriya bilan muallifning mavzu doirasida bahslashgan yozishmalarini keltirish mumkin.

Polemik sharh – odatiy sharhlardan farqli o‘laroq, axborot hodisasini tahlil qilishdan oldin, raqibning nutqi tahlil qilinadi.

Polemik xat – biroz erkin janr hisoblanib, unda biron bir hodisa yoki shaxsni ayblash pafosi mavjud. U har doim murojaat bilan boshlanadi, faktlar birma bir eslatib o‘tiladi. Odatda, xulosa muallifning pozitsiyasi, mavzu atrofidagi fikrlari, taklifi bilan tugaydi.

Polemik maqola - eng keng tarqalgan janrlardan biri bo‘lib, maqola an‘anaviy ravishda muallif himoya qiladigan asosiy fikrni shakllantirishdan boshlanadi. Ba’zida bu fikr o‘quvchiga allaqachon ma’lum holatlarga ishora yoki havola shaklida ifodalanadi. Bunday maqolalar odatda jamiyatda muhim muammolar

²⁸ Abduazizova N. Mustaqil O‘zbekiston jurnalistikasi tarixi (yangilanish va ravnaq topish jarayonlari). T.: Akademiya, 2007, - B.35.

²⁹ Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе. Автореф. дис... док. филол. наук. – Воронеж, 2004. С.44.–URL: <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoi-presse?ysclid=lielyfda5i151302893> (murojaat sanasi: 15.05.2023).

bo'yicha tortishuvlar yuzaga kelganda chop etiladi. Polemik maqolada jarayonning o'zi yoki unga nisbatan shakllangan munosabatlarning salbiy bahosi mavjudligi seziladi³⁰.

T.V.Sinenkoning fikricha, jamiyatda ma'lum rezonans keltirib chiqaradigan har qanday ijtimoiy ahamiyatga ega hodisa polemik maqolalarda o'z aksini topadi³¹. Bu ta'rifni biroz to'ldirgan holda, bizningcha, polemik maqola ijtimoiy ahamiyat kasb etgan turli mavzularda namoyon bo'ladi, ko'tarilgan u yoki bu masala yuzasidan hukm chiqarishda tayanch vazifasini o'taydi.

Bobning ikkinchi faslida **“Matbuotning zamonaviy media muhitiga moslashuv muammolari”** deb nomlanadi. Hayotimizga kirib kelgan zamonaviy texnologiyalar nafaqat jurnalistikaning imkoniyatini kengaytirdi, balki yangi tendensiyalarni ham paydo qildi. Jahon tajribasida bu jarayon ancha oldin boshlangan edi. S. M. Gureyevichning “Gazeta vchera, segodnya, zavtra” nomli qo'llanmasida, “Kanadalik televideniye tadqiqotchisi Marshall Maklyuen gazeta halokatga uchraganini va omon qololmasligini aytgan. Biroq, bu bashoratlar amalga oshmadi. Gazeta o'lmadi, u yangi tendensiyalarga moslasha oldi”³², deb yozadi. O'zbek matbuoti xususida ham Maklyuendek fikrlaydiganlar yo'q emas. Jumladan, Komil Allamjonovning fikricha, “Covid-19 pandemiyasi bosma nashrlarning tobora yo'qolib borishini tezlashtirdi. ...ularning kelajagini ko'rmayapman. Aslida, bu inqirozlar boshlanmaganida ham, gazetalar – allaqachon o'tmish mahsuloti. Gazetaning umri qisqa. Gazeta allaqachon xarid qilish zarur mahsulotlar ro'yxatida emas”³³.

Buyuk Britaniyalik taniqli sotsiolog, ommaviy kommunikatsiya nazariyotchisi Denis Makkueyl aytganidek, “OAV uchta muhim kuch kesishgan nuqtada – iqtisod, siyosat va texnologiyalarning qoq markazida joylashgan”. Bregte van der Xaak, Maykl Parks, Manuel Kastels singari tadqiqotchi olimlar “Nima uchun an'anaviy jurnalistika chuqur inqirozga yuz tutdi?” degan savolga javob topishga harakat qilib, bu “inqiroz”ni an'anaviy OAVning o'ziga xos biznes modeli bilan bog'laydilar. Chunki hozir har bir odam xohlagan manbadan axborot olish imkoniga ega. Buning ustiga axborotni bepul taqdim etadigan kanallar ko'paygan. Oqibatda ommaning axborot uchun pul to'lash majburiyati kundankunga pasayib boryapti. Shuning uchun auditoriya axborot olish maqsadida gazetalarga kam murojaat qilmoqda³⁴. Olimning bunday qarashlari biroz munozarali, bizningcha. Sababi, gazetaga obuna bo'lish orqali axborotga faqat bir marotaba pul to'lanadi, keyin u yil davomida yetkazib beriladi. Internetdan ma'lumot olish uchun esa, unga qayta-qayta murojaat etiladi, natijada har soniya

³⁰ Аникевич Ю.С. Полемиические жанры на страницах республиканской и областной прессы. – URL: <https://ebooks.grsu.by/philologos/anikevich-yu-s-polemicheskie-zhanry-na-stranitsakh-respublikanskoj-i-oblastnoj-pressy.htm> (murojaat sanasi: 01.03.2024).

³¹ Синенко Т.В. Жанровая специфика сетевой полемики // Вестник ВГУ, серия «Филология. Журналистика», 2008, № 1. С. 215.

³² Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-пресс, 2004. С. 27.

³³ Komil Allamjonov - pandemiyaning OAVga ta'siri va matbuot erkinligi reytingi haqida. – URL: <https://kun.uz/08080560?ysclid=lq671hyrro951641453> (murojaat sanasi: 15.12.2022).

³⁴ Nurmatov A. Mustaqillik yillarida O'zbekistonda bosma nashrlar va media taraqqiyoti. Medialingvistika: nazariya va amaliyot. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. 2021-yil 17-noyabr.

uchun pul sarflashga majbur bo‘ladi. S. Gureyevichning nazdida, gazeta har qanday ijtimoiy guruh va har qanday ijtimoiy tuzilma oldida jamiyatning ovozi sifatida auditoriya bilan aloqa o‘rnatish imkoniyatini ochib berishi kerak. Buning uchun bunday guruhning qarashlari, pozitsiyalari, dasturlari to‘g‘risida xabar beradigan gazeta yaratish kifoya³⁵.

Bobning uchinchi fasli **“Bosma nashrlarga bo‘lgan ehtiyojning pasayishi va ular atrofidagi bahs-munozaralar”** deb yuritiladi. O‘rganilgan tahlillar jarayonida bosma nashrlarga bo‘lgan ehtiyojning pasayishi quyidagi omillarga bog‘liqligi aniqlandi:

Birinchidan, turli tashkilotlarda gazeta va jurnallarga obuna majburiy bo‘lgan. Ixtiyoriy obuna tushunchasi hatto shakllanmagan.

Ikkinchidan, majburiy obuna qilingan gazeta va jurnallarning o‘z vaqtida obunachilarga yetib bormasligi muammosi. Bu vazifa “Matbuot tarqatuvchi” AJ yoki MCHJlar zimmasiga yuklatilgan. Obunachilar tomonidan to‘plangan obuna puli (bu juda katta mablag‘ni tashkil etadi) evaziga na tahririyat, na jurnalistning iqtisodiy ahvoli yaxshilandi, na o‘quvchi gazeta oldi. Bu holat o‘quvchini gazetadan bezdirdi.

Uchinchidan, gazeta o‘z o‘quvchisi bilan aloqani yaxshi yo‘lga qo‘ymaganligi masalasi. Hech bo‘lmasa joylarda uchrashuvlar, turli tanlovlar, yoshlarni jalb qilish borasida loyihalar ishlab chiqilmadi. Oqibatda, yoshlar gazeta o‘qish ko‘nikmasi u yoqda tursin, hatto gazetaning nomini bilmaydigan darajaga keldi.

To‘rtinchidan, gazetalarda targ‘ibot yetarli darajada tashkil etilmaganligi. Buning uchun tahririyatlar obunachilarni rag‘batlantirish, yil davomida obuna bo‘lganlarga keyingi yilda aksiya, chegirmalar berish, nashrda buni yoritib borish kabi o‘z-o‘zini reklama qilish usullaridan foydalanmadi. Xorij tajribasini olsak, Turkiyada yaxshi obuna bo‘lgan tashkilot yoki shaxslarga kitoblar, xususan, ensiklopediyalar, vaucherlar, kuponlar taqdim etilishi odat tusiga kirgan.

Beshinchidan, gazetada shablon maqolalarning haddan ziyod ko‘payganligi, aksariyati “mamlakatda yaratilgan imkoniyatlar”dan boshlanib, keraksiz tadbirlar bilan davom etgan. Internet rivojlangan davrda gazetada jurnalistlar xonadan chiqmagan holda sahifa so‘ngida “Internet ma’lumotlari asosida falonchi tayyorladi” qabilida oson maqola tayyorlash usuliga o‘tib oldi. Jamiyatdan uzildi. Jurnalistlarda xonadan chiqmay maqola tayyorlash ko‘nikmasi shakllandi.

Oltinchidan, faqatgina maxsus matbuot tarqatuvchi shoxobchalardagina gazetalarni sotib olish mumkinligi (2017-yildan beri u ham yo‘q). Vaholanki, uni supermarketlarda, avtobus, metro, poyezdlarda sotib olish mumkin bo‘lgan joylarni ko‘paytirish masalasi ham yetarlicha o‘rganilmadi. Kerak bo‘lsa, bir muddat bepul tarqatish yo‘li orqali gazeta brendini bozorda tanitib olishning iloji bor edi. Bu o‘rinda gazeta tahririyatlarida maxsus marketologlar yetishmadi.

Yettinchidan, jurnalistlarning iqtisodiy jihatdan ta‘minlanmaganligi. Tahririyat xodimining maosh, gonarar va boshqa ehtiyojlarini qoplamaganligi bois kun o‘targa ishlaydigan kadrlar ko‘paydi.

³⁵ Гуревич С. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-пресс, 2004. С. 28.

Sakkizinchidan, gazetaning narxi qimmat. Ya'ni, bir yillik obuna pulidan ko'ra donalab sotib olish arzonroqqa tushardi. Holbuki, jahon tajribasida buning aksi. Masalan, Britaniyada "The Economist" nashri do'konda 3 funt, obuna orqali esa 1 funt turadi, ya'ni 3 barobar arzon. Shu sababli, paradoks, ba'zan obuna narxi sotuvga nisbatan qimmat. Oddiy o'quvchi esa bu vaziyatda yana gazetani aybdor sanaydi.

Eng so'nggi omil sifatida bosh muharrir, muassis va mutasaddi tashkilot rahbarlarining loqaydligini kiritishni lozim topdik. Sababi, joylarda an'anaviy usulda faoliyatini davom ettirayotgan bosh muharrirlar, muassisligidagi nashrning kelajagi bilan qayg'urmaydigan muassislar, gazeta o'qish ko'nikmasini unutgan tashkilot rahbarlari borligi muammoning og'riqli nuqtalaridan biridir. Oddiy qilib aytganda, uchlik "gazeta – tarqatuvchi – auditoriya" ning bir-biri bilan hamkorligi yaxshi yo'lga qo'yilmagani, har biri o'z holicha faoliyat olib borgan yuqoridagi kabi bir qancha muammolarning kelib chiqishiga sabab bo'lgan.

