

**QORAQALPOQ DAVLAT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI

RAJABBOYEVA FERUZA RAJABBOYEVNA

**MEDIADISKURSNING SEMANTIK TIPOLOGIYASI VA STILISTIK
TALQINI (INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARI MISOLIDA)**

**10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog‘ishtirma tilshunoslik
va tarjimashunoslik**

**FILOLOGIYA FANLARI bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Nukus– 2025

**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**

Rajabboyeva Feruza Rajabboyevna

Mediadiskursning semantik tipologiyasi va stilistik talqini (ingliz va o‘zbek tillari misolida)..... 3

Ражаббаева Феруза Ражаббаевна

Семантическая типология и стилистическая интерпретация медиадискурса (на примере английского и узбекского языков)..... 25

Rajabboyeva Feruza Rajabboyevna

Semantic typology and stylistic interpretation of media discourse (in the case of English and Uzbek languages) 51

E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati

List of published works

Список опубликованных работ..... 55

**QORAQALPOQ DAVLAT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI

RAJABBOYEVA FERUZA RAJABBOYEVNA

**MEDIADISKURSNING SEMANTIK TIPOLOGIYASI VA STILISTIK
TALQINI (INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARI MISOLIDA)**

**10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog‘ishtirma tilshunoslik
va tarjimashunoslik**

**FILOLOGIYA FANLARI bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Nukus– 2025

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2024.1.PhD/Fil4463 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Urganch davlat universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus va ingliz (rezume)) Ilmiy kengashning veb sahifasida (www.karsu.uz) va "ZiyoNet" Axborot ta'lim portalida (www.ziynet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Nosirov Abduraxim Abdimutalipovich
filologiya fanlari doktori, professor

Rasmiy opponenlar:

Tleumuratov Genjemurat
filologiya fanlari nomzodi, dotsent

Jo'rayeva Malohat Muhammadovna
filologiya fanlari doktori, professor

Yetakchi tashkilot:

Andijon davlat chet tillari instituti

Dissertatsiya himoyasi Qoraqalpoq davlat universiteti huzuridagi ilmiy daraja beruvchi PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 raqamli ilmiy kengashning 2025-yil «12» iyul kuni soat 9:00 dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 2301112, Nukus shahri, Ch.Abdirov ko'chasi, 1-uy. Tel.: (99861) 223-59-25; faks: (99861) 223-59-25, e-mail: karsu_info@edu.uz).

Dissertatsiya bilan Qoraqalpoq davlat universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (327 raqam bilan ro'yxatga olingan). (Manzil: 230112, Nukus shahri, Ch.Abdirov ko'chasi, 1-uy. Tel.: (99861) 223-59-25, faks: (99861) 223-59-25).

Dissertatsiya avtoreferati 2025-yil «1» iyul kuni tarqatildi.
(2025-yil «1» iyul dagi 13 raqamli restr bayonnomasi).



M. S.Kudaybergenov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash raisi,
filologiya fanlari doktori, professor

J.E.Seytjanov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash kotibi,
filologiya fanlari nomzodi, professor

G.A.Kurbaniyazov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash
qoshidagi Ilmiy seminar raisi, filologiya fanlari
doktori, professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertasiyasi annotasiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon tilshunosligida so‘nggi yillarda ommaviy axborot vositalari va matbuot tiliga qiziqish ortib, mediadiskursning lingvistik jihatlarini tadqiq etish dolzarb mavzuga aylandi. Demokratik islohotlarni amalga oshirish, jamoatchilik fikrini shakllantirish va ijtimoiy muammolarni yoritishda mediadiskursning ahamiyati katta. Media sohasi kengayib, unga oid islohotlar turli ijtimoiy sohalarni qamrab olmoqda. Mediadiskurs tadqiqotlari tilshunoslik bilan bir qatorda ijtimoiy fanlar, siyosat va madaniyat sohalari uchun ham muhim bo‘lib, yangi fikr va yondashuvlarni talab etmoqda. Bu esa kelajakda mediadiskursni yanada chuqurroq o‘rganishga zamin yaratadi.

Dunyo tilshunosligida mediadiskursning dolzarb masalalari ommaviy axborot vositalarining jamiyatdagi roli va ta‘sirini tushunishda muhim ahamiyatga ega. U axborot almashinuvi va fikr bildirish uchun asosiy platforma bo‘lib, jamoatchilik qiziqishini oshiradi hamda ijtimoiy jarayonlarga ta‘sir ko‘rsatadi. Mediadiskurs insonlar o‘rtasida muloqotni shakllantirish bilan birga, axborot tarqalishining samaradorligini oshiradi va jamiyatdagi muhim masalalarni yoritishda muhim rol o‘ynaydi. Shuning uchun uni chuqur o‘rganish va tahlil qilish, dolzarb ijtimoiy muammolarga yangi yondashuvlar hamda samarali yechimlar ishlab chiqishga yordam beradi.

Mamlakatimizda so‘z erkinligini ta‘minlash, axborot boshqaruv tizimini takomillashtirish hamda ommaviy axborot vositalarining ijtimoiy muammolarni hal etishdagi rolini kuchaytirish bo‘yicha sezilarli ishlar amalga oshirildi. “Jonajon O‘zbekistonimiz o‘z taraqqiyotining yangi va muhim bosqichiga qadam qo‘yayotgan hozirgi davrda media sohasi vakillari – jurnalist va muharrirlar, rejissyor va operatorlar, blogerlar, tele-radio kanallar, gazeta va jurnallar, nashriyot va bosmaxona xodimlari Vatanimizning demokratik qiyofasini shakllantirish, uni dunyoga tarannum etishga beqiyos hissa qo‘shib kelayotganini el-yurtimiz yaxshi biladi va yuksak qadrlaydi”¹ – deya ta‘kidladi davlat rahbari. Yangi O‘zbekiston mediasi ichki va xalqaro axborot makonida mavqegini mustahkamlashi zarur. Shu bois bu mavzuni o‘rganish media tizimi samaradorligini oshirish, milliy qadriyatlarni targ‘ib qilish va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish uchun muhimdir.

Tadqiqot mamlakatimizda ommaviy axborot sohasiga oid munosabatlarni tartibga solish bilan bog‘liq bir qator davlat dasturlari, jumladan, 2019-yil 2-fevraldagi PF-5653-son “Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2020-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmonlari, Yangi O‘zbekiston sharoitida axborot sohasini rivojlantirish va axborot xavfsizligini ta‘minlash, shuningdek, raqamli iqtisodiyot va axborot jamiyatiga o‘tish bo‘yicha 2020-yil 5-oktabrdagi 6079-son “Raqamli O‘zbekiston — 2030 to‘g‘risida” gi, 2020-yil 28-apreldagi 4699-son “Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, 2021-yil 19-maydagi 5117-son “O‘zbekiston Respublikasida xorijiy tillarni o‘rganishni ommalashtirish faoliyatini

¹ <https://azkurs.org/ozbekistonda-ommaviy-axborot-vositalarining-jamiyatda-orni.html>

sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 14-oktabrdagi 358-son “Sun’iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi qarorlari hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa meyoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga ushbu tadqiqot muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya respublika fan va texnologiyalar hamda innovatsion 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‘nalishi doirasida bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Bugungi kungacha tilshunoslikda mavzu doirasida medialogvistikaga oid bir necha tadqiqotlar mavjud bo‘lib, ular, asosan, media tili, gazeta matnlari, intervyular, yangiliklar va reklama matnlari tahliliga bag‘ishlangandir. Bunday tadqiqotlar mediadiskursning lingvistik, ideologik va tanqidiy tahlilini amalga oshirishga imkon yaratadi. Mediadiskurs tadqiqi jahon tilshunosligida, A.Bell, J.Stokes, M.Talbot, D.Machin, Th.Van Leeuwen, N. Fairclough, O.Boyd-Barret, J.Heritedj va S.Kleyman, D.Greatbax, J.Corner, R.Kay, N.Fenton, N.Nuclear, P.Scannell, J.Stokes² kabi tadqiqotchilarning ilmiy izlanishlari va nazariyalarida o‘z aksini topgan.

O‘z navbatida mediatilshunoslikning asosini shakllantirishga quyidagi rus olimlari katta hissa qo‘shdilar: T.Dobrosklonskaya, N.Aliferenko, N.Olomiskaya, V.Cherniyavskaya, A.Polonskiy, T.Karpilovich, M.Konovalova, M.Volodina, N.Chicherina, T. Van Deyk³ va boshqalar.

² Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991. – p.296.; Stokes J. How to Do Media and Cultural Studies. – London, 2021. – p.408.; Talbot M. Media discourse. Representation and Interaction. – Edinburgh University Press. 2007. – 3 p.; Bell A., Peter G. Approaches to media discourse. – Blackwell publisher, 1998. – p.21.; Machin D. Leeuwen Th.V. Global Media Discourse. – London, 2007. – p. 2-16.; Fairclough N. Mediadiskurs. – London, 1995. – 20 p.; Boyd-Barret O. Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems. Ch. 5 in Mass Communication and Society. – London, 1977. – p.251.; Heritage J., Clayman S., Greatbatch D., The Political News Interview. – London, 1989.; Corner J., Kay R. and Fenton N., Nuclear Reactions. Formal Response in Public Issue Television. – London, 1990.; Scannell P. Saying and showing a pragmatic and phenomenological study of a television documentary. To appear in Text. – London, 1997. – p. 22-40.; Stokes J. How to Do Media and Cultural Studies. – London, 2021. – p. 408.;

³Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. – Москва, 2010. –С.288.; Добросклонская Т.Г. Металингвистика: теория, методы, направления. – Москва, 2020. С.178.; Алефиренко Н.Ф. Медиадискурс и его коммуникативно прагматическая сущность // Металингвистика. – Москва, 2016. – С. 49 – 57.; Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса. – Москва, 2013. – С. 250–259.; Чернявская В.Е. Медиальность: опыт осмысления формирующейся парадигмы в лингвистике // Международный научный журнал «Металингвистика». 2015. – С.7–14.; Полонский А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова // Русский язык в современном медиaprостранстве: Сб. научных трудов. – Белгород: Политерра, – Москва, 2009. – С. 151 – 160.; Карпилович Т. П. Типы модальности и интернациональность медиадискурса. – Москва, – С 199-200.; Коновалова М.В. Медиадискурс и подходы к его изучению // Вестник Челябинского государственного университета. –Москва, 2015. – С. 101 – 110.; Володина М.Н. Язык СМИ особый язык социального взаимодействия // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Ч.2. – М.: Из-во Московского государственного университета, 2004. – С. 38.; Чичерина Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – Вып. 7. – Т. 9.; Ван Дейк Т. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. – Москва, 1989.;

O'zbek tilshunoslaridan D.Teshaboyeva, G.Bokiyeva, Sh.Usmonova, Sh.Jabborova Z.Yodgorova, H.Jabborova, I.Toshaliyev, R. Abdusattorov, X.Yahyoyeva, A. Shodiqulova⁴ kabi tadqiqotchilar tomonidan ommaviy axborot vositalari tili, media olamining lisoniy manzarasida modallik kategoriyasining milliy o'ziga xosligi, mediamakonda matn, axborotning fenomeni, falsafiy asoslari, ijtimoiy axborot tasnifi, mamlakatimizda media ta'limning zarurati, mediasavodxonlikning ilk tushunchalari, asossiz axborotlarning tarqalishi, axborot almashinuvi madaniyatining antropologik xususiyatlari va medialingvistikani rivojlantirish istiqbollari kabi bir qator dolzarb masalalar borasida tadqiqotlar olib borilgan.

Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasi ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya Urganch davlat universitetining ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq "Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslikning dolzarb masalalari" mavzusi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi ingliz va o'zbek tillarida mediamatnlarning diskursiv tahlili orqali semantik tipologiyasi, stilistik talqini va milliy lingvomodellarining xususiyatlarini ochib berishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat:

ingliz va o'zbek tillarida mediadiskurs tushunchasining nazariy asoslarini hamda uning semantik-tipologik tavsifini kompleks o'rganish;

ingliz va o'zbek mediadiskursida voqeanuvchi til vositalarining diskurs belgilari va ularning semantik-stilistik xususiyatlarini ochib berish;

qiyoslanayotgan tillarda mediamatnlarni kommunikativ – pragmatik jihatlarini aniqlash;

ingliz va o'zbek tillarida mediamatnlarni ekspressivlik va milliy modellik xususiyatlarini yoritish.

Tadqiqotning obykti sifatida ingliz va o'zbek mediamatnlaridagi semantik va stilistik birliklar, ularni turli kommunikativ uslubiy qatlamlarda qo'llanilishi.

Tadqiqotning predmeti ingliz va o'zbek tillarida mediamatnlarning diskursiv tahlili orqali semantik tipologiyasi, lingvistik xususiyatlari va ularning stilistik talqini tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot mavzusini yoritishda tavsiflash, qiyoslash, diskurs tahlil, lingvomadaniy tahlil usullaridan foydalanildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

⁴ Тешабоева Д.М. Оммaвий axborot vositalari тилининг нутқ маданияти аспектида тадқиқи (Ўзбекистон Республикаси ОАВ мисолида): филол. фан. док. дисс. – Тошкент, 2012. – 224 б.; G. Bakiyeva, Тешабоева Д., Оммaвий axborot vositalari тили маданияти// Филология масалалари, – Тошкент, 2019. – 42-46 б.; Тешабоева Д.М. Медиамаконда матн. – Тошкент, 2019. – 208 б.; Usmonova Sh.A. Mediadiskursda gazeta tili tendensiyalari (o'zbek va ingliz tillari misolida): Filol. fan. bo'yicha fals. d-ri (PhD) diss. – Toshkent. 2021. –147 b.; Yodgorova Z.G'. Media Olamning lisoniy manzarasida modallik kategoriyasining o'ziga xosligi: Avtoref. filol. fan. dok. diss. – Toshkent, 2024.; Jabborova H.A. Mediamakonda radio nutqning lingvokulturologik aspekti: Avtoref. filol. fan. dok. diss. – Toshkent, 2024.; G. Bakiyeva.D.M. Teshaboyeva. Ommaviy axborot vositalari tili. – Toshkent, 2019. –137b.; Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммaвий axborot тили ва услуги. –Т.: 2006. – 248 б.; Яхьяева Н.Х. Медиаматн – axборотнинг сифатини белгиловчи восита. –Т.: 2020, 162-б.; Шодикүлова А. Медиаматнда метонимия воқеланишининг когнитив-дискурсив жиҳатлари. –Бухоро, 2022. –51 Б.;

mediadiskur zamon, xronologik, tarixiy, psixologik, virtual evklid makon, mantiq, vaziyat, jarayon, ishtirokchilar roli bo'yicha tiplarga ajratildi va foydalanilayotgan ommaviy axborot vositalarini inobatga olgan holda mustaqil va tobe komponentlar semantik jihatdan isbotlangan;

ingliz va o'zbek mediadiskursda voqealanuvchi til vositalari, diskurs belgilari va ko'chmlari semantik-stilistik jihatdan chog'ishtirma asosda tizimli tahlili ochib berilgan;

tadqiqot ishida ingliz mediadiskursiga xos stilistik vosita "bathos" o'zbek diskursida ham mavjudligi hamda kutilmagan vaziyatni aks ettiruvchi asosiy stilistik vosita ekanligi aniqlangan;

mediadiskursning tahlili ingliz va o'zbek mediamatn va nutqida amal qilinadigan semantik va stilistik me'zonlar asosidagi o'xshashlik va farqlilikni har bir tilning e'tirof etilgan (Espoused models), baholovchi (Evaluative models) va o'zaro aloqa (Models-interaction) lingvomadaniy modellari tashkil qilishi isbotlangan va har bir modelning stilistik talqini ilmiy asosda dalillangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

media sohasiga doir so'zlarning izohini berishga asoslangan "Mediasavodxonlik va axborot madaniyatiga oid o'zbekcha-inglizcha so'zlarning izohli lug'ati" nashr etilgan. Mazkur lug'at mediaga doir so'zlar izohi bilan mediasavodxonlikni rivojlantirishga xizmat qilishi aniqlangan;

ingliz va o'zbek tillarida mediadiskursning semantik tipologiyasi va stilistik talqini borasida olib borilgan tadqiqot natijasida to'plangan ma'lumotlar va hosil qilingan xulosalar medialingvistikani alohida lingvistik kurs sifatida o'qitish imkonini berishi isbotlangan;