Dissertatsiyaning uchinchi bobida "**Milliy matbuot istiqbolini belgilashda polemikaning samaradorligi va mahorat masalalari**" tahlil qilingan. Uning birinchi fasli "*Polemik maqolalarda sarlavha va tagsarlavha tanlashning o'ziga xosligi*"ga bag'ishlanadi. Polemik maqolalar sarlavhasi odatiy maqolalarga qo'yiladigan sarlavhalardan farq qiladi. Garchand nazariy-ilmii qarashlar umumiy sarlavhalarga taalluqli bo'lsa-da, polemik maqolalarda har doim ham bunga amal qilinavermaydi. Chunki bunday mazmundagi maqolalarda odatda jarangdor, e'tiborni tortadigan, muallif fikrini isbotlovchi sarlavha va tagsarlavhalardan foydalaniladi. Ya'ni, polemik maqola sarlavhasi ko'pincha muallifning qandaydir vaziyatga qarshiligi, kimgadir e'tirozini ko'rsatish uchun qo'llaniladi. Milliy matbuotga munosabat, uning zamonaviy faoliyati qay yo'sinda kechishi yoki uning istiqbolini belgilashga qaratilgan polemik maqolalar misolida ko'radigan bo'lsak, "Haqiqatga tik qarang, janob!"³⁶, "Hamjihatlikda gap ko'p"³⁷, "Kelajak poydevorini matbuotsiz yaratib bo'ladimi?"³⁸, "Bosma nashrlarga e'tibor kerak"³⁹, "Toshingizni o'ylab oting!"⁴⁰ kabi sarlavhalarda norozilik yoki ta'kidlash ruhi sezilib turadi. Badiiy, publitsistik, ilmiy matnlar va gazeta sarlavhalarining sintaktik tuzilishi bajariladigan vazifalari haqida ilmiy jihatdan bir necha qarashlar bor. Soha bo'yicha tadqiqotchilar sarlavhalarni vazifasiga ko'ra quyidagi turlarga bo'lib o'rganishni tavsiya etadi: atash, farqlash, xabar berish, reklama berish, ishontirish, ko'rsatma berish, tashviq qilish, murojaat qilish, ixcham izoh. Biz o'rgangan milliy matbuotni saqlab qolish mavzusidagi polemik maqolalar sarlavhasida ko'pincha yuqoridagi turlardan ishontirish, ko'rsatma berish, tashviq qilish va murojaat etish usullari uchraydi.

³⁶ "Hurriyat" gazetasi, 2022-yil 21-aprel.

³⁷ "Hurriyat" gazetasi, 2022-yil 9-noyabr.

³⁸ Kelajak poydevorini matbuotsiz yaratib bo'ladimi? – URL: <https://adolatgzt.uz/society/5601> (murojaat sanasi: 10.12.2023).

³⁹ Bosma nashrlarga e'tibor kerak. – URL: <https://oqdaryoovozi.uz/> (murojaat sanasi: 10.12.2023).

⁴⁰ Toshingizni o'ylab oting! – URL: <https://kun.uz/news/2018/11/26/tosingizni-ujlab-oting?> (murojaat sanasi:10.12.2023).

Bobning ikkinchi fasli “*Matbuotni rivojlantirishga bag‘ishlangan bahslarning tili va uslubi, muallif pozitsiyasi*” deb nomlangan. Zamonaviy matbuotni rivojlantirishga bag‘ishlangan polemik maqolalarning ko‘p qismida muallifning pozitsiyasi matbuotni saqlab qolishga qaratilgan bo‘ladi. Biroq bu kabi pozitsiyaga qarshi gavdalangan mualliflar yondashuvida moslashish tendensiyasi asosiy o‘ringa chiqadi. Jumladan, Shuhrat Shokirjonov bu mavzu doirasida yozgan maqolalarida “majburiy obuna”ga qarshi pozitsiyada gavdalanadi. Uning “Majburiy obuna sxemasi. Mushtariyga majburan tiqishtirilayotgan nashrlardan nima naf?”⁴¹, “Davriy nashrlarga qanday qilib majburiy emas, ixtiyoriy obuna bo‘lish mumkin”⁴², “Majburiy obuna hisobidagina tirik bo‘lib turgan nashrlarning yashashga haqqi bormi?”⁴³ sarlavhali maqolalarida majburiy obuna haqida “...aslida bu majburlash hisoblanadi va qonunan mumkin emas!” degan qat’iy fikrini bildiradi. Shu bilan birga, ideal obuna qanday bo‘lishi kerakligi haqida to‘xtalib, “*Har qanday nashr hokimlik, korxonatashkilotlarning rahbarlari richagidan foydalanmasdan, odamlarni qiziqtirib, reklama va targ‘ibot qilib, mushtariylar bilan uchrashuvlar o‘tkazib, obuna uyushtirishi kerak*”, deya mulohaza yuritadi. Yuqoridagi maqolalarda muallif faqat fikr yoki mulohaza bilan cheklanmagan. Mavzu doirasida xolis sifatida o‘z yondashuvini, muammoni hal qilish choralari, takliflarga ham to‘xtalib o‘tgan. Fikrimizcha, maqolada keltirilgan dalil va mulohazalar globallashtirgan jamiyat nuqtayi nazaridan haqiqatga ancha yaqin. “Jurnalistning shaxsiy e‘tiqodi, qadriyatlarini, dunyoqarashning umumiy manzarasi muallifning pozitsiyasi, shaxsiy nuqtayi nazarini tashkil qiladi. Bu holat materialda aniq yoki bilvosita ifodalanishi mumkin”, deb keltiradi tadqiqotchi T.A.Turkova⁴⁴. U muallif pozitsiyasini aniq namoyon bo‘lishining asosiy usullarini quyidagicha taqsimlaydi:

- tashviqot (agitatsiya);
- qarshi tashviqot (antiagitatsiya);
- hissiy jihatdan bo‘yalgan so‘zlardan foydalanish;
- suhbatlashish darajasining pasayishi;
- muallif munosabatini bildiruvchi maqolalar.

Bobning uchinchi fasli, “*Polemikada bahslashish madaniyati va etika muammolari*” ga qaratilgan. Unda bahslashish, o‘z nuqtayi nazarini himoya qilish insonning umumiy madaniyatini belgilovchi o‘ziga xos harakat hisoblanadi. Muzokaralar jarayonida bahslashish taktikasi va strategiyasini to‘g‘ri ishlab chiqish, bahslashish madaniyatining umumiy qoidalariga amal qilish tomonlarning

⁴¹ Majburiy obuna sxemasi. Mushtariyga majburan tiqishtirilayotgan nashrlardan nima naf? – URL: <https://kun.uz/17438935?ysclid=lk84gzrg82561540366> (murojaat sanasi: 25.10.2023).

⁴² Davriy nashrlarga qanday qilib majburiy emas, ixtiyoriy obuna bo‘lish mumkin. – URL: <https://kun.uz/87640872?ysclid=lk891e2ami538893793> (murojaat sanasi: 25.11.2023).

⁴³ Majburiy obuna hisobidagina tirik bo‘lib turgan nashrlarning yashashga haqqi bormi? – URL: <https://kun.uz/99532203?ysclid=lk8rc8e1jh392549370> (murojaat sanasi: 07.01.2023).

⁴⁴ Туркова Т.А. Способы выражения авторской позиции журналиста в контексте объективности – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-vyrazheniya-avtorskoy-pozitsii-zhurnalista-v-kontekste-obektivnosti/viewer> (murojaat sanasi: 25.05.2023).

tabiati, bilimi, dunyoqarashi, qobiliyati va tarbiyasiga bog‘liq. Bahslashish bir necha tarkibiy komponentlarni o‘z ichiga oladi:

– har qanday bahsda obyekt-subyekt, ya’ni shaxslararo munosabatlarning to‘qnashuvi har ikki tomon ishtirokchilari mavjudligi bilan belgilanadi;

– bahsda bir tomon o‘zining tezislarini ilgari sursa, unga qarama-qarshi tomon esa uni tanqid qilishi, shubha ostiga olishi, qarshi tezisni taqdim etishi lozim⁴⁵.

Bu yerda turli mulohazalari bilan bahsga chorlovchi, olib chiqilgan mavzuni himoya qiluvchi shaxs “proponent” (qo‘llab-quvvatlovchi) deb nomlanib, fikrni inkor etuvchi, qarshi dalil ko‘rsatuvchi shaxs “opponent” (raqib) deb ataladi. Ko‘p hollarda bahsda oddiy auditoriyaning ham ishtiroki ko‘rinadi. Mazkur vaziyatda auditoriya muhokama qilinayotgan mavzu doirasida o‘z qarashlari, nuqtayi nazari va pozitsiyasiga ega bo‘lgan jamoa hisoblanadi. Matbuot, radio, televideniye, onlayn media, ayniqsa, telegram kanallar, bloglar, ijtimoiy tarmoqlarda auditoriyaning faol ishtiroki namoyon bo‘lmoqda. Bu esa jamiyatda fikrlar xilma-xilligi (plyuralizm)ni rivojlantirishga xizmat qiladi.

XULOSA

1. Polemika tushunchasi, tasnifi va turlari, paydo bo‘lishining tarixiy zarurati o‘rganildi. Polemika falsafa, notiqlik mahorati, psixologiya, sotsiologiya kabi fanlarning tadqiqot obyekti bo‘lgan. Dissertatsiyada bu tushunchaning ta’rifi, tasnifi va turlari, jurnalistika ilmi talablari nuqtayi nazaridan tadqiq etildi va polemika tushunchasining ta’rifi ishlab chiqildi. Unga ko‘ra, polemika bu – muayyan ijtimoiy masala yuzasidan jamiyatda munosabat uyg‘otishga xizmat qiladigan, qarama-qarshi fikrlar va tortishuvlarga asoslangan muloqot turidir.

2. Polemika jamiyatda plyuralizmni rivojlantirishga xizmat qiladi. Zamonaviy matbuotda bosma nashrlar faoliyatiga bag‘ishlangan polemik maqolalarni tahlil qilish orqali ko‘tarilgan mavzuning dolzarbligi, muammoning ahamiyati va unga oydinlik kiritishda, jamiyatda plyuralizm va tanqidiy tafakkurni o‘stirishda polemikaning o‘rni va roli muhim ahamiyatga ega. Fikrlar xilma-xilligi sharoitida ko‘tariladigan muammoga nisbatan bahslarda ishtirok etganlar yo proponent, yo opponent pozitsiyasida turishi aniqlandi.

3. Matbuot taqdiri xususidagi bahs-munozaralar mazmunidan kelib chiqib aytadigan bo‘lsak, so‘z va matbuot erkinligini ta’minlashda, biron bir masalaning targ‘ibotida polemikaga bo‘lgan ehtiyoj ortgan.

4. Tadqiqot davomida ushbu mavzuga bag‘ishlangan polemikada quyidagilar aniqlandi:

– matbuotda kechgan bahs-munozaralarda bosma nashrlarning konvergent media muhitiga moslashuvi muammolari mavjud;

– bosma nashrlarga bo‘lgan ehtiyojning pasayish omillari ko‘p va ular atrofidagi bahs-munozaralar murosasiz, samara keltirmaydi;

⁴⁵ Turabova S. Ilmiy bahs (debat, diskussiya, polemika, disput) ning mantiqiy-epistemik tahlili (monografiya). - Termiz. "Surxon-nashr", 2020 yil, - B. 84.

– zamonaviy matbuotni rivojlantirishga bag‘ishlangan bahslarda muallif pozitsiyasida guruhbozlik ko‘zga tashlanadi. Ya’ni, matbuotni yoqlovchilar va qarshi chiqqanlar kabi jamoalar shakllangan;

– ko‘tarilgan mavzu doirasidagi bahslarda odob-axloq qoidalarining buzilishi, nafrat va adovat tilida shaxsiyatga o‘tish va haqorat kuzatiladi;

- milliy matbuotda chop etilgan polemik maqolalarda sarlavha va tagsarlavhaning o‘ziga xosligi va e’tibor tortishi uning ta’sirchanligini oshirishga qaratilgan.

5. Polemikaning ahamiyatligi, bir-birini ko‘rmaydigan yoki eshitmaydigan notanish kishilarning bahslashishidir. Ya’ni tahlilga tortilgan maqolalarda makon va zamon kategoriyasining kesishuvi ahamiyatsizdir. Har kim o‘zi uchun qulay bo‘lgan makonda, vaqtda va qulay OAVda bahsga kirishadi.

6. Davriy nashrlardagi polemik maqolalar jamoatchilik fikriga ta’sir qilishda, u yoki bu masala yuzasidan auditoriyada fikr uyg‘otishga, plyuralizm va tanqidiy fikrlashni o‘stirishga xizmat qiladi.

7. Polemik maqolalardan ko‘zlangan asosiy maqsad – jamiyatdagi dolzarb ijtimoiy muammoni ko‘tarish, uni keltirib chiqargan sabablarga oydinlik kiritish va jamoatchilik, mutasaddilar e’tiborini muammoning yechimini topishga qaratishdan iboratdir.

Davriy nashrlardagi polemika tushunchasini milliy matbuot kelajagi borasidagi maqolalar asosida tahlilga tordik va mavzu doirasida quyidagi takliflarni ishlab chiqdik.

Birinchi navbatda, gazeta kontentini yaxshilash maqsadida jamiyatdagi dolzarb masalalarga bag‘ishlangan polemik maqolalarga ko‘proq o‘rin berilishi kerak. Bir mavzu doirasidagi bahsni gazetada polemik maqola, davra suhbat shaklida chop etilsa, onlayn formatda podkast va chatlar tashkillashtirish, mavzu doirasidagi kechayotgan bahslardan anonslar berib borish zarur.

Ikkinchidan, bosma nashrlar transformatsiya, konvergensiya jarayonlariga nimadandir voz kechish evaziga emas, balki zamona zayliga moslashish orqali erishishi, “gazetaning zamoni o‘tayapti” emas, “gazeta zamon talablariga moslasha yapti” degan iborani qo‘llashi maqsadga muvofiqdir. Fikrimizcha, davlat imkoniyatlaridan foydalanib auditoriya yig‘ish emas, balki gazeta savodxonligini targ‘ib qilgan holda turli yutuqli tanlov, aksiyalar, ijtimoiy rolik, bahstlab maqolalar orqali mushtariylarni gazeta mutolaasiga qaytarish lozim. Gazetalarning onlayn versiyasi uchun “tahririyat ichida tahririyat” shakllantirish, YouTube platformasidagi kontentlari orqali tahririyat o‘zini o‘zini boqishga erishishi lozim.

Uchinchidan, polemik maqola sarlavhasi nazariy jihatdan sarlavhaga qo‘yiladigan talablar asosida bo‘lishiga qaramasdan, ta’kidlash, opponet fikriga qarshi chiqish, bahsga chorlash ruhida yozilganligi bilan farq qiladi. Polemik maqola muallifi opponet fikriga qarshi chiqishda o‘z pozitsiyasida qat’iy turishi, fikri aniq, tili ravshan bo‘lishi zarur.

To‘rtinchidan, polemik maqolaning jozibasini ko‘rsatib beradigan, ta’sirchanligini oshirish maqsadida sarkazm (achchiq kinoya, piching, istehzo), jizzakilik kabi jummalardan foydalanish, opponetning munosabatini ifodalashga

xizmat qiladi va bahsni takomillashtiradi. Ammo shaxsiyatga tegadigan haqorat va adovat tilidan foydalanmaslik lozim.

Yuqoridagi xulosalarga asosan, polemika mavzusini tatbiq etish va takomillashtirish bo'yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi.

Birinchi, matbuotda e'lon qilingan tahliliy-tanqidiy, dolzarb va bahstlab maqolalarni mas'ul rahbar va mutaxassislar ishtirokida muhokama qilish darkor. Chunki gazetada minglab muammo va kamchiliklar haqida bong urilsa-yu, unga mas'ul soha vakillari, rahbarlar befarq qarasa, faoliyat samarasiz bo'lib qoladi. Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan monitoring ishlari olib borish, tegishli tashkilotlarga ma'lumot jo'natish, qabul qilish va yechimiga qaratilgan harakatlar tahririyat, agentlik va mas'ul tashkilot tomonidan bartaraf etilishi lozim.

Ikkinchi, biron davriy nashrda boshlangan bahs, boshqa gazetalarda qo'llab-quvvatlanishi, takomillashishi kerak. Bu bo'yicha Jurnalistlar ijodiy uyushmasi yo'naltiruvchi pozitsiyada gavdalansa nur ustiga nur.

Uchinchi, davriy nashrda boshlangan bahs, gazetaning elektron formatiga podkast, onlayn chat, anons kabi yangi tendensiyalarda namoyish bo'lishi yoki aksincha, onlayn nashrda start olgan bahsning davomi davriy nashrlarda davom etishi lozim. Bu bilan gazeta savodxonligiga erishish mumkin.

To'rtinchi, davriy nashrlarda tashkil etilgan bahslarda auditoriya ishtirokini ta'minlash va rag'batlantirish orqali gazeta targ'ibotini olib borish.

Beshinchi, universitet, maktab qolaversa tahririyatlar qoshida "Bahslashish ilmi", "Polemika san'ati" kabi o'quv kurslarini tashkillashtirish va mushtariylarni, talaba yoshlarni jalb qilish lozim.

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

**УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

АТАКУЛОВА ЭЪТИКОДХОН САЛАХИТДИНОВНА

**РОЛЬ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛЕМИКИ В ОПРЕДЕЛЕНИИ
ПЕРСПЕКТИВЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

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

Ташкент–2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии за № B2023.3.PhD/Fil3938.

Диссертация выполнена в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета по адресу (www.uzjoku.uz) и на Информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziyo.net).

Научный руководитель: **Ташпулатова Назира Курбановна**
кандидат филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Маматова Якутхон Мухаммаджановна**
доктор филологических наук

Дониёров Салим Мусурмонович
доктор философии (PhD) по филологическим наукам

Ведущая организация: **Узбекский государственный университет мировых языков**

Защита диссертации состоится «___» _____ 2024 года в ___ часов на заседании Научного совета PhD.30/03.12.2019.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (Адрес: 100147, г. Ташкент, Центр-5, дом 88. Тел.: (99871) 207–09–06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100147, г. Ташкент, Центр-5, дом 88. Тел.: (99871) 207–09–06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2024 года.

(реестр протокола рассылки № ___ от «___» _____ 2024 года).

Ф.А.Муминов,
председатель Научного совета по
присуждению ученых степеней, д.ф.н.,
профессор

А.И.Сафаров,
ученый секретарь Научного совета по
присуждению ученых степеней,
д.ф.ф.н. (PhD), доцент

Н.Ф.Муратова,
председатель научного семинара при Научном совете по
присуждению ученых степеней, д.ф.н.,
доцент

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В процессе глобализации содержание интернет-изданий, дискуссий на различных форумах в социальных сетях, обсуждений в видеороликах, статей, обзоров новостей, телевизионных ток-шоу, печатных и электронных газет обогащается различными спорными ситуациями. Стремительное развитие информационных технологий, плюрализма и свободы слова в мире создает новые тенденции в распространении информации. Дискуссии, проводимые в средствах массовой информации по тому или иному социальному вопросу, служат развитию плюрализма в обществе, проливают свет на существующие проблемы в процессе взаимного общения и находят их решения. В информационном обществе полемику необходимо использовать как способ воздействия на целевую аудиторию, продвижения определенной идеи, эффективного управления потоками информации и получения новых знаний. Акцент на полемическом содержании с целью развития разнообразия мнений, воспитания критического мышления, привлечения внимания аудитории становится актуальной проблемой.

Проводится множество научных исследований по изучению искусства полемики, характеристик полемического текста, влияния, современных принципов. Также важно проводить исследования полемики и полемических статей, которые считаются эффективными методами привлечения общественного внимания в условиях, когда в средствах массовой информации наблюдаются процессы трансформации и конвергенции.

В условиях нового Узбекистана большое внимание уделяется свободе слова, что приводит к развитию плюрализма в обществе, увеличению доли проблемных материалов в СМИ. «Различные споры и дебаты на информационном поле прежде всего должны быть основаны на достоверных фактах и объективности, проходить в рамках закона и этических норм, а не в целях корысти или личной мести, саморекламы. Нельзя допускать унижения личности, оскорбления чести и достоинства человека. Таким отрицательным явлениям – не место в нашем медиапространстве»¹. Отсюда возникает необходимость в научном и теоретическом обосновании роли и актуальности спорных вопросов в узбекском медиамире. Актуальность исследовательской работы находит отражение в акценте на полемическом содержании с точки зрения развития многообразия мнений в средствах массовой информации, воспитания критического мышления, привлечения внимания аудитории.

¹ Mirziyoyev Sh.M. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga tabrigi <https://qalampir.uz/uz/news/matbuot-va-ommaviy-akhborot-vositalari-khodimlariga-prezident-tabrigi5573> (Дата обращения: 02.11.2023)

Данная диссертация в определенной степени служит реализации задач, обозначенных в Законе Республики Узбекистан «О средствах массовой информации»², «О защите журналистской деятельности»³ и в Указе Президента Республики Узбекистан №УП-60 «О Стратегии развития нового Узбекистана на 2022-2026 годы»⁴, от 28 января 2022 года, в Постановлении Президента Республики Узбекистан № ПП-294 «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики»⁵ от 27 июня 2022 года и в других нормативно-правовых документах, связанных с данной деятельностью.

Соответствие исследования приоритетам развития науки и техники республики. Данное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением программы развития науки и техники I. «Формирование системы инновационных идей и путей их реализации в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовном и образовательном развитии информационного общества и демократическое государство».