olingan ma'lumotlardan ta'lim muassasalarida jurnalistika, chet tili o'qitishda media va chet tili o'qitishda AKTning dolzarb muammolari bo'yicha o'quv kurslar, seminar mashg'ulotlari uchun muhim manba bo'lib xizmat qilishi dalillangan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi tadqiqotda qo'llanilgan usullar, nazariy ma'lumotlar jahon tilshunosligida umume'tirof etilgan ilmiy manbalardan olinganligi, tadqiqot ishi doirasida tahlilga tortilgan materiallar zamonaviy ingliz va o'zbek tillari tabiatidan kelib chiqqan holda televideniye dasturlaridagi suhbat va muloqotga oid xulosalar qilish imkonini berganligi, ularning asosliligi, metodologik mukammalligi, shuningdek, qo'yilgan masalalarning dolzarbligi va aniqligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati mediani tushunish va axborotni baholash yo'nalishidagi ilmiy qarashlarning miqyosi kengaytirilganligi, medialingvistik tushunchalarning mazmun-mohiyati milliy va chog'ishtirma nuqtayi nazardan semantik-stilistik talqin qilinganligi, ingliz va o'zbek tillarida medialingvistika bo'yicha nazariy manba yaratishda, medialingvistika, diskursiv mediamatn, medianutq, lingvistik xususiyatlarning turli yo'nalishlardagi tadqiqida hamda darslik va qo'llanmalarni qo'shimcha materiallar bilan ta'minlashda ilmiy-nazariy manba bo'lib xizmat qilishi bilan asoslanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati natijalaridan mediamatn yaratish, tahrir mahoratini oshirish, axborotni ta'sirchan tarzda yetkazishda hamda OAV tilining

uslubiy xususiyatlarini yoritishda foydalanilganligi, kelgusidagi medialingvistik tadqiqotlarga yo‘l ochgani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi. Mediadiskursning semantik tipologiyasi va stilistik talqini bo‘yicha olib borilgan tadqiqot natijalari asosida:

mediadiskur zamon, xronologik, tarixiy, psixologik, virtual evklid makon, mantiq, vaziyat, jarayon, ishtirokchilar roli bo‘yicha tiplarga ajratilgan va foydalanilayotgan ommaviy axborot vositalarini inobatga olgan holda mustaqil va tobe komponentlar semantik jihatiga doir ilmiy xulosalardan “O‘zbekiston telekanali” DMdagi “Ta’lim va taraqqiyot”, “O‘zbekiston yoshlari”, “Adabiy jarayon” dasturlarining ssenariylarini tayyorlashda foydalanilgan (O‘zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi, O‘zbekiston telekanali Davlat muassasasining 2024-yil, 14-oktabrdagi № 04-36-1106-son ma’lumotnomasi). Natijada respublika fan va texnologiyalar taraqqiyotining “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma’naviy-ma’rifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni ro‘yobga chiqarish uchun amalga oshirilayotgan ishlar mazmuni boyitilgan;

ingliz va o‘zbek mediadiskursda voqealanuvchi til vositalari, diskurs belgilari va ko‘chmlari semantik-stilistik jihatdan chog‘ishtirma asosda tizimli tahliliga oid ilmiy xulosalarga asoslangan materiallaridan O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Qoraqalpog‘iston bo‘limi Qoraqalpoq gumanitar fanlar ilmiy-tadqiqot institutida amalga oshirilgan FA-F1-OO5 “Qoraqalpoq folklorshunosligi va adabiyotshunosligi tarixini tadqiq etish” (2017-2020-yy.) mavzusidagi fundamental ilmiy loyihada foydalanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Qoraqalpog‘iston bo‘limi Qoraqalpoq gumanitar fanlar ilmiy-tadqiqot institutining 2024-yil, 31-oktabrdagi, №508/1-sonli ma’lumotnomasi). Natijada hozirgi zamon ommaviy axborot vositalari tiliga oid an’anaviy qarashlardagi ayrim masalalarga oydinlik kiritilgan;

tadqiqot ishida ingliz mediadiskursiga xos stilistik vosita “bathos” o‘zbek diskursida ham mavjudligi hamda kutilmagan vaziyatni aks ettiruvchi asosiy stilistik vosita ekanligiga oid ilmiy xulosalardan O‘zbekiston Respublikasining “Elektron hisoblash mashinalari uchun yaratilgan dasturlar va ma’lumotlar bazalarining huquqiy himoyasi to‘g‘risida”gi Qonuniga muvofiq “Mediasavodxonlik va axborot madaniyatiga oid o‘zbekcha-inglizcha so‘zlarning izohli lug‘ati” nomli dastur yaratilishida foydalanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligining 2024-yil, 20-apreldagi № DGU 42838-sonli guvohnomasi). Natijada medialingvistik tadqiqotlar uchun asos bo‘luvchi media atamalar lug‘ati yaratilib keng kitobxonlar jamoasiga taqdim qilingan;

mediadiskursning tahlili ingliz va o‘zbek mediamatn va nutqida amal qilinadigan semantik va stilistik me‘zonlar asosidagi o‘xshashlik va farqlilikni har bir tilning e’tirof etilgan (Espoused models), baholovchi (Evaluative models) va o‘zaro aloqa (Models-interaction) lingvomadaniy modellari tashkil qilishi isbotlangan va har bir modelning stilistik talqiniga doir natijalardan Respublika Ma’naviyat va ma’rifat markazining 2023-yil uchun chora- tadbirlar dasturining X yo‘nalishida belgilangan “Yangi, zamonaviy ta’sirchan targ‘ibot texnologiyalarini ishlab chiqish va joriy etish”

50-bandi “Mamlakatda ijtimoiy-ma’naviy muhitni sog‘lomlashtirish, targ‘ibot-tashviqot ishlarining zamonaviy va ta’sirchan usullarini ishlab chiqish hamda hududlarning o‘ziga xosligidan kelib chiqib, yangi mafkuraviy texnologiyalarni keng joriy etish mavzusida targ‘ibot ishlarini tashkil etish va o‘tkazishda dissertatsiya materiallaridan foydalanilgan. (Respublika ma’naviyat va ma’rifat markazi huzuridagi ijtimoiy-ma’naviy tadqiqotlar institutining 2024-yil, 21-noyabrdagi, №421-son ma’lumotnomasi) Natijada, dissertatsiyada ilgari surilgan takliflar, tavsiya va xulosalar media diskursning semantik tipologiyasini stilistik jihatdan talqin etishga xizmat qilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari 8 ta, jumladan, 5 ta xalqaro va 3 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarda muhokamadan o‘tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e’lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 16 ta ilmiy ish nashr etilgan, shulardan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik (PhD) dissertatsiyasi asosiy ilmiy natijalari chop etish tavsiya qilingan ilmiy nashrlarda 8 ta maqola, jumladan, 5 tasi respublika va 3 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Tadqiqotning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uch bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan iborat. Dissertatsiya hajmi 147 bet.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Dissertatsiyaning kirish qismida mavzuning dolzarbligi va zaruriyati asoslanib, tadqiqotning maqsad va vazifalari, obyekt hamda predmeti aniqlangan. Tadqiqotning O‘zbekiston Respublikasi fan va texnologiyalar taraqqiyotining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi ko‘rsatilib, uning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon etilgan. Olingan natijalarning ishonchligi asoslangan holda ularning nazariy va amaliy ahamiyati ochib berilgan. Tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi, ishning aprobatsiyasi, natijalari, e’lon qilingan ishlar va dissertatsiyaning tuzilishi bo‘yicha ma’lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning “**Mediadiskurs medialingvistikaning tadqiqot obyekti sifatida**” nomli birinchi bobida, medialingvistikaning dolzarb masalalari, mediadiskurs va uning turlari, mediadiskursning lingvistik masalalari yoritib berilgan.

Medialingvistika ikkita asosiy komponent – “media” (ommaviy axborot vositalari) va “lingvistika” tushunchalarini o‘z ichiga oladi. Ushbu yo‘nalishning tadqiqot obyekti ommaviy kommunikatsiya doirasida tilning funksional xususiyatlari hamda tilning faoliyat yuritish prinsiplarini o‘rganishdan iborat. Boshqacha aytganda, medialingvistika tilning muayyan qo‘llanilish sohasi sifatida ommaviy axborot vositalari tilini tizimli tahlil qilish bilan shug‘ullanadi.

Medialingvistika – jahon tilshunosligining nisbatan yangi yo‘nalishi bo‘lib, dastlab Buyuk Britaniyada shakllanib, keyinchalik Avstraliya, AQSh va Germaniyada rivojlangan. 2000-yillarga kelib esa rus tilshunosi T.Dobrosklonskayaning “Теоретические основы медиалингвистики”⁵ nomli doktorlik dissertatsiyasida birinchi marta qo‘llangan.

⁵ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – Москва 2008. – 4 с.

Turli mintaqalardagi mediamuassasalarining xilma-xilligi jamiyatning axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirishga xizmat qiladi. Mahalliy mazmundagi yangiliklar globallashib, keng muhokama obyektiga aylanadi, natijada mediafoydalanuvchilar o'rtasida fikr almashinuvi yuzaga keladi. Bu jarayon esa muloqot maydonini shakllantiradi va mediadiskursning vujudga kelishiga zamin yaratadi.

“Media” atamasi ingliz tiliga XVI asr oxirlarida kirib kelgan bo'lib, lotinchadagi “medium” so'zidan olingan. Uning lug'aviy ma'nosi “o'rta”, “vosita” yoki “oraliq kanal” tushunchalarini anglatadi. Dastlab bu atama turli vositachilik funksiyalarini ifodalash uchun ishlatilgan. Muloqot kontekstida esa media odatda “aloqa vositasi” yoki “xabar yetkazish kanali” ma'nosini bildiradi. Tilning “muloqot modeli”ga ko'ra, media ma'ruzachidan tinglovchiga xabarni uzatishda vositachi sifatida xizmat qiladi. Shu jarayonda media orqali ma'lumot uzatiladi va kommunikativ aloqa shakllanadi⁶.

Mediadiskurs masalasida turli olimlar bir-biridan farq qiluvchi yondashuv va ta'riflarni ilgari surishgan. Jumladan, Alan Bell nazariyasiga ko'ra, “Media diskurs ijtimoiy va madaniy kontekstda til va kommunikatsiyaning jamiyatdagi rolini o'rganadi. Bu diskursning vazifasi axborotni oddiygina yetkazish bilan cheklanmaydi, balki axborot qanday tuzilishi va turli ijtimoiy kontekstlarda qanday qabul qilinishini tushunishga yo'naltirilgan”⁷, – deb ta'kidlaydi. Bellning bu fikri, mediadiskursning faqat axborot uzatish emas, balki uni jamiyatda qanday qabul qilinishi va ijtimoiy kontekstga qanday ta'sir ko'rsatishini o'rganishga qaratilganligini ko'rsatadi.

T.Dobrosklonskaya nazariyasiga ko'ra “Mediadiskurs – bu ommaviy axborot vositalarida til va nutqning ijtimoiy va madaniy kontekstda qanday shakllanishi, tarqatilishi va qabul qilinishini o'rganadigan kommunikativ jarayon deydi”⁸. Dobrosklonskaya ommaviy axborot vositalari tilining ijtimoiy, madaniy va ideologik jihatlarini tahlil qilishga urg'u beradi. Ya'ni, matbuot, televideniye, radio va internet orqali tarqatiladigan axborot ijtimoiy ongni shakllantirish, jamoatchilik fikrini boshqarish va madaniy qadriyatlarni uzatishda muhim rol o'ynaydi.

O'zbek tilshunosligida D.Teshaboyeva esa “Mediadiskurs – dolzarb ijtimoiy axborotni yig'ish, ishlov berish va ommaviy kommunikatsiya vositalari orqali davriy tarqatish bo'yicha ijtimoiy faoliyat⁹dir. Ushbu nazariyasiga ko'ra, mediadiskurs ijtimoiy axborotni yig'ish, ishlov berish va ommaviy kommunikatsiya vositalari orqali tarqatish jarayonini anglatadi. Bu jarayon, faqat axborot almashinuvi bilan cheklanmay, axborotning jamiyatda qabul qilinishini va uni tarqatishda qatnashuvchi barcha ijtimoiy tashkilotlar va shaxslarning faoliyatini o'z ichiga oladi. Mediadiskurs ommaviy axborot vositalarida yuzaga keladigan kommunikativ jarayon sifatida, axborotning jamiyatga qanday ta'sir qilishi, qanday shakllar va vositalar orqali yetkazilishi, qanday ijtimoiy aloqalar orqali qabul qilinishi bilan bog'liq bo'ladi.

⁶ Marina L. and Alan D. Analysis of the media. – Cambridge, 2014, – p.22.

⁷ Allan B. Approaches to media discourse. – Oxford Malden, Mass, 1997. – p. 6.

⁸ Добросклонская Т.Г. Металингвистика: теория, методы, направления. – Москва, 2020. –С. 178.

⁹ Тешабоева Д. Mediakommunikatsiya: Til Siyosati va Madaniyat. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. – Toshkent, 2024. –6. 39.

Umuman olganda, jahon va o'zbek media tilshunosligidagi tadqiqotlar doirasida to'plangan ma'lumotlarga tayangan holda mediadiskursga quyidagicha ta'rif berish mumkin.

Mediadiskurs — bu og'zaki yoki yozma shakldagi xabar bo'lib, u so'zlovchi tomonidan yetkaziladi va zamon, makon hamda vaziyat konseptiga bog'liq holda shakllanadi. Og'zaki shaklda u medianutqni, yozma shaklda esa mediamatnni hosil qiladi hamda borliqdagi voqelikning mazmuni va ahamiyatini aks ettiradi. Mediadiskurs ommaviy ahamiyatga ega bo'lgan voqelik bilan bog'liq faoliyat turlarini, ularning farq va o'xshashliklarini hamda mafkuraviy yoki ramziy belgilarini o'zida mujassam etadi. Shuningdek, u ommaviy axborot vositalarida sodir bo'ladigan muloqotni keng qamrab olib, matn, audio va video materiallar hamda turli kommunikativ shakllarni o'z ichiga oladi.

Tilshunoslikda mavjud nazariyalar mediadiskursni uning turli xususiyatlaridan kelib chiqqan holda muayyan turkumlarga ajratiladi. Ushbu tasniflar bo'yicha turli yondashuvlar mavjud bo'lib, T.A. van Deykning nazariyasiga ko'ra, mediadiskursning vaziyat parametrlari uning turlarini farqlashda asosiy mezon hisoblanadi. Uning nazariyasiga tayangan holda mediadiskurs quyidagi kategoriyalar asosida tasniflanadi: *domain* (soha, tarmoq), *global interaction and communicative type* (global interfaollik va muloqot turi), *functions* (funksiyalar), *intentionality* (istak), *purpose* (maqsad), *date and time* (zamon), *place* (makon), *circumstance* (vaziyat), *brackets and important objects* (dolzarb va ahamiyatli masalalar), *role of participants* (ishtirokchilar roli), *professional role* (mutaxassis roli), *social role* (ijtimoiy rol) hamda *social representations* (ommaviy taqdimot).¹⁰

Medialingvistikada mediadiskurs tadqiqi bir qator masalalarni jumladan tipologik, kognitiv, ekstralingvistik, kommunikativ, paralingvistik kabilarni o'z ichiga oladi. Ushbu masalalar mediadiskursning semantik-stilistik xususiyatlarini belgilab beradi va mediadiskursning kontekstual masalalari sanaladi.

Tadqiqot ishining ikkinchi bobi “**Mediadiskursning qiyosiy semantik tipologiyasi**” deb nomlanib, ushbu bobda ingliz tilidagi mediadiskursning leksik-semantik sathi va tasnifi, o'zbek tilidagi mediadiskursning leksik-semantik sathi va taksonomiyasi, ingliz va o'zbek tilidagi mediadiskursning mustaqil va tobe komponentlarining semantik qiyosi haqida yoritilgan.

Ingliz tilidagi mediadiskursda so'z ma'nolari rasmiy va norasmiy uslubda turlicha ifodalanadi. Rasmiy uslubda asosan akademik neytral va adabiy so'zlardan foydalanilsa, norasmiy uslubda shevaga xos so'zlar, iboralar, nutqiy tuzilmalar hamda so'zlashuv uslubiga xos sleng va jargonlar keng qo'llaniladi.

Masalan: *Stan* - so'zi ingliz tilida ayniqsa, yoshlar orasida juda ko'p ishlatiladigan sleng bo'lib juda ashaddiy muxlis, qo'llab-quvvatlovchi degan ma'noni anglatadi. Masalan, *I stan this new album; it's incredible* (Men ushbu yangi albomning ashaddiy muxlisiman; u ajoyib!) ”*Stan*”- bu yerda- *ashaddiy* degan ma'noda ishlatilgan.

Algorithm so'zi media sohasida ko'p ishlatiladigan termin bo'lib, raqamli platformalarda ma'lumotlarni tartibga soluvchi va foydalanuvchi tajribasini

¹⁰ <https://www.slideshare.net/valen1502/teun-van-dijk>

shakllantiruvchi dasturiy jarayonga aytiladi. Masalan, *Social media algorithms prioritize content based on your interaction history.* (Ijtimoiy media algoritmlari kontentni sizning o‘zaro aloqalarinigiz tarixiga asoslanib ustuvorlik qiladi.)

Teun A. van Deykning diskurs tahlili nazariyasi asosida qaralganda, mediadiskurs leksik-semantik jihatdan bosqichma-bosqich tadqiq qilinishi muhim ahamiyatga ega. Uning yondashuviga ko‘ra, *indekslilik va anafora, deiksiyalar, presuppozitsiya, medianutqning asosiy nutqiy aktlari, kontekstual talab hamda shaxslararo munosabatlarda yuzaga keladigan ma’no* diskursning semantik tuzilishi va mazmunini shakllantiruvchi asosiy omillardan hisoblanadi.