Уровень изученности проблемы. В национальной журналистике роль дискуссии в публицистике, жанровые особенности, её проявления как типа статьи исследованы учеными Ф. Муминовым, Б. Досткораевым, Х. Дустмухамедовым, М. Худойкуловым, Х. Саидовым, Я. Маматовой, Н. Тошполатовой; М. Худойкулова, Н. Кадырова изучали своеобразие полемики как литературного жанра, а исследователь С. Турабова изучала научную дискуссию и ее место в философии⁶.

Исследования, отражающие теоретические основы работ, связанных с понятием полемики, полемическими текстами и их особенностями изучались в диссертациях и научных статьях таких ученых стран СНГ, как А. Тертичный, Ю. Засурский, А. Шестерина, П. Смирнов, А. Ивин, Э. Линнес,

² Закон Республики Узбекистан «О средствах массовой информации». <https://lex.uz/uz/docs/53112>

³ Закон Республики Узбекистан «О защите профессиональной деятельности журналиста». <https://lex.uz/docs/2024>

⁴ Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы». <https://lex.uz/docs/5841077>

⁵ Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики». <https://lex.uz/ru/docs/6083377>

⁶ Муминов Ф.А. Полемическое искусство К. Маркса. Автореф. ... докт. филос. наук: М., 1992. С. 3. Do'stqorayev V. O'zbekiston jurnalistikasi tarixi. – Toshkent: G'.G'ulom nomidagi matbaa ijodiy uyi. 2008. B. 324; Do'stmuhammadov X. Jurnalistning kasb odobi muammolari. – Toshkent: Yangi asr avlodi. 2007. B. 15; Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. – Toshkent: Tafakkur, 2011. B.34; Маматова Ў.М. Современная периодическая печать Узбекистана: система, тематика, тенденции и проблемы функционирования. – Ташкент: Национальное общество философов Узбекистана, 2006. С. 10; Saidov H. Matbuot – milliy manfaatlar himoyachisi. – Toshkent: Ma'naviyat, 2008. B.36; Nazira Qurbon. Tahliliy jurnalistika: o'quv qo'llanma. – Toshkent: Bayoz, 2019. B. 110; Turabova S. Ilmiy bahs (debat, diskussiya, polemika, disput) ning mantiqiy-epistemik tahlili. – Toshkent: Surxon nashr, 2020. B.15; Xudoyqulova M.A. O'zbek tanqidchiligida bahs: tabiati va taraqqiyoti. fil.fan.falsafa doktori (PhD) avtoreferat.-Buxoro, 2022. <https://buxdu.uz/39-nashrlar/155/155-ilmiy-axborot-jurnali>. (Murojaat sanasi: 05.08.2023)<https://fayllar.org/buhoro-davlat-universiteti-uzuridagi-ilmij-darajaberuvchi-phd.html?page=8>(Murojaat sanasi: 12.10.2023)

Т. Синенко, Л. Седов, С. Поварнин, В. Родос, Л. Павлова, Н. Прошунин, Ю. Тимошенко, С. Минеев⁷. Роль полемики в мировых СМИ исследовались А. Гордоном, Дж. Галлопом, Д. Уолтоном, Э. Пойлетом, Р. Эрлом, Дж. Херрингом, С. Осмондом⁸.

Связь темы исследования с планами научно-исследовательской работы высшего образовательного учреждения, на базе которого выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательской работы Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана в рамках практического проекта по теме «Актуальные проблемы теории, истории и перспективы масс-медиа».

Целью исследования является изучение понятия «полемики», его определения, классификации, отличия от других видов дискуссий, путем анализа полемических статей, опубликованных в прессе.

Задачи исследования:

классификация понятия «полемика», его определения, подхода, отличия от других видов дискуссии;

изучение и систематизация эволюции полемических статей в разрезе исторических периодов;

определение роли полемических статей в джажидской прессе;

определение полемических статей как ведущего индикатора в обеспечении свободы слова и печати;

классификация полемических материалов в национальной прессе по тематике и жанровому признаку;

⁷ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 56; Засурский Я.Н. Журналистика переходного периода: современные концепции и практика / Сб. «Актуальные проблемы журналистики». Материалы научно-практической конференции «Журналистика в 1996». С. 22; Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Воронеж, 2004. <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoipresse?ysclid=lielyfda5i151302893>; Смирнов П.С. Полемика о перстосложении в XVIII и XIX столетиях. – СПб.: СПбПДА, 2009. (www.spbda.ru); Ивин А.А. Искусство правильно мыслить. – М.: Просвещение, 1990. С. 125; Линнас Э.А. Критический анализ дискурса политической полемики: на материале электронных СМИ. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: МГУ, 2006. С.15; Синенко Т.В. Полемика в Рунете: функциональные, структурные, тематические и жанровые особенности. Автореф. дис. ... докт. филос. наук. – Воронеж, 2008. С. 26; Седова Л.Н. Основы полемического мастерства: учебное пособие. – Харьков: ХНЕУ им. С. Кучнеса, 2014. С. 178; Поварнин С.И. Спор. О теории и практике спора. – М.: Технологическая школа бизнеса, 2008. С. 45; Родос В.Б. Теория и практика полемика. Томск: Томский государственный университет им. В.В.Куйбышева, 1989. С. 16; Павлова Л.Г. Спор, дискуссия, полемика. – М.: Просвещение, 1991. С. 5; Прошунин Н.Ф. Что такое полемика? – М.: Политиздат, 1985. С. 19; Минеева С.А. Полемика, диспут, дискуссия. – М.: Знание, 1990. С. 17; Тимошенко Е.Д. Анализ приёмов и методов полемики в материалах Швейцарской газеты "Тан": 2007–2010 гг. Автореф. дис. ... канд. филос. наук, 2011. С.10.

⁸ Gordon A. Controversies in media etics. - New York: Routledge, 2011. P.5; Gallop J. Polemic critical or uncritical. -New York: Routledge, 2004. P.15; Walton D. The place of emotion in argument. - Pennsylvania: 1992. P.13; Roulet E., Fillietaz L., Grobet A., Bürger M. Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours. Berne: 2001. P.8; Earl R. Hutchison, Sr. Writing for Mass Communication/Hutchison R. – London: Earl. Longman Group Ltd., 1986. P. 9; Jonathan Herring. Art Controversy. Prentice Hall life is an Imprint of Pearson, 2011. P.19. Candace Osmond. Polemic vs Polemical – What's the Difference? <https://grammarist.com/author/candaceosmond/> (Мурожаат санаси: 30.03.2024).

анализ факторов снижения спроса на печатные издания и дискуссий вокруг них;

раскрытие проблем адаптации печатных изданий к конвергентной медиасреде в полемических статьях, опубликованных в прессе;

определение и классификация роли заголовка и подзаголовка в полемических статьях, опубликованных в национальной прессе;

анализ вопросов языка и стиля в полемических статьях, авторской позиции;

анализ вопросов этики в полемических статьях.

Объектом исследования были выбраны полемические статьи, опубликованные в национальных изданиях «Yangi O'zbekiston», «Hurriyat», «Ishonch», «Jamiyat», «Ma'rifat», «XXI asr», интернет-издания «Kun.uz», «Daryo», «Oyina.uz».

Предметом исследования стали особенности дискуссии, роль и возможности полемической статьи в системе аналитических жанров журналистики, методы и разновидности полемики.

Методы исследования. В процессе исследования использованы теоретические (аналитический синтетический, историко-сравнительный, структурно-типологический), аналитические (анализ, синтез, индукция, дедукция, конкретизация); социологические (наблюдение, контент-анализ), прогностические (мысленный эксперимент, обобщение независимых оценок и др.) методы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

обосновывается роль полемики в развитии массовых коммуникаций, эволюционно систематизируются такие ее исторические проявления, как эристика, софистика, диалектика в джадидской печати;

проявление сторон, участвующих в дебатах, в роли «оппонента» или «пропонента», исходя из требований полемики, подтверждается скандальными статьями, опубликованными в национальных изданиях;

обосновывается важность таких компонентов, как возможность выражать свободное мнение в полемических статьях, развитие критического мышления, плюрализм в демонстрации существования свободы слова и печати в условиях нового Узбекистана;

классифицированы по тематическому признаку споры о выживании прессы в условиях новых технологий, доказано, что категории пространства и времени не имеют значения для получения новых знаний путем информирования аудитории и поощрения ее критического мышления.

Практические результаты исследования. Для студентов и аспирантов Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана разработаны учебный и рабочие программы, тексты лекций, презентации и видеоматериалы по предметам «Полемика в журналистике», «Полемика и критическое мышление в журналистике».

Достоверность результатов исследования определяется использованным в работе подходом и методами, теоретическим материалом, полученным из научной литературы, анализируемых в рамках темы печатных и электронных публикаций, соответствующих телепередач, анализом Интернет-ресурсов при изучении мирового опыта, обеспечением качества тестовых работ и результатов исследования, использованием методов сравнения и сопоставления, и тем, что они одобрены соответствующими организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования заключается в том, что изученные и разработанные теоретические концепции, проведенный анализ могут быть использованы в практике преподавания журналистики, анализе полемических статей и выявлении их общих и уникальных аспектов. Материалы исследования имеют практический и теоретический вес в разработке курсов по искусству полемики, науки споров, места полемического произведения в системе жанров и его аналитическим особенностям. В этих целях становится очевидной необходимость теоретического исследования данной темы и разработки рекомендаций для журналистской практики.

Внедрение результатов исследования. На основе выводов и практических предложений относительно роли полемики в определении перспективы национальной прессы и ее интеграции в национальные средства массовой информации:

в целях совершенствования дискуссий, поднимаемых в газете, повышения привлекательности их рекомендаций, разработанные по языку и стилю полемической статьи, а также современные требования к заголовку полемической статьи и научно-теоретические выводы были внедрены в деятельность редакций газет «Ишонч» и «Доверие» (Справка Федерации профсоюзов Узбекистана № ISH-06/455 от 1 апреля 2024 года). В результате были поддержаны предложения о размещении полемических статей, опубликованных в газете, на сайте газеты в виде подкаста, онлайн-чата, анонса, что было внедрено в процесс эффективного налаживания деятельности сайта газеты;

одним из эффективных способов привлечения внимания аудитории в информированном обществе является развитие плюрализма и критического мышления в обществе путем публикации полемических статей, из выводов и рекомендаций, таких как наличие таких аспектов, как “пропанент” и “оппонент” в полемических статьях “Oyina.uz ” внедрен в процесс эффективного налаживания деятельности портала. (Справка Республиканского центра духовности и просвещения от 21 июня 2024 года № иш-06/455, а также “Oyina.uz от 21 июня 2024 года № 27). В результате была достигнута организация проекта голосового чата, который вошел как новая тенденция, и повышение восприимчивости к полемическому контенту;

предложения и рекомендации, разработанные для привлечения внимания аудитории к периодическим изданиям, обеспечения места полемическим статьям в изданиях по вопросам развития плюрализма и критического мышления, были внедрены в деятельность редакции газеты «Hurriyat» (Справка Союза журналистов Узбекистана № 02/18-22 от 1 апреля 2024 г.). В результате дискуссия, начатая в одном периодическом издании, была поддержана и усовершенствована в других газетах, координатором которой выступил Союз журналистов Узбекистана;

объясняются научно-теоретические основы полемических статей, публикуемых в партийных изданиях, важность эффективного применения партийной деятельности в предвыборных процессах, практическое значение полемики как метода пропаганды. Рекомендации, выработанные в отношении языка и стиля статьи как вида жанра, авторского подхода, а также предложения и современные требования к заголовку полемической статьи и ее роли в решении поднятой проблемы были использованы в деятельности газеты «XXI asr» (Справка Либерально-демократической партии Узбекистана № 01-27/189 от 4 апреля 2024 года). В результате были укреплены профессиональные знания о положительном влиянии полемической статьи на периодические издания в развитии критического мышления, плюрализма, осуществлении пропаганды.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования были обсуждены на 7 научно-практических конференциях, в частности на 5 международных и 2 республиканских.