Mediadiskursda indekslilik kontekstga bog‘liq bo‘lib, shaxsiy, vaqt va joy indekslilik kabi turlarga ajratiladi. Ingliz tilidagi media diskursida deiksiyalar shaxs, joy, vaqt va mavjudlikni ifodalovchi shaxsiz konstruksiyalar orqali voqea-hodisalar haqidagi umumiy axborotni uzatadi. Anafora avvalgi kontekst bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, referensial anafora, ekzoforik anafora va katafora kabi shakllarda namoyon bo‘ladi. Presuppozitsiya – bu gap yoki matn tarkibida bevosita ifodalanmagan, biroq oldindan taxmin qilingan ma’lumotni anglatadi. Nutqiy akt muloqot jarayonida aniq bir gapning talaffuz etilishi natijasida yuzaga keluvchi lingvistik hodisa bo‘lib, illyokutiv, perlokutiv, direktiv va deklarativ aktlarga bo‘linadi. Shaxslararo muloqotdagi ma’no esa ikki yoki undan ortiq shaxslar o‘rtasidagi axborot almashinuvi jarayonida hamkorlik, qarshilik, qo‘llab-quvvatlash yoki haqorat kabi turli nutqiy strategiyalar orqali ifodalangan semantik mazmun sifatida namoyon bo‘ladi.

Leksik semantika so‘zlarning turli ma’no qirralarini va ular o‘rtasidagi semantik munosabatlarni o‘rganadi. Leksik munosabatlar *omonimiya, polisemiya, sinonimiya, antonimiya, giponimiya va meronimiya* kabi turlarga bo‘linadi. Bu munosabatlar so‘zlar o‘rtasida mavjud bo‘lib, ularning bir-biriga nisbatan turli xil semantik aloqalarini yaratadi.

Ma’lumki, **Omonimlar** shakli bir xil, ma’nolari har xil (o‘zaro bog‘lanmagan) leksemalardir. Tilshunoslikdagi nazariyalarga tayangan holda, mediadiskurs sohasida omonimlar quyidagi turlarga ajratiladi. Kontekstual, leksik, fonetik va grammatik turlarga ajratiladi. Masalan, “Efir” so‘zi turli diskurslarda har xil ma’noga ega. Media kontekstida u jonli translyatsiya maydonini anglatib, “Dasturimiz jonli efirga uzatildi” kabi iboralarda qo‘llaniladi, ilmiy (xususan, kimyo) kontekstida esa “efir” — bu aniq kimyoviy birikma nomidir. Bu holatda so‘zning ma’nosi kontekstga bog‘liq bo‘lib, media diskursida u abstrakt va emotsional yuklamaga ega, ilmiy diskursda esa texnik va denotativ xarakterda bo‘ladi. Diskurs tahlili shuni ko‘rsatadiki, “efir” so‘zining semantik ko‘p qirraliligi turli ijtimoiy va funksional vazifalarga xizmat qiladi.

Polisemiya – bir so‘zning turli ma’nolarga ega bo‘lishidir. Media diskursida bu hodisa so‘z yoki obrazni turli kontekstlarda ishlatish orqali turli ma’nolar hosil qilishga xizmat qiladi. Mediadiskursda polisemiyalar radial va zanjirsimon turlarga bo‘linadi. Masalan, *qonun ustuvorligi ta’minlanmayotgan holatlardan biriga to‘xtalamiz. Kun.uz surishtiruviga ko‘ra, Farg‘ona shahri markazida ko‘p yillik daraxtlar ko‘chirish yo‘li bilan quritilgan. Ma’lum bo‘lishicha, shaharning Sayilgoh va al-Farg‘oniy ko‘chalari tutashgan joyda 5 yulduzli mehmonxona qurilishi boshlanishi arafasida 25 yillik daraxtlar boshqa joyga ko‘chirilgan, lekin ular yashab ketmagan.. Atrofi o‘rab olingan hududga yetib kelgan quruvchi, ekologiya*

*boshqarmasi vakili va hokimlik rasmiysi ko‘p yillik manzarali daraxtlarning hammasi boshqa joyga ko‘chirilganini aytgan bo‘lsa-da, qo‘porilgan va kesilgan daraxt tomirlari panada qalashib yotibdi. Shu sababli bu hududda yashayotgan odamlarning ayrimlari ham boshqa hududlarga ko‘chishgan*¹¹. Matndagi “ko‘chirilgan”, “tomir” va “quritmoq” so‘zlari turli kontekstlarda turlicha ma’noda ishlatilgan bo‘lib, bu ularning polisemantik (ko‘p ma’noli) xarakterini ko‘rsatadi. Diskurs tahlili shuni anglatadiki, bu so‘zlar rasmiy-huquqiy, ekologik va ijtimoiy diskurslarda muayyan funksional yuklama bilan qo‘llanilib, matnning semantik qatlamlarini boyitadi hamda uning ijtimoiy-tanqidiy mazmunini chuqurlashtiradi.

Turli leksik birliklar bir xil ma’noga ega bo‘lish hodisasi **sinonimiya** deyiladi. Bu hodisa qanday til birliklariga xosligiga qarab, leksik, stilistik, semantik, frazeologik, kontekstual sinonimlarga bo‘linadi. Masalan, *2024 yil avgust oyida O‘zbekistonda ko‘chmas mulk bozori biroz pasaydi, bu tebranish tendensiyalardan dalolat beradi, deya xabar bermoqda Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi. Yillik o‘lchovda faollikning sezilarli darajada pasayishi kuzatilmoqda: uy-joy savdosi 20,8 foizga kamaydi, bu esa uy sotib olishga qiziqishning kamayishini ko‘rsatadi. 2024 yil avgust oyida hududlar kesimida ko‘chmas mulk bilan bog‘liq bitimlarning eng katta pasayishi Sirdaryo va Xorazm viloyatlarida, shuningdek Toshkent shahrida qayd etildi. Yillik o‘lchovda Navoiy, Namangan va Toshkent viloyatlarida ko‘chmas mulk savdosining pasayishi har bir hududda 30 foizdan ortiqni tashkil qildi. Joriy yilning avgust oyida respublikada ikkilamchi uy-joy narxi 0,7 foizga oshgan bo‘lsa, o‘tgan yilning avgust oyidan boshlab uy-joyning 1 metr kvadrati uchun o‘rtacha narxi 9,7 foizga ko‘tarilgan.*¹² Ushbu matn rasmiy iqtisodiy-informatsion diskursga mansub bo‘lib, undagi “pasaydi”, “kamaydi”, “susaydi” kabi leksik sinonimlar real iqtisodiy o‘zgarishlarni, “tebranish”, “dinamika” kabi semantik sinonimlar bozor jarayonlarini ifodalaydi. “Dalolat beradi”, “ko‘rsatadi”, “ifodalaydi” kabi stilistik sinonimlar matnning emotsional neytralligini saqlaydi. “Faollikning pasayishi”, “qiziqishning kamayishi” iboralari esa ijtimoiy-iqtisodiy holatni yoritadi. Bunday sinonimlar iqtisodiy diskursning funksional-stilistik xususiyatlarini ochishda muhim vosita bo‘lib xizmat qiladi.

Antonimiya – bu bir-biriga zid yoki qarama-qarshi ma’noga ega bo‘lgan leksik birliklarning munosabatidir. Mediadiskursda antonimlar gradatsion, komplementar, vektorli va kontekstual turlarga ajratiladi. Masalan, *“Qayd etilishicha, ayrim ommaviy tadbirlarni o‘tkazish jarayonida ishtirokchilar jamoat xavfsizligiga va fuqarolar xavfsizligiga xavf soluvchi xatti-harakatlarni ko‘paytirmoqda.”*¹³ Ushbu gap rasmiy uslubda bo‘lib, siyosiy-ijtimoiy diskursga kiradi va xavfsizlik masalasini yoritadi. Matndagi “xavfsizlik” va “xavf” so‘zlari kontekstual antonimlar bo‘lib, lug‘aviy emas, balki semantik qarama-qarshilik asosida, ijobiy va salbiy holatlar sifatida qarshilashtirilgan. Bu esa mediadiskursda ularning ma’no maydonidagi ziddiyatini ko‘rsatadi.

Giponimiya – umumiy va aniq tushunchalar o‘rtasidagi iyerarxik munosabatni ifodalovchi hodisa bo‘lib, mediadiskursda semantik, differensial, kontekstual va

¹¹ TV.24.10.2024

¹² TV.17.09.2024

¹³ TV. Kun.uz 17.09.2024

leksik turlarga bo‘linadi. Masalan, Semantik-giponimiya esa sport xabarlarida ko‘proq kuzatiladi. Masalan, Sport tushunchasi ostida *futbol, tennis, boks* kabi tarmoqlar joylashadi. Differensial-giponimiya tahliliy maqolalarda uchrab, “*ijtimoiy tarmoq*” deganda “*Facebook, Instagram, TikTok*” kabi platformalar tushuniladi.

Kontent, kontekst, janrlar va imo ishoralar media diskursning asosiy komponentlari hisoblanadi. Kontent, kontekst, janrlar, imo ishoralar bularning barchasi muloqotning ajralmas qismlaridir.

Media kontent – bu media tadqiqotchilar tomonidan yaratiladigan va ommaviy axborot vositalari orqali yetkaziladigan axborot va materiallar majmuasidir. Media kontent shakllari – televideniye, radio, bosma nashrlar va raqamli platformalar orqali yetkaziladigan axborot va ko‘ngilochar materiallarni anglatadi. Media kontentning bir qancha turlari mavjud bo‘lib, matn asosidagi kontent, tasvir asosidagi kontent, audio kontent, video kontent, interaktiv kontentlar eng keng tarqalgan media kontentlar hisoblanadi.

Ingliz mediadiskursida matnli kontent asosan, mustaqil jurnalistika, bloglar va onlayn maqolalarga tayanadi. Raqamli jurnalistika an’anaviy bosma nashrlardan ustunlik qiladi. Masalan, “*UK Economy Sees Unexpected Growth Amid Global Recession Fears*” (Headline). “*How Did the UK Outperform Economic Expectations?*”¹⁴ (Subtitle). Sarlavha va kichik sarlavha ijobiy semantik birliklar orqali iqtisodiy yutuqlarni aks ettiradi hamda global tanazzul kontekstida kontrast yaratish orqali Buyuk Britaniyaning nisbiy ustunligini ajratib ko‘rsatadi. Bunday semantik va diskursiv yondashuv media matni orqali optimistik ruhiyatni shakllantirishga xizmat qiladi hamda milliy ijobiy imijni konstruksiya qilish strategiyasining bir qismi sifatida namoyon bo‘ladi.

O‘zbek media muhitida matnli kontent, odatda, rasmiy axborot agentliklari va bosma nashrlarga tayangan holda, neytral va axborotga asoslangan diskursni shakllantiradi. Sarlavha va subtitrlar ko‘proq tahliliy va faktlarga asoslangan bo‘lib, ular davlat siyosati yoki islohotlarni yoritishda vosita sifatida xizmat qiladi. Masalan, “*O‘zbekiston iqtisodiyotida yangi islohotlar: Ekspertlar tahlili*”.¹⁵ (sarlavha) “*Iqtisodiy islohotlar natijasida biznes yuritish sharoitlari qanday o‘zgaradi?*”¹⁶ (subtitr) kabi sarlavhalar analitik va rasmiy ohangda bo‘lib, semantik jihatdan hissiy ifodadan xoli, rasmiy-uslubiy chegaralarda qoladi. Bunday yondashuv O‘zbekistonda an’anaviy jurnalistika modelining yetakchi o‘rinda ekanini, shuningdek, mediatekstlarda davlatga yo‘naltirilgan axborot siyosati saqlanib qolayotganini ko‘rsatadi.

Media kontekst – axborot yoki xabar media vositalarida qanday tarzda tushunilishi va talqin qilinishiga ta’sir etuvchi omillar majmuasi. Kontekst media matni, vizual yoki audio kontentning mazmunini anglashda muhim ahamiyatga ega. Interpersonal kontekst, guruh konteksti, tashkiliy kontekst, madaniyatlararo kontekst ommaviy kontekst vositali kontekstlar asosiy turlari hisoblanadi.

Ingliz media diskursida vosita konteks barcha turdagi raqamli kommunikatsiyani o‘z ichiga olib, asosiy aloqa shakllari ijtimoiy tarmoqlar, televideniya, onlayn nashrlar

¹⁴ www.cityam.com

¹⁵ Uza.uz. 25.10.2024.

¹⁶ USBU.UZ. 25.10.2024.

kiradi. Masalan, *“Mediated communication is becoming increasingly important in journalism today. Social media is now a leading platform for news dissemination”*.¹⁷ Bunda “mediated communication” atamasi raqamli vositalar orqali olib boriladigan aloqa shakllarini ifodalaydi, bu ijtimoiy tarmoqlar, televideniya va onlayn nashrlarni qamrab oladi. Gapda vositali kommunikatsiyaning jurnalistikadagi roli ortib borayotgani ta’kidlanadi, hamda ijtimoiy tarmoqlar axborot tarqatishning asosiy platformasiga aylangani misol sifatida keltiriladi. Bu semantik jihatdan kommunikatsiya shakllarining o‘zgarishi va ularning hozirgi axborot makonidagi ahamiyatini ko‘rsatadi. Ingliz tilida bu tushuncha kengroq qo‘llanilib, interaktiv media va zamonaviy texnologiyalar bilan bog‘liq bo‘ladi.

O‘zbek media diskursida vosita konteksi bu media vositalarining zamonaviy texnologiyalar va milliy madaniyat asosida shakllangan kommunikatsiya muhitidir. Masalan, *“Tezkor axborot almashinuvi vositali muloqot vositalari orqali yanada osonlashdi. Endi jamoatchilik ijtimoiy tarmoqlarda xabarlarga tezroq munosabat bildirishi mumkin”*.¹⁸ O‘zbek tilida u ko‘proq an’anaviy elektron kommunikatsiya va rasmiy mediakanallari orqali amalga oshiriladi.

Janr komponenti – media matnining tarkibiy qismi bo‘lib, u ma’lum auditoriyaga mos shakllanadi hamda mediakommunikatsiyaning struktura va xususiyatlarini belgilaydi. Mediadiskursda janr komponentlari informatsion, gibrid va reklama janrlariga ajratilib, ular mustaqil komponentlar hisoblanadi.

Informatsion janrlar o‘zbek media muhitida televideniye yangiliklari, anonslar, ijtimoiy tarmoqlarda qisqa yangiliklarda nomoyon bo‘ladi. Ushbu janr turi an’anaviy va rasmiy faktlarga asoslangan, qisqa va to‘g‘ridan to‘g‘ri shaklda namoyon bo‘ladi. Masalan, *“Xorazm viloyatida yangi sanoat majmuasi ishga tushirildi. Loyihaning umumiy qiymati 50 million AQSH dollarini tashkil etadi.”*¹⁹ O‘zbek mediamuhitida yangiliklar qisqa, an’anaviy va rasmiy faktlarga asoslangan bo‘ladi.

Ingliz mediadiskursida raqamli yangiliklar, YouTube va onlayn platformalar orqali tez tarqatiladigan, qisqa va aniq xabarlardir. Masalan, *The UK inflation rate drops to 3.5% this month, marking its lowest point in two years*. Ingliz mediamuhitida yangiliklar raqamli platformalarda tez tarqatilib, qisqa va tahlilga asoslangan shaklda taqdim etiladi.

Imo- ishoralar media diskursining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, ular muloqot jarayonida qo‘shimcha semantik va pragmatik ma’no yuklaydi. Media diskursda imo-ishoralar emblematik (siyosatchining barmoq bilan ishora qilishi), ekspressiv (teleboshlovchining hayrat yoki g‘azabni ifodalashi), ko‘rsatkich (jurnalistning kamera yoki kartaga ishora qilishi), regulyativ (intervyuda so‘z navbatini berish yoki tinglashga undovchi imo-ishoralar) va tasviriy (sport sharhlovchisining o‘yin taktikalarini qo‘l harakati bilan tushuntirishi) turlarga bo‘linadi.

O‘zbek media diskursida imo-ishoralar, asosan, rasmiy muloqot kontekstida axborotni aniqlashtirish va nutqni strukturalash vositasi sifatida namoyon bo‘ladi. Ular ko‘proq neytral semantik yukga ega bo‘lib, hissiy-emotsional ta’sirdan xoli holda axborotni vizual tarzda mustahkamlashga xizmat qiladi. Masalan, yangiliklar

¹⁷ *New York Times Digital Media Report (2023)*.

¹⁸ O‘zbekiston Milliy Axborot Agentligi (UZA) – “Raqamli media va uning jamiyatga ta’siri” (2023).

¹⁹ Kun.uz

boshlovchisining qo‘l harakati bilan ekranda ko‘rsatilayotgan joyga ishora qilishi — bu ko‘rsatkich imo-ishoraning tipik shakli bo‘lib, tomoshabinning diqqatini kerakli faktga jalb etadi. Yoki siyosiy nutq davomida yetakchining bosh irg‘ab tasdiqlashi emblematik imo-ishora sifatida semantik jihatdan ishonch va qat‘iylik ifodasi sanaladi. Bunday imo-ishoralar O‘zbek jurnalistikasida og‘zaki matnga xizmat qiluvchi vizual komponent sifatida qaraladi va rasmiylik diskursining uzviy qismi bo‘lib qoladi.

Ingliz tilidagi media diskursida esa imo-ishoralar ko‘proq ekspressiv va emblematik funksiyani bajaradi hamda auditoriyada emotsional rezonans uyg‘otishga qaratilgan. Blogger yoki vlogerning keng harakatlar bilan “This completely changed my life!” deya qo‘lini ko‘ksiga qo‘yib gapirishi ekspressiv imo-ishoraning yaqqol misoli bo‘lib, bu orqali u o‘z his-tuyg‘ularining chinakamligini ta’kidlaydi. Siyosiy chiqishlarda esa nutq davomida qo‘l harakati bilan “*Together, we will rise*” kabi iboralarni ta’kidlash emblematik imo-ishoraning birlik va harakatga da’vat semantikasi bilan uyg‘unlashgan ko‘rinishidir. Bunday diskursda imo-ishoralar shunchaki yordamchi vosita emas, balki axborot va emotsiyani bir vaqtning o‘zida yetkazuvchi ko‘p qatlamli semantik element sifatida namoyon bo‘ladi. Shu tariqa, ingliz media muhitida imo-ishoralar hissiy yaqinlik, ishonchli obraz va muloqot samimiyatini kuchaytirish vositasiga aylangan.

Dissertatsiyaning “**Ingliz va o‘zbek tillaridagi mediadiskursning stilistik talqini**” deb nomlangan uchinchi bobida ingliz va o‘zbek tilidagi mediadiskursning lingvistik ifoda vositalari, ingliz va o‘zbek mediadiskursining milliy lingvomodellarining stilistik tahlili natijalari muhokama qilingan.

Mediadiskursning lingvistik ifoda vositalari — bu ommaviy axborot vositalarida axborotni yetkazish, auditoriyani ishontirish, emotsional ta’sir ko‘rsatish va ijtimoiy fikrni shakllantirishga xizmat qiluvchi til vositalaridir. Ushbu vositalar mediamatnning uslubiy xususiyatlarini belgilab, uning kommunikativ samaradorligini ta’minlaydi.

Media stilistika ommaviy axborot vositalar tilining uslubiy xususiyatlarini o‘rganadigan tilshunoslikning bir tarmog‘i bo‘lib, matnning uslubiy xususiyatlarini tahlil qilib, uning ma’nosini, ta’sirini va ommaviy axborot vositalarida qanday rol o‘ynashini tushuntiradi va u ommaviy axborot vositalarining rivojlanishi va tilning ushbu sohada qo‘llanilishi bilan bog‘liq holda paydo bo‘lgan.

Lambrou va Durant²⁰ ilmiy izlanishlarida mediadiskursning lingvistik jihatdan tahlil qilinishini “media stilistikasi” atamasi bilan ifodalash mumkinligini ta’kidlaydilar. Ularning tadqiqotlariga ko‘ra, media stilistikasi ommaviy axborot vositalarida qo‘llaniladigan lingvistik va stilistik vositalarning tizimli tahlilini o‘z ichiga oladi.

Mediadiskursning an’anaviy lingvistik tadqiqiga oid ilmiy izlanishlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, ushbu vositalarni umumiy jihatdan asosiy va yordamchi lingvistik vositalar guruhlariga ajratish mumkin.

Asosiy lingvistik vositalarning dastlabki guruhi mediadiskursning o‘ziga xos leksikasini qamrab oladi. Ushbu guruh mediadiskursga xos so‘z tanlovi (asl va

²⁰ Lambrou, M, Durant, A (2014) Media stylistics. – Cambridge, 2014..503–519 p.

ko'chma ma'no), ibora va frazemalar, professional jargonlar, hamda leksik-semantik ko'chimlardan iborat.

Mediadiskursda so'z tanlovi axborotni taqdim etish, jamoatchilik fikrini shakllantirish hamda muayyan g'oyalarni ilgari surish jarayonida muhim lingvistik omil hisoblanadi. Xususan, televideniye ko'rsatuvlari, axborot matnlari, kino hamda boshqa barcha mediamatnlar o'zining denotativ ma'nosidan tashqari qo'shimcha semantik yuklama, ramziy ifoda, umumiy qarashlar yoki auditoriyaga yo'naltirilgan maxsus leksik birliklardan foydalanish xususiyatiga ega. Bunday lingvistik vositalar mediamatnlarda ijobiy yoki salbiy mazmunni ifodalashga xizmat qiladi. Mazkur tadqiqot doirasida zamonaviy o'zbek mediadiskursida keng qo'llanilayotgan inglizcha so'zlar, jumladan, "ekskluziv sovg'a", "premium kino", "brendlar" kabi terminlarning qo'llanilishiga e'tibor qaratiladi.

Televideniye diskursida **iboralar va frazeologizmlar** asosan madaniy kontekstni shakllantirish, auditoriyani jalb qilish hamda axborotni yanada ekspressiv va tasviriy ifodalash maqsadida qo'llaniladi. Ular tilning boyligi va xilma-xilligini namoyon etib, matnning stilistik jozibadorligini oshiradi. Frazeologik birliklarning ma'nosi ko'pincha aniq emasligi sababli, ularning talqini kontekst asosida amalga oshiriladi. Ushbu til vositalari nutqqa badiiylik, ta'sirchanlik va ommaboplik baxsh etadi.

"Frazeologik birliklar – xalqning asrlar mobaynida yaratgan timsoliy ifoda va tasviriy vositalaridir. FBlar xalq ijodiy tafakkurining o'ziga xos mahsuli bo'lib, ularda insonning tabiat va ijtimoiy hodisalarga munosabatlari muxtasar hamda mukammal tarzda o'z ifodasini topadi, nutqqa ko'rkamlik, joziba va obrazlilik baxsh etib, so'zlovchi va tinglovchining kuchi hamda vaqtini tejashga xizmat qiladi, o'quvchitalabalarda kommunikativ kompetensiyaning shakllanishiga ko'maklashadi".²¹

Televideniye diskursida iboralar va frazeologizmlar muhim ahamiyat kasb etib, jamoatchilik fikrini shakllantirish, nutqqa ekspressivlik baxsh etish va muloqotni ta'sirchan qilish funksiyasini bajaradi. Masalan, ingliz tilidagi mediadiskursda *spill the beans* iborasi ("sirni oshkor qilish") ko'pincha realiti-show formatidagi dasturlarda ishlatiladi va "yashirin ma'lumotni oshkor etish" ma'nosini anglatadi. Ushbu ibora ishtirokchilarning o'zaro raqobat sharoitida strategik ma'lumotlarni oshkor qilish jarayonini ifodalash uchun qo'llaniladi. Misol, "*I'm going to spill the beans about my rival's strategy.*" (*Men raqibimning strategiyasini fosh qilaman*) kabi holatlarda, frazeologik birlik dasturning dramatik ta'sirini kuchaytirishga xizmat qiladi.

Ingliz tilidagi *break a leg* iborasi, literal ma'nosi "oyog'ini sindirmoq" bo'lishiga qaramay, teatr va televideniye diskursida ishtirokchilarga omad tilash maqsadida qo'llaniladigan frazeologik birlik hisoblanadi. Ushbu ibora ko'pincha sahna san'ati vakillari yoki teleko'rsatuvlarda ishtirok etuvchi shaxslar uchun rag'batlantiruvchi tilak sifatida ishlatiladi. O'zbek tilida mazmun jihatidan unga mos ekvivalent sifatida "*Omadingizni bersin!*" ifodasi qo'llaniladi.

O'zbek media nutqida frazeologizmlar keng qo'llanilib, jonli nutqni boyitish va tinglovchiga fikrni obrazli shaklda yetkazishda muhim rol o'ynaydi. Ular, asosan, tok-

²¹ Насиров А.А. Француз, ўзбек ва рус тилларидаги проverbsial frazeologizmlarнинг семантик-стилистик ва миллий-маданий хусусиятлари: док. дисс. автореферати. – Тошкент, 2016. –б. 5.

shoular, yangiliklar dasturlari va ijtimoiy mavzular muhokamasida ishlatiladi. Masalan, *qaynoq nuqta* iborasi “Mahallada duv-duv gap” kabi tok-shoularda qo‘llanilib, keskin bahs-munozaralar va ziddiyatli vaziyatlarni ifodalash uchun ishlatiladi. Masalan, “*Qaynona-kelin o‘rtasidagi mojaro qaynoq nuqtaga yetib keldi va har ikki tomon o‘z huquqlarini himoya qilishga tayyor*”. Ushbu ibora televideniye diskursida keskinlik va dramatik ta’sirni kuchaytirish uchun qo‘llaniladi.

Mediadiskursda, ayniqsa televideniye sohasida, **professional terminlar va jargonlar** muhim rol o‘ynaydi. Televideniya faoliyat yurituvchi mutaxassislar – jurnalistlar, rejissyorlar, montajchilar, operatorlar va boshqa soha vakillari – tomoshabinlar, tinglovchilar hamda ishtirokchilar bilan muloqat jarayonida ushbu terminologik birliklardan samarali foydalanadilar. Bu esa axborotni aniq va tushunarli tarzda yetkazishga xizmat qiladi. Quyida ingliz va o‘zbek tillarida televideniye sohasida keng qo‘llaniladigan termin va jargonlarga misollar keltiriladi. Ingliz tilida ishlatiladigan televideniye terminlari va jargonlari:

Shot (o‘zbek tilida kadr) termini televideniye va kino yoki reklama suratga olish jarayonida qayd etilgan bir lahzani ifodalash uchun ishlatiladi. Har bir sahna turli shotlardan (kadrlar) iborat bo‘lib, ular vizual ifoda va hikoya qilish uslubini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Shot turlari turlicha bo‘lib, wide shot (sahnani to‘liq qamrab oluvchi kadr), medium shot (qahramonni beldan yuqorisini aks ettiruvchi kadr) va close-up shot (qahramonning yuzini yaqin planda tasvirlaydigan kadr) kabi asosiy turlarga bo‘linadi. *Merriam-Webster Most Trusted Dictionary* onlayn lug‘ati “shot” so‘zining 11 ta ot, 3 ta sifat ma’nosi va ushbu so‘z ishtirokidagi 4 ta frazani taqdim etsa-da, mediadiskursda u faqat suratga olish jarayonidagi kadr tushunchasini ifodalash uchun qo‘llaniladi.

Cue (kalit so‘z, ishora) televideniye, kino va teatr sohasida aktyorga matn yoki harakatni eslatish, keyingi sahnaga o‘tish uchun signal berish ma’nosini anglatadi va bu signal so‘z, qo‘l harakati yoki musiqa tovushi shaklida bo‘lishi mumkin. Masalan, *Your cue is Hello*. (Sizning keyingi gapiingiz *Salom* bilan boshlanadi.) Ushbu atama sahna ijrosini muvofiqlashtirish va sahnalashtirish jarayonining uzluksizligini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi.

O‘zbek tilida televideniye sohasida qo‘llaniladigan terminlari va jargonlar:

Ovozli izoh (audioscript) – video yoki audio materiallarga qo‘shimcha ma’lumot berish yoki voqealarni tushuntirish maqsadida kiritiladigan ovozli yozuv hisoblanadi.

Xabar (message) televideniye tilida yangiliklarni o‘z ichiga oluvchi va eng mashhur dastur turlaridan biri hisoblanadi. Xabar dasturlari siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, dunyo, madaniyat va ko‘ngilochar dasturlari shaklida bo‘ladi.

Yordamchi lingvistik vositalar: *discourse markers (diskurs belgilar), bog‘lovchi, izohlovchi, tartibga soluvchi va qarama-qarshi fikr bildiruvchi belgilar* hisoblanadi. Mediadiskursning lingvistik vositasi sifatida e’tirof etilgan yuqoridagi asosiy va yordamchi vositalarning har biri mediadiskursni mazmunan boyitib, uning tasvirli, ta’sirli, hissiy va ijtimoiy ahamiyatini ta’minlab berishi ta’kidlangan.

Ko‘chim hosil qilish uchun so‘zning lingvistik va mantiqiy ma’nolarining maqsadli birlashuvi tilshunoslik va adabiyotshunoslikni bog‘lovchi muhim vosita hisoblanadi. Ingliz adabiyotshunosligida jumla tarkibidagi so‘zlarning turli va teskari ma’nolarda qo‘llanilishi bathos deb ataladigan lingvopoetik vositani yuzaga keltiradi.

Bathos yoki antikulminatsiya — bu kutilgan jiddiylik yoki hayajonning keskin teskari tarafga o'zgarishi, natijada kulgili yoki bema'ni holatga aylanishidir. Ingliz adabiyotshunosligida Aleksandr Poup bathos lingvopoetik vositasiga ilk bor tanqidiy yondashgan. U bathosni “yuqori darajadan pastga tushish, jiddiy mavzudan bema'ni narsaga o'tish, bu o'zgarish ko'pincha g'alati yoki kulgili ta'sir yaratadi. Chunki tomoshabinlar bunday ta'sirni kutmagan bo'ladi”²² deb izoh bergan. Ushbu ko'chim turi o'zbek tilidagi televideniye va drammatik diskursda keng qo'llanilsa ham tilimizda unga mos ekvivalent atama mavjud emas. Umumiy ma'noda bathosning asl mohiyatini hazil, mutoyiba, kinoya shaklidagi tanqid tashkil qiladi. Masalan, *Vaziyat*: Mashhur bir realiti-showda ishtirokchi hayotdagi eng katta orzusi va maqsadi haqida g'amgin bo'lib gapiradi. U dunyoni o'zgartirishni, jamiyatga foyda keltirishni va odamlarning hayotida o'zgarish yaratishni orzu qiladi. *Kulgili o'zgarish*: Keyingi sahnada esa, ishtirokchi o'zining g'alabasidan xursand bo'lib, cho'ntagiga to'lgan pul va qimmatbaho sovg'alarni ko'rsatib, "Endi o'zimga yangi mashina olaman!" deb baland ovozda hayqiradi. *Bathosning ta'siri*: Bu o'zgarish tomoshabinlarni kuldiradi, chunki ular ishtirokchining jiddiy so'zlarini eshitib, uning oddiy va moddiy orzuga o'zgarishini kutilmagan deb hisoblaydi.

Mediadiskursda **metafora** boshqa uslubiy vositalarga nisbatan ko'p qo'llaniladigan ko'chim turi sanaladi. U bir obyektning xususiyatlarini boshqa obyektga o'tkazish uchun qo'llaniladi. Masalan, ingliz tilida: Ishtirokchi qo'shiq aytayotganda, hakamlardan biri uni ijrosi tugagandan keyin, uning ovozi ni maqtaydi.

Hakamning “*Your voice just sweeps over you and takes you away, much like a warm summer breeze*” (“Sizning ovozingiz xuddi iliq yozgi shamol kabi sizni qamrab oladi va olib ketadi”) iborasidagi “*warm summer breeze*” (iliq yozgi shamol) metaforasi ishtirokchining ovozig a nisbatan estetik tasvir yaratadi. Ushbu metafora tinglovchilarga ishtirokchi ovozi ning yumshoqligi, jozibadorligi va tinchlantiruvchi ta'sirini anglashi uchun kognitiv asos yaratadi. Bunday badiiy ta'rif orqali ovozning hissiy va atmosferik xususiyatlari eshituvchilarga yanada samarali tarzda yetkaziladi.

O'zbek tilidagi mediadiskursda metaforalar keng qo'llanadi. Masalan, Yulduz Turdiyeva haqidagi “*Bu Yulduz allaqachon osmonda, yana qaysi osmonlarni zabt etmoqchisiz*”.²³ Bunda “*yulduz allaqachon osmonda*” – iborasi uning muvaffaqiyatga erishgan va taniqli san'atkor ekanligini ifodalaydi. Bu yerda *Yulduz* va *osmonda* so'zlari metafora sifatida ishlatilib, uning san'atdagi yutuqlari va cheksiz maqsadlarini ramziy tarzda ifodalaydi.

Mediadiskursda **metonimiya**, lug'aviy va kontekstual ma'nolarning to'g'ridan to'g'ri tengligi emas, balki ularni bog'lovchi umumiy xususiyat yoki aloqaga asoslanadi. Metonimiya, ikki tushunchani bir-biriga qiyoslash o'rniga, ularning bir-biriga qanday bog'langanligini ko'rsatadi.

Masalan: “*That was a great performance, but I think she really brought the “energy” tonight. I think, she had a lot of 'likes' in that performance*”. (Bu ajoyib ijro bo'ldi, menimcha, u haqiqatdan ham bu oqshomga “energiya” olib keldi. Menimcha, u bu ijroda ko'plab “layk” maqtovlar oldi). Bu gapda *energy* va *like* so'zlari lug'aviy

²² Alexander Pope ‘An Essay on Criticism. London. – 1711. <https://catalog.hathitrust.org/Record/100654296>

²³ <https://youtu.be/ce699ssmJw0?si=PeYNXsqWyyvEoM9f>

jihtadan ishtirokchining ijro paytidagi energiyasi va ommaga yoqishini ifodalasa, kontekstual ma'noda *energy* uning ijrochilik mahorati va hissiyotga boy ijrosini, *likes* esa musiqaga bo'lgan muhabbati hamda ijtimoiy tarmoqdagi e'tiroflarni anglatadi. Bu leksemalar hakamlar bahosida faqat texnik ijroni emas, balki emotsional-estetik taassurotni ham yetkazishga xizmat qilib, mediadiskursning stilistik boyligini oshiradi.