Публикация результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 12 научных работ, в том числе 6 в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 3 статьи в республиканских и 3 в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем работы составляет 132 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность и необходимость темы диссертации, определяются цели и задачи, объект и предмет исследования. Раскрывается соответствие диссертации приоритетным направлениям развития науки и техники Республики Узбекистан, подчеркивается ее научная новизна и практическая значимость. Приводится научная и практическая значимость, внедрение полученных результатов, а также, информация об апробации результатов и структуре диссертации.

Первая глава диссертации **«Роль полемики в истории массовых коммуникаций»** состоит из трех параграфов. В первом параграфе «Необходимость появления понятия полемики в печати» рассматриваются теоретические научные подходы к истории понятия «полемика».

В своей сознательной жизни мы часто говорим, что в споре рождается истина. Это выражение, которое уже испокон веков передается от одного поколения другому, свидетельствует о том, что оно прошло долгий исторический путь развития, имеет определенную теоретическую основу. Исследователь М. Исмаилов отмечает, что понятие спора возникло еще в Древней Греции в устном общении до появления письменности и ценилось на уровне искусства как проявление таланта, мастерства оратора. В Древней Греции ораторы уделяли особое внимание осмысленности и преемственности в своей речи, старались выступать с доказательствами и фактами⁹. В поиске решений тех или иных конфликтных ситуаций в обществе большое значение имела речь ораторов и полемика в ней. Таким образом, полемика – это одна из древнейших, традиционно точных форм общения, проникшая в наше мировоззрение, образ жизни в непосредственной связи с риторикой и ораторским искусством задолго до появления журналистики, формирования редакционных коллективов. Невозможно обойти риторический подход к изучению полемики, поскольку, как отмечает С. Гиндин, объектом риторики может быть любое речевое общение, рассматриваемое с точки зрения реализации определенных вещей¹⁰. Теория споров возникла в Древней Греции в связи с потребностями судебной практики, морали и риторики. По определению Аристотеля, основоположника риторики как науки, полемика – это способность находить возможные способы убеждения по каждому предмету, общие принципы ведения спора¹¹. Здесь мы сосредоточимся на определениях, данных полемике различными учеными-исследователями.

Исследователь А. Шестерина в своей монографии отмечает, что полемика заимствована из греческого языка, где «polemikos» означает воинственный, враждебный, процесс конкурентного обмена мнениями, выражение позиций, чтобы доказать правильность своей точки зрения и

⁹ Ismoilov M., Toshmammedova L. Notiqlik san'ati. O'quv qo'llanma. - T.: Noshir, 2019. - B.11.

¹⁰ Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 44 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoipresse?ysclid=lielyfda5i151302893> (Дата обращения: 05.05.2023).

¹¹ Публичные дебаты и полемика диалогическая риторика, 2023.

URL:<https://studfile.net/preview/7775792/page:15/> (Дата обращения: 24.12.2023)

некорректность позиции противника¹². А в Толковом словаре русского языка сказано, что полемика происходит от слова «polemikos», имеющего значения «воинственный, враждебный, атакующий». Также в различных источниках указывается, что полемика – это спор во время обсуждения какой-либо проблемы¹³, уточнения вопросов, вид диалога, который проходит в форме интеллектуальной дуэли, в которой каждый из участников обосновывает и аргументирует свою позицию, а также критикует и отвергает высказывания оппонента¹⁴.

В Оксфордском словаре полемика объясняется в том смысле, что вокруг человека или предмета происходит публичное обсуждение и дискуссия о чем-то, с чем многие категорически не согласны, считают это плохим, вызывает восхищение или споры¹⁵. Русский логик Л. Павлова описывает полемику как науку убеждения. Она считает, что полемика учит подкреплять мнение убедительными и не вызывающими сомнений доказательствами, особенно научными¹⁶. Другой ученый А. Ивин дополняет ее мысли, отмечая, что интерес к таким явлениям возникает в обществе из-за необходимости убеждать посредством речи, а не принуждения, насилия, угроз и т. д.¹⁷ Исследовательница С. Турабова изучает в качестве научного спора четыре вида споров (дебаты, дискуссии, полемику, диспут). Определяя полемику, она отмечает, что полемика – это спор, воплощающий в себе конфронтацию и противостояние сторон, идей и дискурсов. Она учит обосновывать мысль научными доказательствами¹⁸. В русском энциклопедическом словаре сказано, что полемика – это спор по литературному, художественному, научному, политическому вопросу или явлению, социальному вопросу, скандалы, разжигаемые в прессе из-за какого-то общего интереса, вид спора, в котором каждый пытается доказать правильность своей позиции¹⁹. По нашему мнению, **полемика – это разновидность дискуссии по конкретному социальному вопросу, основанная на противоречивых мнениях и аргументах, которые служат для формирования отношения и плюрализма в обществе.** Мы проанализировали источники, изученные в ходе исследования, исходя именно из этого определения.

Во втором параграфе главы «Первые проявления полемики в джадидской прессе» исследуются вопросы специфики полемических статей, их проявления в науке зарубежной и национальной журналистики, роли в джадидской прессе, их функция в периодических изданиях. В процессе

¹² Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 44 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoipresse?ysclid=lielyfda5i151302893> (Дата обращения: 05.05.2023).

¹³ Ожегов С., Шведова Н. Толковый словарь русского языка. URL: http://ozhegov.info/slovar/?q=%D0%9F*&pg=149&ind=N (Дата обращения: 24.04.2023).

¹⁴ Родос В.Б. Теория и практика полемики. – Томск: Томский государственный университет им. В.В. Куйбышева, 1989. – С.10.

¹⁵ Oxford Learner's Dictionaries. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/?ysclid=ludli4012r915613306>

¹⁶ Павлова Л. Спор, дискуссия, полемика. – М.: Просвещение, 1991. – С. 6.

¹⁷ Абрамов С. Война и журнал: о страницах «Нового мира» сорокалетней давности. – М.: Новый мир, 1985. – С. 225.

¹⁸ Turobova S. Ilmiy bahs (debat, diskussiya, polemika, disput)ning mantiqiy-epistemik tahlili. Monografiya. Surxon-Nashr. –Termiz, 2020.

¹⁹ Энциклопедический словарь / Под редакцией Ивина А.А. – М.: Гардарики, 2004.

глобализации, анализируя содержание онлайн-изданий, мы сталкиваемся с различными дискуссионными ситуациями, спорами на различных форумах в социальных сетях, обсуждениями в видео, статьях, комментариях к сообщениям, телевизионных ток-шоу, печатных и электронных газетах. В последние годы мы стали свидетелями учащения подобных случаев по сравнению с предыдущими. Это может быть напрямую связано с развитием информационных технологий, плюрализмом и свободой слова. В разрешении споров в негативном или позитивном ключе важное значение приобретает конфликт между сторонами, столкновение мнений, процесс достижения консенсуса в ходе споров. Следует отметить, что теоретики, занимающиеся исследованием жанров журналистики, выделяют газетные материалы дискуссионного (полемического) содержания вокруг определенных тем в виде дискуссионной (полемической) статьи²⁰. В частности, русский ученый А. Тертычный называет такие статьи полемическими и поясняет, что они часто встречаются в независимых изданиях²¹.

Полемические статьи обычно попадают в прессу, когда вокруг определенной проблемы возникают дискуссии, споры, мультикультурализм (плюрализм) в той или иной сфере общества. Автор полемической статьи стремится опровергнуть позицию оппонента и доказать, подтвердить свои аргументы. Следовательно, полемист (человек, вступающий в спор) также должен обладать искусством доказательства и опровержения²². Пороки и дискуссионные темы, возникающие в обществе, порождаются спорами, столкновениями различных мнений, противостояниями. В спорных статьях, опубликованных в периодических изданиях, авторы вступают в дискуссию, отстаивая свою позицию, поскольку каждый пытается доказать свою точку зрения.

Появление спорных статей в узбекской прессе напрямую связано с историей возникновения газет. Кандидат филологических наук Б. Дусткараев считает, что полемические статьи в узбекской национальной прессе начали появляться в конце XIX–начале XX века в периодических изданиях под рубриками «дискуссия», «спор», «дебат», «процесс»²³. Спорные выступления в истории узбекской прессы напрямую связаны с джадидской прессой. Каждое движение представителей джадидов отражало такие идеи, как дебаты, споры, дискуссии.

В зарубежной прессе в XVIII веке газета «New England Kurant» вошла в историю тем, что начала дискуссию на общественно-политическую тему. Ее ранний этап можно отнести к 1721 году. Развитие газеты «New England Kurant», являющейся политическим изданием Джеймса Франклина,

²⁰ Nazira Qurbon. Tahliliy jurnalistika: o'quv qo'llanma. – Toshkent: Bayoz, 2019. B. 110.

²¹ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 112.

²² Там же.

²³ Do'stqorayev B. O'zbekiston jurnalistikasi tarixi. – Toshkent. G'.G'ulom nomidagi nashriyot-matbaa ijodiy uyi, 2009. B. 341.

пришлось на момент пика распространения эпидемии острого инфекционного заболевания и усиления паники в Бостоне²⁴.

Третий параграф главы озаглавлен «Роль полемики в обеспечении свободы слова и печати». Не подлежит сомнению, что пресса – это зеркало, показывающее плюрализм в обществе, взгляды людей на свободу мысли и слова, обеспеченность прав человека. Там, где есть пресса, будут споры о свободе слова, и это естественный процесс. Поскольку демократия – это прежде всего беспристрастность, баланс, спор, отношение, компромисс. Компромисс с мнением – это проявление терпения к мысли, достижение приоритета общественного мнения²⁵. Единственный способ формирования плюрализма в обществе по поводу различных социальных вопросов гарантируется достижением свободы прессы. Поэтому он считался высшей ценностью во все времена. Чтобы добиться свободного выражения мысли, установления истины, справедливости, человечество долгое время вело кровопролитную борьбу, унесшую немало жизней.