O'zbek tilidagi "*Ovoz*" ko'rsatuvida boshlovchi hakamlarga ishtirokchilarning mahoratini baholash uchun murojaat qilganida, "Xo'sh, ana endi bilib olamiz, hakamlarimiz siz *Ovoz*ni tark etasiz deb kimga aytadilar" iborasi ishlatiladi. Bu yerda "*Ovozni tark etmoq*" iborasi denotativ ma'noda ovoz tushunchasiga emas, balki konnotativ jihatdan ko'rsatuvni tark etish jarayoniga ishora qiladi. Bu yerda "*Ovozni tark etmoq*" iborasi denotativ ma'noda ovoz tushunchasiga emas, balki konnotativ jihatdan ko'rsatuvni tark etish jarayoniga ishora qiladi. Ushbu metaforik qo'llanilish til birliklarining ko'chma ma'no kasb etishi va mediadiskursda ifodalarning kontekstual talqiniga misol bo'la oladi.

Mediadiskursda **kinoya** dasturning yanada qiziqarli, jozibali va esda qolarli bo'lishini ta'minlovchi vosita bo'lish bilan birga evfemistik vazifani ham bajaradi. Masalan: ingliz tilida "*Voice*" ko'rsatuvida ishtirokchi katta sahnada qo'shiqni ijro qilganda hakamlar tomonidan ma'qullanmagan paytda odatda kinoya qo'llaniladi. Masalan: "*Well, that was certainly... unique. I've never heard anything quite like that before.*" ("Xo'sh, bu... o'ziga xos yagona ijro edi. Men ilgari hech qachon bunaqasini eshitmaganman"). Hakamlar hay'ati tomonidan qo'llanilgan "unique" (o'ziga xos) so'zi xuddi ijobiy baho berganday tuyuladi. Ammo hakamning ohangi va kontekstdan kelib chiqqan holda, ishtirokchining ijodini tanqid qiladi.

O'zbek tilida: ishtirokchi qo'shiqni ijro qilib bo'lgandan keyin hakamlardan biri uning ijrosi ma'qul kelmaganda fikr bildirganda. Masalan, "*Daler, nimaga ko'proq estrada janridagi sizga o'xshab ijod qiladiganlar o'zbekchaga murojaat qilsa, faqat mana shu so'zga murojaat qiladi, hamma shu tayyorga yopishadi, xuddi o'zbek folklorida bundan boshqa folklor yo'qdek*",²⁴ deb ma'qul kelmaganda tanqid qilishi. Bunda hakamlar o'zbek folklorida "*bundan boshqa folklor yo'qdek*" deganda o'zbek folklori san'atida bundan boshqa ko'plab boshqa ijod namunalari borligi va ularni ham kuylash kerak ekanligini aytib o'tadi. Hakamning xatti-harakati, so'z ohangi uning kinoyali nuqtayi nazarini tushunishga yordam beradi.

Mediadiskursda **epitet** bu obyektни tavsiflash va tamoshabinga ishora qilish uchun ishlatiladigan atributiv so'z/ibora yoki hatto jumalardagi hissiy va mantiqiy ma'nolarning o'zaro ta'siriga asoslangan stilistik qurilma sanaladi. Inqliz tilida: "*The thundering applause*" - Bu yerda "*thundering*" so'zi qarsaklarning kuchli, shovqinli, gulduros ovozi haqida tasavvur hosil qiladi. Bu esa tinglovchida kuchli, hajviy va hayajonli to'lqinlanish uyg'otadi.

O'zbek tilida: "*Shiddatli ovoz*" bu iborada "*shiddatli*" so'zi to'lqinlarning gumburlash, zarb berish kabi kuchli va xavfli ovozi haqida tasavvur beradi. Bu to'lqinlarning kuchli va qo'rquvchan tabiatini ta'kidlaydi.

²⁴ <https://youtu.be/q47fqsLsZ4?si=PoUMotLWi6GM5d8>

Oksimoron mediadiskursda keng va tor ma'noda tushuniladi. Keng ma'noda oksimoron zid ma'noli so'zlarning yonma-yon qo'yish orqali ijobiy yoki salbiy ma'no hosil qiluvchi nutqiy stilistik vositadir. Masalan, ingliz tilidagi "*Deafening Silence*" iborasi fonetik va semantik jihatdan ziddiyatni ifodalovchi bevosita oksimorondir. "*Deafening*" (*quloqni kar qiluvchi*) sifatlovchisi baland shovqin bilan bog'liq bo'lsa, "*Silence*" (*jimlik*) mutlaq tovushsiz muhitni anglatadi. Ushbu ibora orqali nutqning obrazlilik darajasi oshadi va auditoriyaning sezgi orqali shovqinni his qilishi ta'minlanadi. Bu stilistik figura matnning emotsional ta'sirini kuchaytiradi.

O'zbek tilidagi "*Yumshoq kuchli ovoq*" iborasi ham bevosita oksimoron bo'lib, fonetik va semantik jihatdan qarama-qarshi tushunchalarni uyg'unlashtiradi. "*Kuchli ovoq*" tovushning balandligini, "*yumshoq*" esa past yoki bosiq tovushni anglatadi. Ushbu ibora matnda tovushning kuchi bilan birga uning o'ziga xos ohangdor va ta'sirchan ekanligini ta'kidlaydi. Shuningdek, bu ibora tovushning muayyan tembrini, intonatsiyasini yoki effektini yaratish uchun ishlatilishi mumkin.

Evfemizm orqali mediaxabarlarining madaniy va ijtimoiy qarashlarga mosligi ta'minlanadi. Mediadiskursda evfemizm medianutqning zaruriy shartlaridan biri sanalib, u mediadiskurs nutqining kaliti hisoblanib butun diskursda dominantlik qiladi. Ingliz tilida: "*You seem a bit off-key*" iborasi ishtirokchini xafa qilishdan tiyilib (Siz ijroda biroz adashdingiz) ma'nosida qo'llaniladi. O'zbek tilida: hakamlar tomonidan "*Siz bu janrda umuman kuylay olmadingiz*" deb haqorat qilmasdan, "*Siz qo'rqmasdan bu janrga qo'l urushga jazm qila oldingiz*"²⁵ deb fikr bildirilishi evfemistik uslubga misol bo'ladi. Televideniye va radio dasturlarida evfemistik ifodalar alohida tadqiqot sifatida o'rganilsa ingliz va o'zbek tillarining madaniy va lingvistik ifodasining uyg'unligidagi ifoda qudrati ochib berilgan bo'lardi.

Klaudia Strauss²⁶ umumiy diskursning madaniy modellarini ularning qo'llanilish usullari va jamiyatga ta'siri jihatidan *e'tirof etilgan modellar* (Espoused models), *baholovchi modellar* (Evaluative models) va *o'zaro aloqa modellar* (Models-interaction) kabi turlarga ajratib tahlil qilgan.

Birinchi, e'tirof etilgan modellar mediadiskursda tomoshabinlar, jurnalistlar, boshlovchilar tomonidan ongsiz ravishda qabul qilingan, ammo ochiqchasiga e'lon qilinmaydigan, "to'g'ri" yoki "oddiy" deb hisoblangan g'oyalar, qadriyatlar va xatti-harakatlarning to'plamidir.

Ikkinchi, baholovchi modellar mediadiskursda o'zimiz yoki boshqalarni baholashda, ongli yoki ongsiz ravishda amal qiladigan mezonlar, umumiy tushunchalar va qadriyatlardir. Baholovchi mezonlar madaniy va ijtimoiy ta'sir natijasida shakllanadi.

Uchinchi turdagi model bu (o'zaro) ta'sir modeli bo'lib, muayyan bir vaziyatga mos va ko'zlangan maqsadga erishish uchun strategik yondashuv natijasida muloqot ishtirokchilari shaxsan qo'llaydigan usullar, harakatlar, verbal va noverbal kommunikativ vositalari va o'zaro muloqotga kirishish qobiliyati ta'sirida ongli yoki ongsiz ravishda yo'naltiruvchi modellardir.

²⁵ <https://youtu.be/jcX3kgtUoPY?si=U-e-CoNtEApIMhPr>

²⁶ Strauss C. A cognitive theory of cultural meaning. 1997, - 8p.

XULOSA

1. Medialingvistika – zamonaviy lingvistik tadqiqotning muhim yo‘nalishi bo‘lib, ommaviy axborot vositalarida til va nutqning shakllanishi hamda ta’sir mexanizmlarini o‘rganadi. Dastlab Buyuk Britaniyada shakllanib, keyinchalik AQSh, Avstraliya va Germaniyada rivojlangan, 2000-yillarda esa Rossiyada mustaqil ilmiy sohaga aylangan. Axborot vositalarida voqealarning turlicha talqini ushbu yo‘nalishda qiyosiy tadqiqotlar olib borishga asos yaratgan. Medialingvistika mediadiskursni lingvistik, stilistik va semantik jihatdan tahlil qilib, matn va nutqning o‘zaro bog‘liqligi hamda kommunikativ jarayondagi rolini aniqlaydi. Mediadiskurs axborot uzatishning ijtimoiy-madaniy va ideologik xususiyatlarini ochib berib, media matnlarning jamiyatga ta’sirini semantik va stilistik jihatdan tushunishga yordam beradi.

2. Mediadiskurs ommaviy axborot vositalarida nutqning yetkazilish shakliga ko‘ra yozma va og‘zaki turlarga ajratildi. Yozma mediadiskurs bosma va raqamli matnlar orqali axborot yetkazsa, og‘zaki mediadiskurs audio va video materiallarga asoslanib, interaktiv muloqotni ta’minlaydi. Mediadiskurs soha, muloqot turi, funktsiya, maqsad, vaqt-makon va ishtirokchilar roli kabi mezonlar asosida tasniflandi.

3. Medialingvistika doirasida mediadiskurs tadqiqi uning semantik-stilistik, kognitiv, ekstralingvistik, kommunikativ va paralingvistik xususiyatlarini qamrab oladi. Mediadiskurs turli tasnif mezonlariga asoslanib, muloqot shakli, ifoda maqsadi, zamon-makon omillari hamda ishtirokchilarning kasbiy va ijtimoiy rollari nuqtayi nazaridan o‘rganildi. Uning kognitiv jihatlari tildan foydalanish, dunyoqarashni kengaytirish va milliy mentalitet aks etishini tavsiflaydi. Ekstralingvistik omillar esa nutq shakllanishi va ta’sirchanligiga bog‘liq jihatlarni tadqiq qiladi. Paralingvistik masalalar verbal va noverbal vositalar, jumladan, ovoz, imo-ishoralar va belgilarning semeotik xususiyatlarini o‘z ichiga oladi. Ushbu tadqiqotlar til va media o‘zaro ta’sirini, muloqot samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

4. Leksik-semantika nuqtayi nazaridan mediadiskursni tahlil qilish, tilning ijtimoiy va kontekstual jihatlarini o‘rganish, lingvistik semantika haqidagi tushunchamizni kengaytirish maqsadida amalga oshiriladi. Ingliz mediadiskursida indekslilik, anafora, presuppozitsiya, nutqiy aktlar, muallifning istaklari va shaxslararo muloqotdagi ma’no kabi masalalar muhimdir. Nutqning vaqt va vaziyatga bog‘liqligi, shaxslararo muloqotda ma’no almashinuvi va ommaviy aloqa orqali tarqatiladigan ma’lumotlarning mazmuni o‘rganiladi. Bunday tahlil, nutqni chuqurroq tushunishga va lingvistik semantikaning kengayishiga yordam beradi.

5. O‘zbek mediadiskursida leksik-semantik munosabatlar, jumladan, omonimiya, polisemiya, sinonimiya, antonimiya, giponimiya va meronimiya muhim o‘rin tutadi. Omonimlar mazmunga yangi semantik qirralar qo‘shsa, polisemiya bir so‘zning turli kontekstlarda turfa ma’nolarni ifodalashiga imkon beradi, sinonimlar esa ifodaning stilistik rang-barangligini ta’minlaydi. Antonimlar matnda qarama-qarshi tushunchalarni yoritib, fikrning ta’sirchanligini oshiradi. Giponimiya esa umumiy va xususiy tushunchalar o‘rtasidagi bog‘liqlikni belgilab, nutqning mantiqiy tuzilishini shakllantiradi.

6. Media diskursning asosiy komponentlari kontent, kontekst, janrlar va imo-ishoralar bo‘lib, ular ommaviy kommunikatsiya jarayonida axborotning mazmunini shakllantirish va yetkazishda muhim ahamiyatga ega. Ushbu komponentlar o‘zaro bog‘liq holda ikki turga — mustaqil va tobe komponentlarga bo‘linadi. Mustaqil komponentlar axborot kontenti, janrlar va stilistik vositalardan iborat bo‘lib, ular media diskursning asosiy mazmun-mohiyatini belgilaydi. Tobe komponentlar esa mazmunning yanada samarali va ta’sirchan bo‘lishiga xizmat qiluvchi kontekst, imo-ishoralar, grafik elementlar va virtual muloqot vositalarini o‘z ichiga oladi. Bu komponentlarning semantik va stilistik tahlili ingliz va o‘zbek tillaridagi media tili va uslublar o‘rtasidagi o‘xshashlik va farqlarni aniqlashda muhim rol o‘ynaydi.

7. Mediadiskursning an’anaviy lingvistik tadqiqi asosiy va yordamchi lingvistik vositalarni farqlaydi. Asosiy vositalar so‘z tanlovi, frazemalar, professional jargonlar va leksik-semantik ko‘chimlarni o‘z ichiga olib, axborotni ta’sirchan yetkazish, jamoatchilik fikrini shakllantirish va kommunikativ strategiyalarni amalga oshirishga xizmat qiladi. Yordamchi vositalar esa diskurs markerlari bo‘lib, matnning izchilligi, fikrlarning mantiqiy bog‘liqligi hamda muloqot jarayonining tartibga solinishida muhim ahamiyat kasb etadi.

8. Mediadiskursda so‘zlarning lingvistik va mantiqiy ma’nolari o‘zaro ta’sirlashib, yangi semantik va stilistik ma’nolar hosil qiladi. Lug‘aviy va kontekstual ma’nolar stilistik vositalar bilan boyitilib, mazmunning ta’sirchanligi oshiriladi. Bathos, metafora, metonimiya, kinoya, epitet, oksimoron, evfemizm va giperbola kabi usullar ifoda imkoniyatlarini kengaytirsa, his-hayajon so‘zlari va intensifikatsiya vositalari hissiy ta’sirni kuchaytiradi. Stilistik vositalar lug‘aviy birliklarga yangi kontekstda chuqur va estetik mazmun baxsh etadi.

9. Mediadiskursda milliy modellar jamiyatning madaniy qadriyatlarini, ijtimoiy norma va kommunikativ xatti-harakatlari bilan bog‘liq bo‘lib, turli uslublar va strategiyalar orqali ifodalanadi. Ushbu modellar uch turga bo‘linadi: e’tirof etilgan modellar “to‘g‘ri” qadriyatlarni, baholovchi modellar madaniy me’yorlarga asoslangan baholash mezonlarini, o‘zaro ta’sir modellarida esa strategik kommunikatsiya orqali maqsadga erishish yo‘llarini belgilaydi. Ingliz va o‘zbek tillaridagi mediadiskurs stilistik xususiyatlarida farqlar mavjud bo‘lib, ingliz tilida raqobat, tanqid va argumentatsiya, o‘zbek tilida esa hurmat, jamoaviylik va ijtimoiy moslashuvga yo‘naltirilgan til xususiyatlari ustunlik qiladi.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЁНОЙ СТЕПЕНИ
PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 ПРИ КАРАКАЛПАКСКОМ
ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМЕНИ БЕРДАХА**

УРГЕНЧСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

РАДЖАББОЕВА ФЕРУЗА РАДЖАББОЕВНА

**СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТИПОЛОГИЯ И СТИЛИСТИЧЕСКАЯ
ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕДИИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО
И УЗБЕКСКОГО ЯЗЫКОВ)**

**10.00.06 – Сравнительное литературоведение, сопоставительное языкознание и
переводоведение**

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по ФИЛОЛОГИЧЕСКИМ НАУКАМ

Нукус – 2025

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан за № B2024.1.PhD/Fil4463.

Диссертация выполнена в Ургенчском государственном университете.

Автореферат диссертации на трёх языках (узбекский, русский и английский (резюме)), размещён на веб-странице Научного совета (www.karsu.uz) и Информационно-образовательном портале (www.zivonet.uz)

Научный руководитель:

Насиров Абдурахим Абдимуталипович
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Тлеумуратов Генжемурат
кандидат филологических наук, доцент

Джураева Малохат Мухаммадовна
доктор филологических наук, профессор

Ведущая организация:

Андижанский государственный институт
иностранных языков

Защита диссертации состоится «12» июня 2025 года в 9⁰⁰ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 при Каракалпакском государственном университете имени Бердаха. (Адрес: 230112, г. Нукус, улица Ч. Абдилова, дом № 1. Тел.: (99861) 223-59-25, факс: (99861) 223-59-25; e-mail: karsuinfo@edu.uz.)

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Каракалпакского государственного университета имени Бердаха (зарегистрирована за № 324). (Адрес: 230112, город Нукус, улица Ч. Абдилова, дом № 1. Тел.: (99861) 223-59-25, факс: (99861) 223-59-25; e-mail: karsuinfo@edu.uz.)

Автореферат диссертации разослан « 1 » июня 2025 года.
(Реестр протокола рассылки № 13 от 1 июня 2025 года).



[Signature]
М.С.Кудайбергенов
Председатель Научного совета по
присуждению учёных степеней, доктор
филологических наук, профессор.

[Signature]
Ж.Е.Сейтжанов
Ученый секретарь Научного совета по
присуждению учёных степеней, кандидат
филологических наук, профессор.

[Signature]
Г.А.Курбаниязов
Председатель Научного семинара при
Научном совете по присуждению учёных
степеней, доктор филологических наук
(DSc), профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и необходимость темы диссертации. В мировой лингвистике в последние годы усилился интерес к языку средств массовой информации и прессы, что сделало изучение лингвистических аспектов медиадискурса актуальной темой. Медиадискурс играет важную роль в реализации демократических реформ, формировании общественного мнения и освещении социальных проблем. Развитие медиаотрасли и связанные с ней реформы охватывают различные сферы общества. Исследования медиадискурса важны не только для лингвистики, но и для социальных наук, политики и культуры, требуя новых идей и подходов. Это создает основу для более глубокого изучения медиадискурса в будущем.

Актуальные вопросы медиадискурса в мировой лингвистике имеют важное значение для понимания роли и влияния средств массовой информации в обществе. Они представляют собой основную платформу для обмена информацией и выражения мнений, привлекают общественный интерес и оказывают влияние на социальные процессы. Медиадискурс не только формирует коммуникацию между людьми, но и повышает эффективность распространения информации, играя важную роль в освещении значимых общественных вопросов. Поэтому его глубокое изучение и анализ способствуют выработке новых подходов и эффективных решений актуальных социальных проблем.

В нашей стране проведена значительная работа по обеспечению свободы слова, совершенствованию системы управления информацией и усилению роли средств массовой информации в решении социальных проблем. Как отметил глава государства: «В нынешний период, когда наша Родина – любимый Узбекистан – вступает в новый и важный этап своего развития, представители медиасферы – журналисты и редакторы, режиссеры и операторы, блогеры, телеканалы и радиостанции, газеты и журналы, издательства и типографии – вносят неоценимый вклад в формирование демократического облика нашей страны и ее популяризацию в мире. Народ высоко ценит их деятельность.»¹ Медиа Узбекистана должно укреплять свои позиции во внутреннем и международном информационном пространстве. В связи с этим изучение данной темы важно для повышения эффективности медиасистемы, продвижения национальных ценностей и внедрения современных технологий.

Исследование в определённой степени служит реализации задач, предусмотренных рядом государственных программ, регулирующих отношения в сфере массовой информации в нашей стране. В частности, Указом № УП-5653 от 2 февраля 2019 года «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций», Указом № УП-60 от 28 января 2022 года «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы», а также

¹ <https://azkurs.org/uzbekistonda-ommaviy-akhborot-vositalaringin-jamiyatda-orni.html>

постановлениями № ПП-6079 от 5 октября 2020 года «О цифровом Узбекистане – 2030», ПП-4699 от 28 апреля 2020 года «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронной системы государственного управления», № ПП-5117 от 19 мая 2021 года «О мерах по выводу деятельности по популяризации изучения иностранных языков в Республике Узбекистан на качественно новый уровень» и Указом Президента Республики Узбекистан № УП-358 от 14 октября 2024 года «Об утверждении стратегии развития технологий искусственного интеллекта до 2030 года», а также другими нормативно-правовыми актами, относящимися к данной сфере.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Диссертация выполнена в рамках приоритетного направления научного, технологического и инновационного развития республики «Формирование системы инновационных идей и их реализация в процессе социального, правового, экономического, культурного и духовно-просветительского развития информационного общества и демократического государства».

Степень изученности проблемы. На сегодняшний день в лингвистике имеется ряд исследований, посвященных медиалингвистике, которые в основном анализируют язык СМИ, газетные тексты, интервью, новости и рекламные материалы. Эти исследования позволяют проводить лингвистический, идеологический и критический анализ медиадискурса.

Изучение медиадискурса широко представлено в мировой лингвистике в трудах таких исследователей, как А. Белл, Дж. Стоукс, М. Тэлбот, Д. Мачин, Т. ван Лёвен, Н. Фэркло, О. Бойд-Баррет, Дж. Херитидж и С. Клейман, Д. Грейтбэкс, Дж. Корнер, Р. Кей, Н. Фентон, Н. Ньюклер, П. Скэннел, Дж. Стоукс.²

В свою очередь, значительный вклад в формирование основ медиалингвистики внесли следующие российские ученые: Т. Добросклонская, Н. Алефиренко, Н. Оломская, В. Чернявская, А. Полонский, Т. Карпилович, М. Коновалова, М. Володина, Н. Чичерина, Т. ван Дейк³ и другие.

²Белл А. Язык новостных СМИ. – Оксфорд: Блэквелл, 1991. – С.296.; Стоукс Дж. Как проводить медиа- и культурологические исследования. – Лондон, 2021. – С.408.; Талбот М. Медиадискурс. Представление и взаимодействие. – Издательство Эдинбургского университета. 2007. – 3 с.; Белл А., Питер Г. Подходы к медиадискурсу. – Издательство Блэквелл, 1998. – С.21.; Мачин Д. Леувен Т.В. Глобальный медиа-дискурс. – Лондон, 2007. – с. 2-16.; Фэрклоу Н. Медиадискурс. – Лондон, 1995. – 20 с.; Бойд-Барретт О. Медиаимпериализм: к международной структуре анализа медиасистем. Гл. 5 по специальности «Массовые коммуникации и общество». – Лондон, 1977. – С.251.; Херитидж Дж., Клейман С., Грейтбатч Д., Интервью в политических новостях. – Лондон, 1989 г.; Корнер Дж., Кей Р. и Фентон Н., Ядерные реакции. Официальный ответ на общественном телевидении. – Лондон, 1990 г.; Скэннелл П. Говорить и показывать: прагматическое и феноменологическое исследование телевизионного документального фильма. Появиться в Тексте. – Лондон, 1997. – с. 22-40.; Стоукс Дж. Как проводить медиа- и культурологические исследования. – Лондон, 2021. – с. 408.; Палмер, Ф. Р. Настроение и модальность. – Кембридж, Издательство Кембриджского университета, 2001.;

³Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. – Москва, 2010. –С.288.; Добросклонская Т.Г. Металингвистика: теория, методы, направления. – Москва, 2020. С.178.; Алефиренко Н.Ф. Медиадискурс и его коммуникативно прагматическая сущность // Металингвистика. – Москва, 2016. – С. 49 – 57.; Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации

Узбекские лингвисты Д. Тешабоева, Г. Бокиева, Ш. Усмонова, Ш. Джабборова, З. Ёдгорова, Х. Джабборова, И. Тошалиев, Р. Абдусатторов, Х. Яхьяева, А. Шодикулова⁴ такие исследователи, как язык масс-медиа, национальная идентичность категории модальности в языковом ландшафте медиамира, текст в медиа пространстве, феномен информации, философские основы, социальная классификация информации, в нашей стране медиа-исследования необходимость, медиа грамотность первоначальное понимание, распространение необоснованной информации, Проведены исследования по ряду актуальных вопросов, таких как антропологические особенности культуры информационного обмена и перспективы развития медиалингвистики.

Связь темы исследования с планами научно-исследовательских работ вуза, в котором выполнена диссертация. Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ Ургенчского государственного университета в рамках темы «Актуальные вопросы сравнительного литературоведения, сопоставительного языкознания и переводоведения».

Цель исследования заключается в раскрытии семантической типологии, стилистической интерпретации и особенностей национальных лингвомоделей через дискурсивный анализ медиатекстов на английском и узбекском языках.

Задачи исследования включают следующие:

комплексное и научно обоснованное изучение теоретических основ понятия медиадискурса на английском и узбекском языках, а также его семантико-типологической характеристики;

медиадискурса. – Москва, 2013. – С. 250–259.; Чернявская В.Е. Медиальность: опыт осмысления формирующейся парадигмы в лингвистике // Международный научный журнал «Металингвистика». 2015. – С.7–14.; Полонский А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова // Русский язык в современном медиапространстве: Сб. научных трудов. – Белгород: Политерра, – Москва, 2009. – С. 151 – 160.; Карпилович Т. П. Типы модальности и интернациональность медиадискурса. – Москва, – С 199-200.; Коновалова М.В. Медиадискурс и подходы к его изучению // Вестник Челябинского государственного университета. –Москва, 2015. – С. 101 – 110.; Володина М.Н. Язык СМИ особый язык социального взаимодействия // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Ч.2. – М.: Из-во Московского государственного университета, 2004. – С. 38.; Чичерина Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – Вып. 7. – Т. 9.; Ван Дейк Т. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познавание. Коммуникация. – Москва, 1989.;

⁴Тешабоева Д.М. Оммавий ахборот воситалари тилининг нутқ маданияти аспектида тадқиқи (Ўзбекистон Республикаси ОАВ мисолида): филол. фан. док. дисс. – Тошкент, 2012. – 224 б.; G. Bakiyeva, Тешабоева Д., Оммавий ахборот воситалари тили маданияти// Филология масалалари, – Тошкент, 2019. – 42-46 б.; Тешабоева Д.М. Медиамаконда матн. – Тошкент, 2019. – 208 б.; Usmonova Sh.A. Mediadiskursda gazeta tili tendensiyalari (o'zbek va ingliz tillari misolida): Filol. fan. bo'yicha fals. d -ri (PhD) diss. – Toshkent. 2021. –147 b.; Yodgorova Z.G'. Media Olamning lisoniy manzarasida modallik kategoriyasining o'ziga xosligi: Avtoref. filol. fan. dok. diss. – Toshkent, 2024.; Jabborova H.A. Mediamakonda radio nutqning lingvokulturologik aspekti: Avtoref. filol. fan. dok. diss. – Toshkent, 2024.; G. Bakiyeva, D.M. Teshaboyeva. Ommaviy axborot vositalari tili. – Toshkent, 2019. –137b.; Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборот тили ва услуги. –Т.: 2006. – 248 б.; Яхьяева Н.Х. Медиаматн – ахборотнинг сифатини белгиловчи восита. –Т.: 2020, 162-б.; Шодикулова А. Медиаматнда метонимия воқеланишининг когнитив-дискурсив жиҳатлари. –Бухоро, 2022. –51 Б.;

выявление дискурсивных признаков языковых средств, функционирующих в английском и узбекском медиадискурсе, а также их семантико-стилистических особенностей.

Определение коммуникативно-прагматических аспектов медиатекстов в сравниваемых языках.

Освещение экспрессивных и национально-модельных особенностей медиатекстов на английском и узбекском языках.

Объектом исследования являются семантические и стилистические единицы в текстах английского и узбекского медиадискурса, а также их использование в различных коммуникативно-стилистических слоях.

Предметом исследования является семантическая типология, лингвистические особенности и их стилистическая интерпретация медиатекстов на английском и узбекском языках посредством дискурсивного анализа.

Методы исследования. При освещении темы исследования были использованы методы описания, сопоставления, дискурс-анализа и лингвокультурного анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

медиадискурс был классифицирован по типам с учётом времени, хронологии, исторического и психологического аспектов, виртуального евклидова пространства, логики, ситуации, процесса и ролей участников. При этом с учётом используемых средств массовой информации были семантически обоснованы независимые и зависимые компоненты медиадискурса;

в английском и узбекском медиадискурсе были раскрыты в сравнительном плане средства выражения событий, дискурсивные признаки и трансформации, проведён их системный семантико-стилистический анализ;

в исследовании установлено, что характерное для английского медиадискурса стилистическое средство «батос» («bathos») также присутствует в узбекском дискурсе и является основным стилистическим средством, отражающим неожиданную ситуацию;

анализ медиадискурса доказал, что сходства и различия в семантических и стилистических нормах, действующих в английских и узбекских медиатекстах и речах, формируются под влиянием признанных (Espoused models), оценочных (Evaluative models) и интерактивных (Models-interaction) лингвокультурных моделей каждой из этих языковых систем. Стилистическая интерпретация каждой модели была научно обоснована.

Практические результаты исследования состоят в следующем: опубликован «Толковый узбекско-английский словарь по медиаграмотности и информационной культуре», содержащий объяснения слов, относящихся к сфере медиа. Доказано, что этот словарь способствует развитию медиаграмотности за счет разъяснения терминов, связанных с медиасферой.

Доказано, что полученные в ходе исследования данные о семантической типологии и стилистической интерпретации медиадискурса

на английском и узбекском языках позволяют преподавать медиалингвистику как отдельный лингвистический курс.

Подтверждено, что результаты исследования могут быть использованы в образовательных учреждениях при преподавании журналистики, иностранных языков, а также в рамках учебных курсов и семинаров по актуальным проблемам ИКТ в обучении медиа и иностранным языкам.

Достоверность результатов исследования достоверность результатов исследования обеспечивается: применением научно обоснованных методов; использованием теоретических данных, заимствованных из общепризнанных научных источников мировой лингвистики; анализом материалов, основанных на современных особенностях английского и узбекского языков; возможностью делать выводы на основе анализа диалогов и бесед в телевизионных программах; обоснованностью, методологической точностью, а также актуальностью и четкостью поставленных задач.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость исследования заключается в расширении научных представлений о понимании медиа и оценке информации, а также в семантико-стилистической интерпретации медиалингвистических понятий с национальной и сравнительной точки зрения. Полученные результаты способствуют: созданию теоретической базы для изучения медиалингвистики на английском и узбекском языках; развитию научных исследований в области медиалингвистики, медиадискурса, медийного текста, медиаречи и их лингвистических характеристик; пополнению учебников и учебных пособий дополнительными материалами по данной тематике.

Практическая значимость исследования определяется его вкладом в: создание медиатекстов, повышение уровня редактирования, эффективную подачу информации, анализ стилистических особенностей языка СМИ. Кроме того, работа открывает новые перспективы для будущих медиалингвистических исследований.

Внедрение результатов исследования. Результаты исследования по семантическая типология и стилистическая интерпретация медиадискурса:

медиадискурс был классифицирован по таким типам, как временной, хронологический, исторический, психологический, виртуально-эвклидово-пространственный, логический, ситуационный, процессуальный и по ролям участников. Выполнен системный анализ семантических характеристик медиадискурса с учетом используемых средств массовой информации и их независимых и зависимых компонентов. Полученные научные выводы применены при подготовке сценариев телепередач «Та'lim va taraqqiyot» (Образование и развитие), «O'zbekiston yoshlari» (Молодежь Узбекистана), «Adabiy jarayon» (Литературный процесс), транслируемых на телеканале «O'zbekiston» (по информации Национальной телерадиокомпании Узбекистана от 14 октября 2024 года, № 04-36-1106). Таким образом, результаты исследования способствуют развитию науки и технологий в

Узбекистане, обогащая содержание инновационных подходов к информационному обществу и демократическому государству в социальном, правовом, экономическом, культурном и духовно-просветительском аспектах;

научные выводы, основанные на системном сравнительном анализе профессиональной лексики, терминов, дискурсивных маркеров и тропов в английском и узбекском медиадискурсе, были использованы в фундаментальном научном проекте ФА-Ф1-005 «Исследование истории каракалпакского фольклороведения и литературоведения» (2017–2020 гг.), реализованном в Институте гуманитарных наук Каракалпакского отделения Академии наук Республики Узбекистан (по информации № 508/1 от 31 октября 2024 года). В результате были прояснены некоторые вопросы традиционных взглядов на язык современных средств массовой информации;

в ходе исследовательской работы на основе научных результатов было выявлено, что стилистический прием «bathos», характерный для английского медиадискурса, присутствует и в узбекском дискурсе и является основным стилистическим приемом, отражающим неожиданную ситуацию. Материалы исследования также легли в основу создания программного обеспечения «Толковый узбекско-английский словарь по медиаграмотности и информационной культуре», зарегистрированного в соответствии с Законом Республики Узбекистан «О правовой защите программ для электронно-вычислительных машин и баз данных» (свидетельство Министерства юстиции Республики Узбекистан № DGU 42838 от 20 апреля 2024 года). Таким образом, был создан словарь медиатерминов, который служит основой для дальнейших медиалингвистических исследований и представлен широкой читательской аудитории;

результаты анализа медиадискурса, подтверждающие, что сходства и различия в семантических и стилистических нормах английских и узбекских медийных текстов и речей формируются под влиянием лингвокультурных моделей каждой из языковых систем — признанных (Espoused models), оценочных (Evaluative models) и интерактивных (Models-interaction), а также научно обоснованная стилистическая интерпретация каждой модели — были использованы при реализации пункта 50 направления X Программы мероприятий на 2023 год Республиканского центра духовности и просвещения: «Разработка и внедрение новых современных эффективных технологий пропаганды. Организация и проведение мероприятий по теме широкого внедрения новых идеологических технологий с учетом региональной специфики для оздоровления социально-духовной среды в стране» (справка № 421 от 21 ноября 2024 г., Институт социально-духовных исследований при Республиканском центре духовности и просвещения). В результате предложения, рекомендации и выводы, выдвинутые в диссертации, способствовали стилистической интерпретации семантической типологии медиадискурса.