Приоритет потребности в выражении свободы мысли привел к тому, что Сократа избивали за каждую мысль, и он выпил яд, спору между Протагором и его учеником Эватлом²⁶, Рене Декарт был подвергнут пыткам за продвижение мнения «Я мыслю – следовательно, существую», Мансур Халлодж был повешен, а с Насими живьем была содрана кожа. Одной из главных причин репрессий узбекских просветителей в начале XX века было их стремление к свободе мысли, пропаганда необходимости обеспечения свободы слова и мысли в обществе через периодическую печать. Политический деятель, писатель Томас Джефферсон уважал свободу слова и сделал заявление, что если бы ему сказали, решите, нужно ли вам правительство без газет или газеты без правительства, он бы без колебаний выбрал последнее²⁷. Исходя из этой мысли, нетрудно понять, что общественное управление важнее государственного в демократическом обществе. Ярким примером свободы слова в прессе 1990-х годов служит журнал «Диалог», который начал свою деятельность 1 октября того года. Во всех газетах и журналах в этот период звучал марксистский призыв «Пролетарии всего мира, соединяйтесь!». Журнал «Диалог» вошел в историю как первый журнал, отказавшийся от этого лозунга. Вместо этого было использовано мудрое изречение Алишера Навои «Одами эрсанг демагил одами, ониким йук гамидин гамми» («Если ты человек, не называй человеком того, кому нет дела до других»)²⁸.

²⁴ Nurmatov A., Do'stqorayev B., Mo'minov F., Saidov H., Toshpo'latova N., Maxsumova S. *Jurnalistika nazariyasi, tarixi va taraqqiyoti*. – Тошкент: O'zbekiston, 2019, B. 526.

²⁵ Do'stmuhammad X. *Ommaviy axborot vositalarini rivojlantirishning demokratik andozalari*. – Тошкент: O'zbekiston, 2005. B. 39-40.

²⁶ Haqiqat manzaralari. 100 mumtoz faylasuf. Takdirlar, hikmatlar, aforizmlar. – Тошкент: Yangi asr avlodi, 2013. B. 55.

²⁷ Nurmatov A., Do'stqorayev B., Mo'minov F., Saidov H., Toshpo'latova N., Maxsumova S. *Jurnalistika nazariyasi, tarixi va taraqqiyoti*. – Тошкент: O'zbekiston, 2019, -B.120.

²⁸ Abduazizova N. *Mustaqil O'zbekiston jurnalistikasi tarixi (yangilanish va ravnaq topish jarayonlari)*. Тошкент: Akademiya, 2007. B. 35.

Дебаты – это особая форма доказательства мнения противоборствующих сторон, сформировавшаяся с древних времен истории человечества. Полемика, применяемая как приемлемый метод поиска решения вопроса, появилась в результате развития ораторского искусства и искусства оспаривания сначала в устных, а затем и в письменных источниках.

Вторая глава диссертации «**Перспектива национальной прессы - как ведущая тема полемики**» состоит из трех параграфов. В первом параграфе под заголовком «Проявление статей в национальной прессе в современной полемике в разрезе жанров» анализируется проявление полемических статей в периодических изданиях в разрезе жанров. Подобно тому, как текст составляет содержание каждой статьи, текст полемической статьи используется с понятием полемического текста. Русская исследовательница А. М. Шестерина выделяет две группы жанровых систем полемических текстов. К диалогической группе (интервью-противопоставление, беседа) относится монологическая группа (полемическая статья, полемическая переписка, полемический комментарий, полемическое письмо)²⁹.

Интервью строится по типу ответа на вопрос, а социально значимое, проблемное событие используется для получения первичной информации о событиях. В этом жанре, чаще встречающемся на страницах «желтой» прессы, позиция автора в основном проявляется в комментариях, добавленных к ответу собеседника, а может и вовсе отсутствовать. Принимая во внимание, что интервьюер может свободно вступать в дискуссию с автором в проблемном вопросе, который поднимают обе стороны, респондент и автор должны обладать глубокими знаниями и опытом в рамках темы. Каждый участник может быть воплощен в своей позиции или наоборот.

Беседа немного отличается от охвата тем, поднимаемых в интервью-противопоставлении. Во взаимном споре стороны стараются оставаться на своих позициях.

Полемическая переписка часто используется в узком кругу небольших проблемных ситуаций, а не при обсуждении массовых проблем. В журналистике во многих случаях можно процитировать переписку автора с аудиторией, которая обсуждалась в рамках темы.

Полемический комментарий – это комментарий, в котором в отличие от обычных комментариев перед анализом информационного явления анализируется речь оппонента.

Полемическое письмо – это жанр, считающийся несколько свободным жанром, в котором присутствует пафос обвинения в каком-либо событии. Он всегда начинается с обращения, факты упоминаются один за другим. Обычно заключение заканчивается авторской позицией, его мнением по теме, предложением.

²⁹ Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 44 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/polemicheskii-tekst-v-sovremennoi-presse?ysclid=lielyfda5i151302893> (Дата обращения: 15.05.2023).

Одним из самых распространенных жанров является **полемическая статья**. Создание полемической статьи традиционно начинается с формулировки основной идеи, которую защищает автор. Иногда эта мысль может быть выражена в виде указания или ссылки на обстоятельства, которые уже известны читателю. Такие статьи обычно публикуются, когда в обществе возникают споры по важным вопросам. В полемической статье чувствуется наличие отрицательной оценки самого процесса или сложившихся к нему отношений³⁰.

Т.В. Синенко считает, что любое общественно значимое явление, вызывающее определенный резонанс в обществе, находит отражение в полемических статьях³¹. Немного дополняя это определение, мы считаем, что полемическая статья проявляется в различных социально значимых темах и служит основой при вынесении суждений по тому или иному вопросу.

Второй параграф озаглавлен *«Проблемы адаптации прессы к современной медиасреде»*. Вошедшие в нашу жизнь новые технологии не только расширили возможности журналистики, но и породили новые тенденции. В мировом опыте этот процесс начался гораздо раньше. С.М. Гуревич в пособии «Газета вчера, сегодня, завтра» пишет, что канадский телевизионный исследователь Маршалл Маклюэн сказал, что газета претерпела кризис и не сможет выжить. Однако эти прогнозы не сбылись. Газета не умерла, она смогла адаптироваться к новым веяниям³². В узбекской прессе тоже найдутся те, кто мыслит как Маклюэн. В частности, как рассуждает Комил Алламджанов, *пандемия COVID-19 ускорила постепенное исчезновение печатных изданий, следовательно, он не видит их будущего. Он подчеркивает, что на самом деле, даже когда эти кризисы еще не начались, газеты уже были пережитком прошлого. Жизнь у газеты коротка. Газета уже давно не входит в список обязательных покупок*³³.

Как сказал известный британский социолог, теоретик массовых коммуникаций Денис Маккуэйл, СМИ находятся в точке пересечения трех важных сил – экономики, политики и технологий. Ученые-исследователи, такие как Мануэл Кастельс, Майкл Паркс, Брегтье ван дер Хаак, задавались вопросом «Почему традиционная журналистика находится в глубоком кризисе?» Пытаясь найти ответ на вопрос «почему?», они связывают этот «кризис» с уникальной бизнес-моделью традиционных СМИ, поскольку теперь каждый человек имеет доступ к информации из любого источника. Вдобавок ко всему, увеличилось количество каналов, предоставляющих информацию бесплатно. В результате обязательства СМИ платить за

³⁰ Аникевич Ю.С. Полемические жанры на страницах республиканской и областной прессы. URL:<https://ebooks.grsu.by/philologos/anikevich-yu-s-polemicheskie-zhanry-na-stranitsakh-respublikanskoj-i-oblastnoj-pressy.htm> (Мурожаат санаси: 01.03.2024)

³¹ Синенко Т.В. Жанровая специфика сетевой полемики // Вестник ВГУ, серия «Филология. Журналистика», 2008, № 1. С. 215.

³² Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-пресс, 2004. С. 27.

³³ <https://kun.uz/08080560?ysclid=lq671hyrro951641453> (Мурожаат санаси: 15.12.2022).

информацию снижаются день ото дня. Вот почему аудитория меньше обращается к газетам в информационных целях³⁴.

По нашему мнению, данное суждение ученого немного спорное, поскольку при подписке на газету оплата информации производится только один раз, а затем доставляется в течение года. Однако для получения информации из Интернета к ней обращаются снова и снова, в результате чего средства тратятся каждую секунду. По мнению С. Гуревича, газета как голос общества должна раскрывать возможность общения с аудиторией перед любой социальной группой, любой социальной структурой. Для этого достаточно создать газету, информирующую о взглядах, позициях, программах такой группы³⁵.

Третий параграф главы озаглавлен **«Снижение потребности в печатных изданиях и споры вокруг них»**. В ходе проведенного анализа было установлено, что снижение потребности в печатных изданиях обусловлено следующими факторами:

во-первых, подписка на газеты и журналы была обязательной в различных организациях. Понятие добровольной подписки даже не сформировалось;

во-вторых, проблема несвоевременной доставки газет и журналов с обязательной подпиской до адресатов. Эта задача возлагается на распространителей прессы или ООО. За счет накопленных от подписчиков средств (а это составляет огромную сумму) не было улучшено экономическое положение ни редакции, ни журналистов. Более того, всегда были трудности с получением изданий, что отбило желание подписчиков от чтения газет;

в-третьих, газета плохо налаживает контакт со своим читателем. На местах не были проведены встречи, различные конкурсы, проекты по привлечению подрастающего поколения. В результате молодежь дошла до того, что даже не знала названия газеты, не говоря уже о навыках их чтения;

в-четвертых, не на должном уровне проводится пропаганда газет. Для этого редакция не использовала такие методы саморекламы, как поощрение подписчиков, предоставление подписчикам в течение года акций, скидок на следующий год посредством освещения этого процесса в публикациях. Если обратиться к зарубежному опыту, можно увидеть, что в Турции принято предоставлять книги, в частности энциклопедии, ваучеры, купоны, организациям или частным лицам с хорошей подпиской;

в-пятых, в газете было слишком много шаблонных статей, многие из которых начинались с «возможностей, созданных в стране», и продолжались событиями. В эпоху развития Интернета газета перешла на простой способ подготовки статей для последних полос, когда журналисты не выходили из

³⁴ Nurmatov A. Mustaqillik yillarida O'zbekistonda bosma nashrlar va media taraqqiyoti. Medialingvistika: nazariya va amaliyot. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. 2021-yil 17-noyabr.

³⁵ Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-пресс, 2004. С. 28.

комнаты, создавая материалы на основе информации из Интернета. Так произошел отрыв от общества. У журналистов сформировалось умение делать статьи, не выходя из комнаты;

в-шестых, возможность приобретения газет только в специализированных киосках (с 2017 года их тоже почти нет). Следовательно, необходимо рассмотреть вопрос об увеличении количества мест, где их можно купить: в различных супермаркетах, автобусах, метро, поездах. При необходимости можно было какое-то время продвигать газетный бренд на рынке через бесплатное распространение. В этом вопросе редакциям газет не хватало специализированных маркетологов;

в-седьмых, экономическая необеспеченность журналистов, в результате чего редакция не смогла покрыть зарплату, гонорары и другие потребности сотрудника. Так увеличилось количество кадров, еле сводящих концы с концами;

в-восьмых, высокая себестоимость газет. Было бы доступнее приобретать их по одному экземпляру, чем по цене годовой подписки. Однако в мировом опыте все наоборот. Например, в Великобритании издание «The Economist» стоит 3 фунта стерлингов в магазине и 1 фунт стерлингов по подписке, то есть в 3 раза дешевле. В этом и заключается парадокс: иногда цена по подписке дороже продаваемой. И рядовой читатель снова обвиняет в этом газету.