Апробация результатов исследования. Результаты данного исследования были обсуждены на 8 научных конференциях, из которых 5 – международные, а 3 – республиканские научно-практические конференции.

Публикации по теме исследования. По теме диссертации опубликовано всего 16 научных работ, в том числе: 8 статей в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 5 статей опубликованы в республиканских журналах, 3 – в зарубежных изданиях.

Структура и объём исследования. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованной литературы. Общий объём диссертации – 147 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснована актуальность и востребованность темы исследования, освещена степень изученности проблемы, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, раскрыто соответствие работы приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, изложены научная новизна и практические результаты, раскрыты теоретическая и практическая значимость полученных результатов. Приведены сведения о внедрении результатов исследования в практику, апробации и опубликованных работах, структуре диссертации.

В первой главе диссертации, озаглавленной **«Медиадискурс как объект исследования медиалингвистики»**, рассматриваются актуальные вопросы медиалингвистики, типы медиадискурса и его лингвистические аспекты.

Медиалингвистика включает в себя два основных компонента – понятия «медиа» (средства массовой коммуникации) и «лингвистика». Объектом исследования этого направления является изучение функциональных свойств языка в рамках массовой коммуникации и принципов его функционирования. Иными словами, медиалингвистика занимается системным анализом языка СМИ как специфической области применения языка.

Медиалингвистика – относительно новое направление в мировой лингвистике, которое изначально сформировалось в Великобритании, а затем развивалось в Австралии, США и Германии. В 2000-х годах российский лингвист Т. Добросклонская впервые употребила этот термин в своей докторской диссертации «Теоретические основы медиалингвистики».⁵

Разнообразие медиаучреждений в различных регионах способствует удовлетворению информационных потребностей общества. Локальные новости становятся глобальными и вызывают широкое обсуждение, в результате чего между медиапользователями возникает обмен мнениями.

⁵Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – Москва 2008. – 4 с.

Этот процесс формирует пространство для общения и создает условия для возникновения медиадискурса.

Термин «медиа» появился в английском языке в конце XVI века и происходит от латинского слова *medium*, которое в буквальном смысле означает «средний», «средство» или «промежуточный канал». Изначально этот термин использовался для обозначения различных посреднических функций. В контексте коммуникации «медиа» обычно означает «средство связи» или «канал передачи информации». Согласно «модели коммуникации» языка, медиа служат посредником в передаче сообщения от говорящего к слушающему. В этом процессе информация передается через медиа, что способствует формированию коммуникативной связи.⁶

Вопрос медиадискурса рассматривался различными учеными, которые предлагали отличающиеся друг от друга подходы и определения. В частности, согласно теории Алана Белла, «медиадискурс изучает роль языка и коммуникации в обществе в социальном и культурном контексте. Его задача не просто передавать информацию, а анализировать, как она структурируется и воспринимается в разных социальных условиях».⁷ Этот подход показывает, что медиадискурс направлен не только на передачу информации, но и на исследование того, как она воспринимается обществом и какое влияние оказывает на социальный контекст.

Согласно теории Т. Добросклонской, «медиадискурс – это коммуникативный процесс, который изучает, как язык и речь в средствах массовой информации формируются, распространяются и воспринимаются в социальном и культурном контексте».⁸ Добросклонская делает акцент на анализе социальных, культурных и идеологических аспектов языка СМИ. То есть информация, распространяемая через прессу, телевидение, радио и интернет, играет важную роль в формировании общественного сознания, управлении общественным мнением и передаче культурных ценностей.

В узбекском языкознании Д. Тешабоева определяет медиа-дискурс как «социальную деятельность, связанную со сбором, обработкой и периодическим распространением актуальной социальной информации через средства массовой коммуникации»⁹. Согласно этой теории, медиа-дискурс охватывает процесс сбора, обработки и распространения социальной информации через СМИ. Этот процесс включает не только обмен информацией, но и восприятие информации обществом, а также деятельность всех социальных институтов и личностей, участвующих в ее распространении. Как коммуникативный процесс, возникающий в СМИ, медиа-дискурс связан с тем, как информация влияет на общество, через какие формы и средства она передается и какими социальными связями воспринимается.

⁶Marina L. and Alan D. Analysis of the media. – Cambridge, 2014, – p.22.

⁷Allan B. Approaches to media discourse. – Oxford Malden, Mass,1997. – p. 6.

⁸Добросклонская Т.Г. Металингвистика: теория, методы, направления. – Москва, 2020. –С. 178.

⁹Тешабоева Д. Mediakommunikatsiya: Til Siyosati va Madaniyat. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. – Toshkent, 2024. –б. 39.

В целом, опираясь на данные исследований в области мировой и узбекской медиалингвистики, можно дать следующее определение медиадискурсу.

Медиадискурс – это устное или письменное сообщение, передаваемое говорящим и формирующееся в зависимости от концептов времени, места и ситуации. В устной форме он порождает медийную речь, а в письменной – медиатекст, отражая смысл и значимость окружающей реальности. Медиадискурс охватывает виды деятельности, связанные с общественно значимыми событиями, их различия и сходства, а также идеологические и символические признаки. Кроме того, он включает широкий спектр коммуникации в СМИ, охватывая тексты, аудио- и видеоматериалы, а также различные коммуникативные формы.

Существующие в лингвистике теории классифицируют медиадискурс на основе его различных характеристик. Согласно теории Т.А. ван Дейка, основным критерием для различения видов медиадискурса являются ситуационные параметры. Ученый предлагает следующую классификацию медиадискурса: domain (сфера, область), global interaction and communicative type (глобальное взаимодействие и тип коммуникации), functions (функции), intentionality (намерение), purpose (цель), date and time (время), place (место), circumstance (обстоятельства), brackets and important objects (актуальные и значимые вопросы), role of participants (роль участников), professional role (профессиональная роль), social role (социальная роль), social representations (общественные представления)¹⁰.

В медиалингвистике изучение медиадискурса включает ряд вопросов, в том числе типологические, когнитивные, экстралингвистические, коммуникативные, паралингвистические и другие. Эти вопросы определяют семантико-стилистические характеристики медиадискурса и считаются его контекстуальными вопросами.

Вторая глава исследования, озаглавленная «Сравнительная семантическая типология медиадискурса», посвящена анализу лексико-семантического уровня и классификации медиадискурса на английском языке, лексико-семантического уровня и таксономии медиадискурса на узбекском языке, а также сравнению семантики самостоятельных и зависимых компонентов медиадискурса в этих языках.

В английском медиадискурсе значения слов могут выражаться по-разному в официальном и неофициальном стиле. В официальном стиле преимущественно используются академические, нейтральные и литературные слова. В неофициальном стиле активно применяются диалектизмы, эксплетивы (бранные или эмоциональные выражения), фразеологизмы, разговорные конструкции, сленг и жаргонизмы.

¹⁰ <https://www.slideshare.net/valen1502/teun-van-dijk>

Например: *Stan* – это распространенное сленговое слово в английском языке, особенно среди молодежи. Оно означает «преданный фанат», «яростный поклонник» или «человек, горячо поддерживающий что-либо». Пример: I stan this new album; it's incredible (Я ярый фанат этого нового альбома; он потрясающий!). Здесь слово *stan* используется в значении «яростный поклонник».

Algorithm – термин, широко используемый в сфере медиа, обозначает программный процесс, который упорядочивает информацию на цифровых платформах и формирует пользовательский опыт. Пример: Social media algorithms prioritize content based on your interaction history. (Алгоритмы социальных сетей определяют приоритетность контента на основе истории ваших взаимодействий.)

Согласно теории анализа дискурса Т. А. ван Дейка, исследование медиадискурса с лексико-семантической точки зрения должно проводиться поэтапно. В его подходе основными факторами, формирующими семантическую структуру и содержание дискурса, являются: индексальность и анафора, дейксисы, пресуппозиция, основные речевые акты медийного дискурса, контекстуальное требование и значение, возникающее в межличностных отношениях.

В медиадискурсе индексальность (зависимость от контекста) делится на индексальность личности, времени и места. В англоязычном медиадискурсе дейксисы передают информацию о личности, месте, времени и существовании с помощью безличных конструкций. Анафора тесно связана с предыдущим контекстом и представлена в виде референциальной анафоры, экзофорической анафоры и катафоры. Пресуппозиция – это информация, не выраженная напрямую, но подразумеваемая в тексте или высказывании.

Речевой акт – это лингвистическое явление, возникающее при произнесении определенной фразы в процессе общения. Они подразделяются на: иллокутативные (действие, совершаемое через речь, например, обещание или приказ), перлокутативные (эффект, производимый речью на собеседника), директивные (побуждение к действию), декларативные (констатация фактов). Смысл в межличностной коммуникации проявляется через речевые стратегии, выражающие сотрудничество, противостояние, поддержку или оскорбление.

Лексико-семантические отношения. Лексическая семантика изучает различные аспекты значений слов и семантические связи между ними.

Основные типы лексических отношений: Омонимия (разные значения одинаковых слов), Полисемия (множественные значения одного слова), Синонимия (слова с близкими значениями), Антонимия (противоположные по значению слова), Гипонимия (иерархическая связь «часть–целое», например, «собака» – «животное»), Меронимия (отношение части и целого, например, «рука» – «тело»). Эти семантические связи формируют

различные уровни значений слов в медиадискурсе и определяют способы передачи информации в массовой коммуникации.

Известно, что **омонимы** – это лексемы, имеющие одинаковую форму, но разные (не связанные между собой) значения. Основываясь на лингвистических теориях, в медиадискурсе омонимы подразделяются на следующие виды: контекстуальные, лексические, фонетические и грамматические. Например, слово «Эфир» имеет разные значения в разных дискурсах. В медийном контексте оно относится к пространству прямой трансляции и используется в таких выражениях, как «Наша программа транслировалась в прямом эфире», в то время как в научном (в частности, химическом) контексте «Эфир» является названием конкретного химического соединения. В этом случае значение слова зависит от контекста, и в медийном дискурсе оно имеет абстрактный и эмоциональный оттенок, а в научном – технический и денотативный. Анализ дискурса показывает, что семантическая универсальность слова «Эфир» помогает выполнять различные социальные и функциональные задачи.

Полисемия – это способность одного слова иметь несколько значений. В медиадискурсе это явление служит для создания различных смыслов посредством использования слова или образа в разных контекстах. В медиадискурсе полисемия делится на радиальную и цепную разновидности. Для примера рассмотрим один из случаев, когда не соблюдается верховенство закона. По данным расследования Kun.uz, пересадка многолетних деревьев стала причиной их высыхания. Выяснилось, что накануне начала строительства 5-звездочной гостиницы на пересечении улиц Сайилгох и аль-Фергани в городе были пересажены в другое место 25-летние деревья, но они не прижились. Хотя прибывшие на огороженную территорию застройщик, представитель отдела экологии и сотрудник хокимията заявили, что все многолетние декоративные деревья были пересажены в другое место, корни выкорчеванных и срубленных деревьев лежали укрытыми в куче. Из-за этого часть людей, проживающих в этой местности, также переехали в другие районы.¹¹ Слова «пересаживать», «укоренять» и «сушить» в тексте употребляются в разных значениях в разных контекстах, что свидетельствует об их полисемантичности (многозначности). Дискурсивный анализ означает, что данные слова употребляются с определенной функциональной нагрузкой в официально-правовом, экологическом и социальном дискурсах, обогащая смысловые пласты текста и углубляя его социально-критическое содержание.

Явление, при котором различные лексические единицы имеют одно и то же значение, называется **синонимией**. В зависимости от того, к каким языковым единицам она относится, синонимия подразделяется на лексическую, стилистическую, семантическую, фразеологическую и

¹¹ TV.24.10.2024

контекстуальную. Например, «В августе 2024 года рынок недвижимости Узбекистана немного снизился, что свидетельствует о колебательных тенденциях, сообщает Центр экономических исследований и реформ. В годовом выражении наблюдается значительное сокращение активности: продажи жилья уменьшились на 20,8 %, что указывает на снижение интереса к покупке домов. В августе 2024 года наибольшее сокращение числа сделок с недвижимостью в разрезе регионов зафиксировано в Сырдарьинской и Хорезмской областях, а также в городе Ташкенте. В годовом измерении спад продаж недвижимости в Навоийской, Наманганской и Ташкентской областях превысил 30 % в каждом из этих регионов. В августе текущего года средняя цена на вторичное жильё в республике выросла на 0,7 %, а с августа прошлого года средняя стоимость одного квадратного метра жилья увеличилась на 9,7 %.»¹² Данный текст относится к официальному экономико-информационному дискурсу, и лексические синонимы, такие как «снижение», «уменьшение», «затухание» в нем представляют реальные экономические изменения, а семантические синонимы, такие как «колебание», «динамика», представляют рыночные процессы. Стилистические синонимы, такие как «указывает», «показывает», «выражает», поддерживают эмоциональную нейтральность текста. Выражения «снижение активности», «снижение интереса» подчеркивают социально-экономическую ситуацию. Такие синонимы служат важным инструментом в раскрытии функционально-стилистических особенностей экономического дискурса.

Антонимия – это отношение между лексическими единицами, имеющими противоположные или контрастные значения. В медиадискурсе антонимы классифицируются на градационные, комплементарные, векторные и контекстуальные. Например, «Отмечается, что в ходе некоторых публичных мероприятий участники усиливают действия, угрожающие общественной безопасности и ставящие под угрозу опасности граждан». Данное высказывание является формальным, вступает в политический и социальный дискурс и актуализирует проблему безопасности.¹³ Слова «безопасность» и «опасность» в тексте являются контекстуальными антонимами, и противопоставляются не на основе лексической, а на основе семантической оппозиции, как позитивные и негативные ситуации. Это свидетельствует об их противоречивости в сфере значений в медиадискурсе.

Гипонимия – это явление, выражающее иерархические отношения между общими и конкретными понятиями. В медиадискурсе она делится на семантическую, дифференциальную, контекстуальную и лексическую разновидности. Например, семантическая гипонимия чаще встречается в

¹² TV.24.10.2024

¹³ TV. Kun.uz 17.09.2024

спортивных новостях: под понятием «спорт» подразумеваются такие его виды, как футбол, теннис, бокс. Дифференциальная гипонимия встречается в аналитических статьях, например, под термином «социальная сеть» понимаются такие платформы, как Facebook, Instagram, TikTok.

Контент, контекст, жанры и жесты являются основными компонентами медиадискурса. Они все составляют неотъемлемые части коммуникации.

Медиаконтент – это совокупность информации и материалов, создаваемых медиаресурсами и распространяемых через средства массовой информации. Формами медиаконтента являются телевидение, радио, печатные издания и цифровые платформы, через которые передаются информационные и развлекательные материалы. Существуют различные виды медиаконтента, среди которых наиболее распространены: текстовый, визуальный (на основе изображений), аудиоконтент, видеоконтент и интерактивный контент.

Текстовый контент в английском медиадискурсе в основном основывается на независимой журналистике, блогах и онлайн-статьях. Цифровая журналистика преобладает над традиционными печатными изданиями. Например: «UK Economy Sees Unexpected Growth Amid Global Recession Fears» (Заголовок), «How Did the UK Outperform Economic Expectations?»¹⁴ (Подзаголовок). Заголовок и подзаголовок через позитивные семантические элементы подчеркивают экономические успехи Великобритании и, создавая контраст в контексте глобальной рецессии, выделяют её относительное преимущество. Такой семантический и дискурсивный подход формирует оптимистичное настроение и служит частью стратегии конструкта позитивного национального имиджа.

В узбекской медиасреде текстовый контент, как правило, опирается на официальные информационные агентства и печатные издания, формируя нейтральный и информативный дискурс. Заголовки и подзаголовки более аналитические и основаны на фактах, выступая инструментом освещения государственной политики и реформ. Например: «Новые реформы в экономике Узбекистана: анализ экспертов»¹⁵ (заголовок), «Как изменятся условия ведения бизнеса в результате экономических реформ?»¹⁶ (подзаголовок). Такие заголовки имеют аналитический и официальный стиль, лишены эмоциональной окраски и остаются в рамках официального стиля. Это указывает на доминирование традиционной модели журналистики в Узбекистане и на сохранение государственной информационной политики в медиатекстах.