В качестве последнего фактора мы сочли необходимым включить равнодушие главного редактора, учредителя и руководителей ответственных организаций. Причина в том, что на местах есть главные редакторы, которые продолжают работать традиционным способом, основатели, которые не заботятся о будущем своего издания, руководители организаций, которые забыли свои навыки чтения газет, – вот некоторые из болевых точек проблемы. Проще говоря, тот факт, что трио «газета – распространитель – аудитория» не наладило сотрудничество друг с другом, каждый действовал по-своему, вызвал ряд проблем, подобных описанным выше.

Третья глава диссертации озаглавлена «Вопросы эффективности полемики и мастерства в определении перспективы национальной прессы». Ее первый параграф озаглавлен *«Специфика выбора заголовка и подзаголовка в полемических статьях».* Заголовки полемических статей отличаются от заголовков обычных статей. Хотя теоретические научные взгляды применимы к общим заголовкам, они не всегда применимы к полемическим статьям, поскольку в статьях такого содержания обычно используются резонансные, привлекающие внимание заголовки и подзаголовки, подтверждающие мнение автора. То есть заголовок полемической статьи часто используется для того, чтобы показать несогласие автора с какой-то ситуацией, его возражение кому-то.

Рассмотрим примеры полемических статей, направленных на определение отношения к национальной прессе, пути ее современной деятельности или ее перспективы. Обратим внимание на такие заголовки, где чувствуется дух несогласия или утверждения: «Смотрите правде в глаза,

господин!»³⁶, «В единении много поучительного»³⁷, «Можно ли создать фундамент будущего без прессы?»³⁸, «Печатные издания нуждаются во внимании»³⁹, «Бросайте камень обдуманно!»⁴⁰. Существует несколько научных взглядов на функции, которые выполняет синтаксическая структура художественных, публицистических, научных текстов и газетных заголовков. Исследователи в этой области рекомендуют изучать заголовки по следующим видам в зависимости от их функции: называть, дифференцировать, сообщать, рекламировать, убеждать, инструктировать, продвигать, ссылаться, кратко комментировать. В заголовках полемических статей на тему сохранения изучаемой нами национальной прессы часто встречаются способы убеждения, наставления, пропаганды и обращения к указанным выше видам.

Второй параграф главы озаглавлен **«Язык и стиль дискуссий по развитию прессы, авторская позиция»**. В большинстве полемических статей, посвященных развитию современной прессы, позиция автора направлена на сохранение прессы. Однако в позиции авторов, выступающих против такой позиции, на первый план выходит тенденция к адаптации. В частности, Шухрат Шокиржанов в статьях, написанных в рамках данной темы, выражает позицию против «обязательной подписки». В его статьях под заголовками «Схема обязательной подписки. Что хорошего в публикациях, навязываемых читателю?»⁴¹, «Как подписаться на периодические издания по желанию, а не по принуждению»⁴², «Имеют ли право на жизнь публикации, которые выживают только за счет обязательной подписки?»⁴³ выдвигается твердое суждение о том, что на самом деле это считается принуждением, что противоречит закону. В то же время, описывая идеальную подписку, он рассуждает, что любая публикация должна привлекать людей, рекламировать и продвигать, проводить встречи с клиентами и организовывать подписки, не используя рычаги власти, руководителей предприятий и организаций. В указанных выше статьях автор не ограничивается только мнением или суждением. Как беспристрастный человек он выражает свой подход, предлагает меры по решению проблемы. Мы считаем, что аргументы и соображения, представленные в статье, намного ближе к истине с точки зрения глобализированного общества. Личные убеждения, ценности журналиста, общая картина мировоззрения составляют позицию, личную точку зрения автора. Это состояние может быть выражено в материале прямо

³⁶ “Hurriyat” gazetasi, 2022-yil 21-aprel.

³⁷ “Hurriyat” gazetasi, 2022-yil 9-noyabr.

³⁸ <https://oqdaryoovozi.uz/> (Дата обращения: 10.12.2023).

³⁹ <https://oqdaryoovozi.uz/> (Дата обращения: 10.12.2023).

⁴⁰ <https://kun.uz/news/2018/11/26/tosingizni-ujlab-oting?ysclid=lqfg9v4gmq2791411> (Дата обращения: 10.12.2023).

⁴¹ <https://kun.uz/17438935?ysclid=lk84gzrg82561540366> (Дата обращения: 25.10.2023).

⁴² <https://kun.uz/87640872?ysclid=lk891e2ami538893793> (Murojaat sanasi: 25.11.2023).

⁴³ <https://kun.uz/99532203?ysclid=lk8rc8e1jh392549370> (Murojaat sanasi: 07.01.2023).

или косвенно, поясняет исследовательница Т.А. Туркова⁴⁴. Она выделяет основные способы выражения авторской позиции следующим образом:

- агитация;
- контрпропаганда (антиагитация);
- использование эмоционально окрашенных слов;
- снижение разговорного уровня;
- статьи, выражающие отношение автора.

Третий параграф главы посвящен *«Проблемам культуры и этики аргументации в полемике»*. В нем аргументация, отстаивание собственной точки зрения – это особый акт, определяющий общую культуру человека. От характера, знаний, мировоззрения, умений и воспитания сторон зависят правильная разработка тактики и стратегии ведения спора в переговорном процессе, соблюдение общих правил культуры ведения спора. Аргументация включает в себя несколько составляющих компонентов.

– столкновение объектно-субъектных, т. е. межличностных отношений в любом споре определяется наличием участников с обеих сторон;

– в споре, когда одна сторона выдвигает свой тезис, а противоположная ему сторона должна его критиковать, подвергать сомнению, представлять контраргумент⁴⁵. Здесь лицо, призывающее к дискуссии с различными соображениями, отстаивающее вынесенную тему, называется «пропонентом» (сторонником), а лицо, отрицающее мнение, демонстрирующее контраргумент, – «оппонентом» (противником). Во многих случаях в дебатах участвует даже обычная аудитория. В этой ситуации аудитория – это команда, которая имеет свои взгляды, точку зрения и позицию в рамках обсуждаемой темы. Активное участие аудитории проявляется в прессе, радио, на телевидении, в онлайн-СМИ, особенно телеграм-каналах, блогах, социальных сетях, что способствует развитию разнообразия мнений (плюрализма) в обществе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Изучено понятие, классификация и виды полемики, историческая необходимость ее возникновения. Polemika была объектом изучения таких наук, как философия, ораторское искусство, психология, социология. В диссертации было исследовано определение, классификация и виды этого понятия с позиций требований журналистской науки и разработано определение понятия «polemika». Согласно сформированному суждению, polemika – это вид общения по определенному социальному вопросу,

⁴⁴ Туркова Т.А. Способы выражения авторской позиции журналиста в контексте объективности <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-vyrazheniya-avtorskoy-pozitsii-zhurnalista-v-kontekste-obektivnosti/viewer> (Murojaat sanasi: 25.05.2023)

⁴⁵ Turabova S. Ilmiy bahs (debat, diskussiya, polemika, disput)ning mantiqiy-epistemik tahlili (monografiya). - Termiz. "Surxon-nashr", 2020 yil. B.84.

основанный на противоречивых мнениях и аргументах, служащий для возбуждения отношения в обществе.

2. Полемика служит развитию плюрализма в обществе. Актуальность поднимаемой темы посредством анализа полемических статей, посвященных деятельности периодики в современной прессе, значимость проблемы и роль полемики в ее разьяснении, воспитании плюрализма и критического мышления в обществе имеют важное значение. Было выявлено, что участвовавшие в дискуссиях по поднимаемой в условиях разногласий мнений проблеме, занимают позицию либо пропонента, либо оппонента.

3. Исходя из содержания дискуссий о судьбе прессы, можно сказать, что в обеспечении свободы слова и печати, пропаганде какого-либо вопроса возросла потребность в полемике.

4. В ходе исследования в посвященной данной теме полемике было выявлено следующее:

- дискуссии в прессе касаются проблем адаптации печатных изданий к конвергентной среде СМИ;

- существует множество факторов снижения потребности в печати, и споры вокруг них бескомпромиссны, не способствуют эффективности;

- в дебатах, посвященных развитию современной прессы, в глаза бросается группировка в авторской позиции, то есть сформировались такие сообщества, как сторонники и противники прессы;

- в дебатах по поднятой теме наблюдается нарушение этикета, переход к личности на языке ненависти и вражды, а также оскорбления;

- в полемических статьях, опубликованных в национальной прессе, уникальность и привлекательность заголовка и подзаголовка способствовали повышению их действенности.

5. Важность полемики заключается в дискуссиях незнакомцев, то есть пересечение категорий пространства и времени в подвергнутых анализу статьях незначительно. Каждый вступает в спор в удобном для себя месте, в удобное время и в желаемом СМИ.

6. Полемические статьи в периодических изданиях служат для воздействия на общественное мнение, пробуждения мнения аудитории по тому или иному вопросу, воспитания плюрализма и критического мышления.

7. Основной целью полемических статей является поднятие актуальной в обществе социальной проблемы, разьяснение вызвавших ее причин и привлечение внимания общественности, должностных лиц к поиску решения проблемы.

Проанализировав понятие полемики в периодических изданиях на основе статей о будущем национальной прессы, мы разработали следующие предложения.

Прежде всего остро стоит вопрос об улучшении содержания газеты. В нынешних условиях, когда скорость онлайн-СМИ становится важным принципом, полемическим статьям, посвященным текущим вопросам в обществе, следует уделять больше внимания. Если дискуссия по теме публикуется в газете в виде полемической статьи, круглого стола,

необходимо организовать подкасты и чаты в онлайн-формате, давать анонсы текущих дискуссий по теме.

Во-вторых, печатные издания относятся к процессам трансформации, конвергенции не за счет отказа от чего-либо, а за счет адаптации к зову времени, целесообразно использовать выражение «Газета адаптируется к требованиям времени», а не «Газета уходит в прошлое». Мы считаем, что необходимо не только собрать аудиторию, используя возможности государства, но и вернуть ее к чтению газет посредством различных конкурсов, акций, социальных роликов, дискуссионных статей, пропагандирующих читательскую грамотность. Посредством формирования «редакции в редакции», контентов на платформе YouTube редакция должна достичь самообеспечения.

В-третьих, название полемической статьи отличается тем, что оно выражается в духе утверждения, оспаривания мнения оппонента, призыва к дискутированию, несмотря на то, что теоретически оно основано на требованиях, предъявляемых к заголовкам. Автор полемической статьи при оспаривании мнения оппонента должен твердо стоять на своем, иметь конкретное мнение, четкий язык выражения.

В-четвертых, использование таких приемов, как сарказм (горькая ирония, насмешка, колкость), спекуляция для повышения выразительности, указывают на преимущества полемической статьи, помогает раскрыть позицию оппонента, совершенствует дискуссию. Но не следует использовать язык оскорблений и враждебности, затрагивающий личность.

На основании изложенных выше выводов были разработаны следующие рекомендации по применению и совершенствованию темы полемики.

Во-первых, необходимо обсудить опубликованные в прессе аналитико-критические, актуальные и дискуссионно-востребованные статьи в присутствии ответственных руководителей и специалистов. Если в газете будут подниматься тысячи проблем и выявляться недостатки, а ответственные за них представители отрасли, лидеры будут проявлять равнодушие, ее деятельность будет неэффективной. Действия Агентства информации и массовых коммуникаций, направленные на проведение мониторинговой работы, отправку, получение и разрешение информации соответствующим организациям, должны быть устранены редакцией, агентством и ответственной организацией.

Во-вторых, дискуссия, начатая в одном периодическом издании, должна быть поддержана и продолжена в других газетах. Союз журналистов должен выступать в этом вопросе координатором.

В-третьих, спорт, начатый в периодическом издании, должен быть представлен в новых тенденциях, таких как подкаст, онлайн-чат, анонс в электронном формате газеты или, наоборот, продолжение спора, начатого в онлайн-издании, должно быть размещено в периодическом издании. Таким образом можно достичь газетной грамотности.

В-четвертых, проводить газетную пропаганду путем обеспечения и поощрения участия аудитории в дискуссиях, организуемых в периодических изданиях.

В-пятых, при университете, школе, а также при редакциях должны быть организованы такие образовательные курсы, как «Наука о ведении спора», «Искусство полемики», куда необходимо привлекать читателей, студенческую молодежь.

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

**UNIVERSITY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATIONS OF
UZBEKISTAN**

ATAKULOVA E'TIKODKHAN SALAKHITDINOVNA

**THE ROLE OF MODERN CONTROVERSY IN DETERMINING THE
PERSPECTIVE OF THE NATIONAL PRESS**

10.00.09 – Journalism (philological sciences)

**DISSERTATION ABSTRACT OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY
(PhD) ON PHILOLOGICAL SCIENCES**

TASHKENT – 2024

The theme of the doctoral (PhD) dissertation was registered by the Supreme Attestation Commission of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under No.B2023.3.PhD/Fil3938.

The doctoral (PhD) dissertation was carried out at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan.

The abstract of the doctoral (PhD) dissertation was posted in three (Uzbek, Russian, English (resume)) languages on the website of the Scientific Council at www.tashgiv.uz and on the website of “ZiyoNet” Informational and Educational Portal at www.ziyo.net.

Scientific supervisor: **Toshpolatova Nazira Kurbanovna**
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Official opponents: **Mamatova Yokutkhon Mahammadhanovna**
Doctor of Philological Sciences.

Doniyorov Salim Musurmonovich
Doctor of Philosophy (PhD) in Philological Sciences

Leading organization: **Uzbekistan State World Languages University**

The defence of the dissertation will be held on “___” _____ 2024, at ___ at the meeting of the Scientific Council No.PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 on Award of Scientific Degrees at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (Address: House 88, Markaz 5, 100147, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

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

The abstract of the dissertation was distributed on “___” _____ 2024.

(Registry record No. ___ dated “___” _____ 2024)

F.A. Muminov
Chairman of the Scientific Council on Award of
Scientific Degrees, Doctor of Philological
Sciences, Professor

N.F. Muratova
Chairwoman of the Scientific Seminar of the Scientific
Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of
Philological Sciences

A.I. Safarov
Scientific Secretary of the Scientific Council on Award
of Scientific Degrees, Doctor of Philosophy (PhD) in
Philological Sciences, Associate Professor

INTRODUCTION (abstract of the PhD dissertation)

The aim of the research is to analyze the polemical articles published in the media in order to explore the concept of polemic, its definition and classification, and its differences from other forms of discussion.

The tasks of the research are:

- the classification of the concept of "polemic", its definitions, approaches, and differences from other forms of discussion.
- the study and systematization of the evolution of polemic articles in historical eras.
- defining the role of polemic writings in Jadid Press.
- definition of polemic writing as a key indicator for free speech and press freedom.
- classification of polymeric materials in national press by topics and genres.
- analysis of factors leading to a decline in demand for printed publications and discussions around them.
- challenges in adapting printed publications to converging media environments in polemical articles published in newspapers.
- identification and classification of roles of headlines and subheadings in polemical content published in national newspapers.
- linguistic and stylistic analysis of polemic content, including the author's stance.
- ethical considerations in polemical works.

The object of the research was polemical articles published in national publications "Yangi O'zbekiston", "Hurriyat", "Ishonch", "Jamiyat", "Ma'rifat", "XXI asr", online publications "Kun.uz", "Daryo", "Oyina.uz".

Scientific novelty of the research is as follows:

the role of polemics in the development of mass communications is substantiated, and its historical manifestations such as eristics, sophistry, and dialectics in the Jadid press are evolutionarily systematized;

the appearance of the parties involved in the debates in the role of “opponent” or “proponent”, based on the demands of the controversy, is confirmed by scandalous articles published in national publications;

the importance of such components as the ability to express free opinion in polemical articles, the development of critical thinking, and pluralism in demonstrating the existence of freedom of speech and the press in the conditions of the new Uzbekistan is substantiated;

the debates about the survival of the press in the context of new technologies are classified by topic, and it is proven that the categories of space and time are irrelevant for obtaining new knowledge by informing the audience and encouraging its critical thinking.

The implementation of the research findings, based on the conclusions and practical suggestions regarding the role of polemics in shaping the future of the national press and its integration within the national media landscape.

In order to improve the quality of the discussions raised in newspapers and increase the appeal of their recommendations, as well as to meet modern requirements for titles and conclusions, the editorial teams of "Ishonch" and "Trust" have introduced new language and style elements into polemical articles, including the use of modern titles and scientific conclusions. As a result, the newspapers supported the idea of publishing such articles in podcast, online chat or announcement formats on their websites as part of efforts to improve their online presence.

One of the most effective ways to capture the attention of the audience in today's information society is to promote pluralism and critical thinking through the publication of polemic articles. Oyina.uz has successfully incorporated this approach into its platform by introducing "proponent" and "opponent" perspectives in its content. This approach has been supported by the Republican Center for Spirituality and Education (RCS&E) in their reference dated June 21st, 2024 (ish-06/455). As a result, Oriented. buzz's voice chat project has become a popular trend, increasing the appeal of its polemic content and attracting more users.

We have introduced suggestions and recommendations to attract audience's attention to periodicals and ensure a place for polemic articles on the development of pluralism and critical thinking. These were implemented in the activities of the editorial office of the Hurriyat Newspaper (Certificate of Union of Journalists of Uzbekistan № 02/18-22 dated April 1st, 2024). As a result, discussions started in one publication, and were supported and improved by others coordinated by the Union of journalists of Uzbekistan.

The article discusses the scientific and theoretical basis for polemical articles in party media, the importance of effective party activity in electoral processes and the practical significance of polemic as a propaganda tool. It also provides recommendations for language and style in polemical writing, author's approaches,

and suggestions for modern titles and requirements for polemic articles. These recommendations were applied in the newspaper "21st Century" (published by the Liberal Democratic Party of Uzbekistan) leading to increased understanding of the positive impact of polemics on periodicals and promoting critical thinking and pluralism.

Publication of research results. On the topic of the dissertation, 12 scientific works were published, including 6 in scientific journals recommended by the Higher Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan for the publication of the main scientific results of doctoral dissertations, including 3 articles in national and 3 in foreign journals.

Structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and applications. The volume of work is 132 pages .

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (I часть; I part)

1. Atakulova E. Ommaviy kommunikatsiyalar tarixida polemikaning o'rni / O'zbekiston milliy axborot agentligi. O'zA. Ilm fan bo'limi. (elektron jurnal). 2023-yil noyabr soni. B. 116-121. (10.00.00; №33).
2. Atakulova E. "Sart" so'zi atrofidagi maqolalarda polemikaning namoyon bo'lishi. Respublika "Til va adabiyot ta'limi" ilmiy jurnal. 2023-yil. B. 45-46. (10.00.00; № 9).
3. Atakulova E. Jurnalistika istiqboli: muqarrarlik yoki mavhumlik. "O'zbekiston matbuoti" jurnali. 2023-yil. 2-3 son. B. 20-27. (10.00.00; № 5).
4. Atakulova E. The role of polemic in the history of mass communications. "Golden Brain" scientific journal, 1(35), 2023 yil.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10430881>. (ISSN:2181-4120) (E). P. 75–84. URL:
<http://sjifactor.com/passport.php?id=22571> Imp. Fac 3.587.
5. Atakulova E. Polemik bahs munozaralar va ularning janr xususiyatlari. "Academia Science". 2022-yil. P.15-20. (ISSN: 2776-0960), (SJIF:(2022):6.072) Imp.Fac (2022): 7.655.
6. Atakulova E. O'zbek davriy matbuoti rivojida polemikaga bo'lgan ehtiyojning ortishi // III. Uluslararası türk dünyasi iletişim ve sanat sempozyumu, Azerbaycan, 25-28 Ekim, 2023-yil. Bildiriler kitabı. – Bakü, 2023. – S. 333-340.
7. Atakulova E. The characteristics of choosing a title and subject in polemic articles // 1 st international western black sea communication research symposium. 26-28 апрел, 2024-yil. <https://orcid.org/0009-0001-8979-7460>
8. Atakulova E. Polemikada makon va zamon mezonlari // O'zbekiston milliy media muhitida so'z erkinligining barqarorlashuvi: tajriba va tahlil. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya. 2022-yil. Toshkent. B. 33-37.
9. Atakulova E. Adabiyotshunoslik mavzuidagi polemik maqolalarning matbuotda yoritilishi. Ommaviy axborot vositalarida til va uslub masalasi: tahlil, tasnif, qiyos. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya. 2023-yil. B. 617-624. (<https://doi.org/10.5281/zenodo.10315919>)

II bo‘lim (II часть; II part)

1. Atakulova E. So‘z va matbuot erkinligini ta‘minlashda polemikaning o‘rni. “Markaziy Osiyoda media va kommunikatsiyalar” xalqaro ilmiy jurnali. 01.04.2024 <https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi.51>
2. Atakulova E. Polemik maqolada auditoriya ishtirokining namoyon bo'lishi. Zamonaviy elektron ommaviy axborot vositalari faoliyatining taraqqiyot tendensiyalari. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari (2023-yil 22-noyabr). – Toshkent: O‘zDJTU. – B. 98-101.
3. Атакулова Э. Критерии пространства и времени в полемике// Journalism and media in the age of global change conference proceedings. Российский университет дружбы народов, конференция сборник. 2023. С. 73-76. (ISBN 978-5-209-11773-5 (т. I)).

Avtoreferat “Til va adabiyot” jurnali tahririyatida tahrirdan o‘tkazildi.