Медиаконтекст – это совокупность факторов, влияющих на то, как информация или сообщение воспринимается и интерпретируется в медиа. Контекст играет важную роль в понимании содержания медийного текста, визуального или аудиоконтента. Основные виды медиаконтекста включают

¹⁴ www.cityam.com

¹⁵ Uza.uz. 25.10.2024

¹⁶ USBU.UZ. 25.10.2024.

межличностный, групповой, организационный, межкультурный и массовый контексты.

В английском медиадискурсе понятием «медиаконтекст» охватываются все виды цифровой коммуникации: социальные сети, телевидение, онлайн-издания. Например: «Mediated communication is becoming increasingly important in journalism today. Social media is now a leading platform for news dissemination».¹⁷ Здесь термин «mediated communication» обозначает формы общения через цифровые средства – соцсети, телевидение и онлайн-платформы. Отмечается возрастающая роль опосредованной коммуникации в журналистике и приводится пример доминирования соцсетей как главной платформы распространения новостей.

В узбекском медиадискурсе медиаконтекст формируется на основе современных технологий и национальной культуры. Например: «Быстрый обмен информацией стал легче с помощью медиа-коммуникационных средств. Теперь общественность может быстрее реагировать на новости в социальных сетях».¹⁸ В узбекском языке акцент делается на традиционные электронные каналы и официальные медиа.

Жанровый компонент – это структурный элемент медиатекста, который формируется с учетом целевой аудитории и определяет структуру и особенности медиакоммуникации. В медиадискурсе жанровые компоненты подразделяются на информационные, гибридные и рекламные жанры, которые считаются самостоятельными элементами.

Информационные жанры в узбекской медиасреде представлены теленовостями, анонсами и короткими сообщениями в соцсетях. Этот жанр основан на официальных фактах и выражается кратко и прямо. Например: «В Хорезмской области введен в эксплуатацию новый индустриальный комплекс. Общая стоимость проекта составляет 50 миллионов долларов США»¹⁹. Таким образом, узбекские новости краткие и базируются на проверенных официальных данных.

В английской медиасреде цифровые новости быстро распространяются через YouTube и другие онлайн-платформы, оформлены кратко и аналитически. Пример: «The UK inflation rate drops to 3.5% this month, marking its lowest point in two years». Англоязычные новости подаются в кратком, цифровом и аналитическом формате.

Жесты являются важным компонентом медиадискурса, добавляя дополнительные семантические и прагматические значения в процесс коммуникации. В медиадискурсе жесты подразделяются на: Эмблематические (например, жест политика с поднятым пальцем); Экспрессивные (когда телеведущий выражает удивление или гнев); Указательные (журналист указывает на камеру или карту); Регулятивные (жесты, регулирующие ход интервью, такие как передача слова собеседнику или призыв к внимательному слушанию); Изобразительные (например,

¹⁷ New York Times Digital Media Report (2023).

¹⁸ O'zbekiston Milliy Axborot Agentligi (UZA) – "Raqqamli media va uning jamiyatga ta'siri" (2023)

¹⁹ Kun.uz

спортивный комментатор, объясняющий тактику игры с помощью движений рук).

В английском медиадискурсе жесты выполняют более экспрессивную и эмблематическую функцию, направлены на вызов эмоционального отклика у аудитории. Пример: блогер, прижавший руку к груди и восклицающий «This completely changed my life!» — яркий пример экспрессивного жеста, подчеркивающего искренность эмоций. Политик, сопровождающий слова «Together, we will rise» жестами, использует эмблематический жест с семантикой единства и призыва к действию. В таком дискурсе жесты — не просто вспомогательное средство, а многослойный семантический элемент, передающий информацию и эмоции одновременно. Таким образом, в английской медиасреде жесты становятся инструментом установления эмоциональной близости, доверительного образа и искренности коммуникации.

В узбекском медиадискурсе жесты преимущественно используются в официальном контексте для структурирования речи и уточнения информации. Они, как правило, нейтральны и лишены эмоциональной нагрузки, усиливая визуальное восприятие. Пример: указание диктора рукой на отображаемую информацию на экране или кивок политика как символ одобрения. Такие жесты служат визуальным компонентом устного текста и являются частью официального дискурса.

В третьей главе диссертации под названием **«Стилистическая интерпретация медиадискурса в английском и узбекском языках»** обсуждаются языковые средства выражения в английском и узбекском медиадискурсе, а также результаты стилистического анализа национальных лингвомоделей этих дискурсов.

Языковые средства выражения медиадискурса — это языковые средства, служащие для передачи информации, убеждения аудитории, эмоционального воздействия и формирования общественного мнения в СМИ. Эти средства определяют стилистические характеристики медиатекста и обеспечивают его коммуникативную эффективность.

Медиа-стилистика — это раздел лингвистики, изучающий стилистические особенности языка средств массовой информации. Она анализирует стилистические характеристики текста, объясняет его смысл, влияние и роль в СМИ. Это направление науки возникло в связи с развитием медиа и особенностями использования языка в данной сфере.

В научных исследованиях Ламбру и Дюранта²⁰ подчеркивается, что анализ медиадискурса с лингвистической точки зрения можно обозначить термином «медиа-стилистика». Согласно их исследованиям, медиа-стилистика охватывает системный анализ лингвистических и стилистических средств, используемых в средствах массовой информации.

Анализ научных исследований, посвященных традиционному лингвистическому изучению медиадискурса, показывает, что

²⁰ Lambrou, M, Durant, A (2014) Media stylistics. – Cambridge, 2014..503–519 p..

лингвистические средства можно условно разделить на основные и вспомогательные группы.

Первая группа основных лингвистических средств охватывает специфическую лексику медиадискурса. Она включает в себя выбор слов (в их прямом и переносном значении), устойчивые выражения и фразеологизмы, профессиональный жаргон, а также лексико-семантические изменения.

В медиадискурсе выбор слов играет важную роль в подаче информации, формировании общественного мнения и продвижении определенных идей. Например, телевизионные передачи, информационные тексты, кино и другие медиаматериалы, помимо своей денотативной функции, нередко содержат дополнительную семантическую нагрузку, символические выражения, элементы общей картины мира или специальные лексические единицы, ориентированные на аудиторию. Такие языковые средства в медийных текстах помогают выразить как положительное, так и отрицательное значение. В данном исследовании уделяется внимание современному узбекскому медиадискурсу, в котором широко используются заимствованные английские слова, такие как «эксклюзивный подарок», «премиальное кино», «бренды» и другие.

В телевизионном дискурсе устойчивые выражения и фразеологизмы применяются для формирования культурного контекста, привлечения аудитории и более экспрессивного и образного выражения информации. Они демонстрируют богатство и разнообразие языка, а также придают тексту стилистическую выразительность. Однако значение фразеологических единиц зачастую бывает неочевидным, поэтому их интерпретация осуществляется с опорой на контекст. Эти языковые средства делают речь более художественной, выразительной и доступной широкой аудитории.

«Фразеологические единицы – это образные выражения и средства художественного языка, созданные народом на протяжении веков. Они являются уникальным продуктом народного творческого мышления, кратко и точно отражают отношение человека к природе и социальным явлениям, придают речи красочность, выразительность и образность, экономя силы и время говорящего и слушающего. Кроме того, фразеологизмы способствуют развитию коммуникативной компетенции у учащихся и студентов».²¹

В телевизионном дискурсе устойчивые выражения и фразеологизмы играют важную роль в формировании общественного мнения, придают речи экспрессивность и делают коммуникацию более эмоционально воздействующей. Например, в английском медиадискурсе фразеологизм “spill the beans” (буквально «рассыпать бобы», в переносном смысле – «разгласить тайну») часто используется в программах формата реалити-шоу

²¹Насиров А.А. Француз, ўзбек ва рус тилларидаги проverbsларнинг семантик-стилистик ва миллий-маданий хусусиятлари: док. дисс. автореферати. – Тошкент, 2016. –б. 5.

и означает раскрытие скрытой информации. Это выражение описывает процесс раскрытия стратегической информации в условиях соревнования между участниками. Например, в предложении “I’m going to spill the beans about my rival’s strategy” («Я собираюсь раскрыть стратегию своего соперника») фразеологическая единица усиливает драматический эффект шоу.

Фразеологизм “break a leg”, несмотря на свое буквальное значение («сломайте ногу»), в театральном и телевизионном дискурсе используется в качестве пожелания удачи участникам выступлений. Это выражение часто применяют по отношению к актерам, телеведущим и другим участникам шоу. В узбекском языке его эквивалентом является фраза “Omadingizni bersin!” («Пусть вам сопутствует удача!»).

В узбекской медиаречи фразеологизмы широко используются для обогащения живой речи и передачи мысли в образной форме. Они встречаются преимущественно в ток-шоу, новостных программах и обсуждениях социальных тем. Например, выражение “qaynoq nuqta” («горячая точка») применяется в ток-шоу “Mahallada duv-duv gap” («В махалле шумят разговоры») и обозначает напряженные дискуссии или конфликтные ситуации. В предложении “Qaynona-kelin o‘rtasidagi mojaro qaynoq nuqtaga yetib keldi va har ikki tomon o‘z huquqlarini himoya qilishga tauro” («Конфликт между свекровью и невесткой достиг критической точки, и обе стороны готовы отстаивать свои права») данное выражение усиливает эффект напряженности и драматизма в телевизионном дискурсе.

В медиадискурсе, особенно в сфере телевидения, профессиональные термины и жаргоны играют важную роль. Специалисты, работающие в телевидении – журналисты, режиссеры, монтажеры, операторы и другие представители этой сферы – активно используют эти термины в процессе взаимодействия с зрителями, слушателями и участниками передач. Это способствует точному и понятному донесению информации. Ниже приведены примеры широко используемых терминов и жаргонизмов в сфере телевидения на английском и узбекском языках.

Английские термины и жаргоны в телевидении: **Shot** (в узбекском языке “kadrl”) – термин, обозначающий зафиксированный на камеру момент при съемке фильма, телепередачи или рекламы. Каждая сцена состоит из различных кадров (shot), которые формируют визуальную подачу и стиль повествования. Существует несколько основных типов кадров: Wide shot – общий план, охватывающий всю сцену. Medium shot – средний план, показывающий персонажа от пояса вверх. Close-up shot – крупный план, передающий выражение лица героя. Согласно онлайн-словарю Merriam-Webster Most Trusted Dictionary, слово “shot” имеет 11 существительных значений, 3 прилагательных и 4 устойчивых фразеологизмов. Однако в медиадискурсе оно используется исключительно в значении «кадр» в контексте съемочного процесса.

Cue (ключевое слово, сигнал) – термин, используемый в телевидении, кино и театре. Он обозначает сигнал для актера или ведущего,

указывающий на необходимость произнести реплику или выполнить определенное действие. Этот сигнал может быть словесным, жестовым или музыкальным. Например: “Your cue is Hello.” («Твоя следующая реплика начинается со слова “Hello”»). Данный термин играет важную роль в координации сценического выступления и обеспечивает непрерывность постановочного процесса.

Термины и жаргоны, используемые в сфере телевидения на узбекском языке:

Ovozli izoh (аудиосценарий / audioscript) – звуковая запись, добавляемая к видео- или аудиоматериалу для пояснения событий или предоставления дополнительной информации.

Xabar (новостной выпуск / message) – термин, обозначающий телепередачи новостного формата. Это один из самых популярных телевизионных жанров, включающий выпуски политических, экономических, социальных, международных, культурных и развлекательных новостей.

Вспомогательные лингвистические средства: К ним относятся дискурсивные маркеры (discourse markers), которые выполняют функцию связующих, поясняющих, регулирующих и противопоставляющих элементов. Основные и вспомогательные лингвистические средства медиадискурса усиливают его содержательность, выразительность, эмоциональность и общественную значимость. Лингвистические и логические приемы создания переносного значения: Одним из ключевых приемов является осознанное сочетание лингвистического и логического значений слова.

В английском литературоведении данный прием называется “bathos” – антикульминация, резкий переход от серьезности или напряженного момента к чему-то неожиданно нелепому или смешному. Bathos впервые критически рассмотрел Александр Поуп, который описал его так: “Переход с высокого уровня на низкий, от серьезной темы к бессмысленной, часто создает забавный или нелепый эффект, так как зрители не ожидают такой смены.”²² Несмотря на широкое использование этого приема в узбекском телевизионном и драматическом дискурсе, в языке нет точного эквивалента термина bathos. Однако его суть передается через юмор, иронию, сарказм или насмешливую критику. Пример bathos в реалити-шоу: Ситуация: В популярном реалити-шоу участник со слезами на глазах говорит о своей самой большой мечте – изменить мир, принести пользу обществу и сделать жизнь людей лучше. Неожиданный комический поворот: В следующем кадре тот же участник с радостью показывает деньги и дорогие подарки, выигранные в шоу, и громко восклицает: “Теперь я куплю себе новую машину!”. Эффект “bathos”: Этот резкий переход вызывает у зрителей смех, поскольку они ожидали серьезного продолжения, но столкнулись с неожиданно приземленной и материальной мечтой героя.

²² Alexander Pope ‘An Essay on Criticism. London. – 1711. <https://catalog.hathitrust.org/Record/100654296>

Метафора в медиадискурсе. Метафора – один из наиболее часто используемых стилистических приемов в медиадискурсе. Она применяется для переноса свойств одного объекта на другой, создавая выразительные образы. Пример из английского медиадискурса: Когда участник музыкального конкурса исполняет песню, судья после выступления хвалит его голос: “Your voice just sweeps over you and takes you away, much like a warm summer breeze.”²³ (“Ваш голос охватывает вас и уносит, словно теплый летний бриз”). В этом высказывании метафора “warm summer breeze” (теплый летний бриз) используется для создания эстетического образа голоса певца, передавая его мягкость и приятное звучание. Данная метафора обеспечивает когнитивную структуру для слушателей, способствует восприятию мягкости, очарования и успокаивающего воздействия голоса участника. Благодаря такому художественному описанию эмоциональные и атмосферные качества голоса более эффективно передаются слушателям.

Пример из узбекского медиадискурса: О певице Юлдуз Турдиевой говорят: “Bu Yulduz allaqachon osmonda, yana qaysi osmonlarni zabt etmoqchisiz?” (“Эта звезда уже на небе, какие еще небеса вы собираетесь покорять?”). Здесь слова “yulduz” (звезда) и “osmonda” (на небе) используются метафорически, символизируя ее успех в искусстве и бесконечные амбиции.

Метонимия в медиадискурсе. Метонимия основана не на прямом сравнении, а на связи между понятиями, где одно заменяет другое по смежности или ассоциации. Пример из английского медиадискурса: “That was a great performance, but I think she really brought the ‘energy’ tonight. I think she had a lot of ‘likes’ in that performance.” (“Это было великолепное выступление, но, думаю, она действительно принесла много ‘энергии’ сегодня. Уверен, это выступление получило бы много ‘лайков’.”) В данном контексте: Energy (энергия) символизирует мастерство и эмоциональную насыщенность исполнения. Likes (лайки) означает не только виртуальные отметки в соцсетях, но и признание публики и судей. Данные лексемы служат для передачи не только технического исполнения, но и эмоционально-эстетических впечатлений в оценке судей, повышая стилистическую насыщенность медиадискурса.

В узбекской версии телешоу “Ovoz” (аналог The Voice) ведущий обращается к судьям с фразой: “Хо‘sh, ana endi bilib olamiz, hakamlarimiz siz Ovozni tark etasiz deb kimga aytadilar.” (“Ну что ж, теперь мы узнаем, кому судьи скажут, что он покидает ‘Голос’.”) Здесь выражение “Ovozni tark etmoq” (“покинуть ‘Голос’”) не обозначает буквально уход от звука или голоса, а в контекстном смысле означает вылет участника из шоу. Это пример того, как в медиадискурсе лексические единицы приобретают переносное значение, а контекст определяет их интерпретацию.

²³ <https://youtu.be/ce699ssmJw0?si=PeYNXsqyWyyEoM9f>

Ирония в медиадискурсе. Ирония играет важную роль в создании запоминающегося, выразительного и даже эвфемистического эффекта. Она часто применяется в ситуациях, когда необходимо смягчить критику или передать двойной смысл. Пример из английского медиадискурса: В шоу *The Voice*, когда участник исполняет песню, но его выступление не получает одобрения судей, они могут выразиться иронично: “Well, that was certainly... unique. I’ve never heard anything quite like that before.” (“Ну, это, безусловно, было... уникально. Никогда раньше не слышал ничего подобного.”) Ключевое слово “unique” (“уникально”) в данном случае звучит как похвала, но в зависимости от интонации и контекста становится саркастическим замечанием, указывая на нестандартность или неудачность исполнения.

В узбекской версии шоу *Ovoz* судьи могут использовать иронические комментарии, когда исполнение участника не оправдывает ожиданий. Пример: Когда судья критикует участника за однообразие выбора песен, он может сказать: “Daler, nimaga ko‘proq estrada janridagi sizga o‘xshab ijod qiladiganlar o‘zbekchaga murojaat qilsa, faqat mana shu so‘zga murojaat qiladi, hamma shu tayyorga yopishadi, xuddi o‘zbek folklorida bundan boshqa folklor yo‘qdek.”²⁴ (“Далер, почему, когда исполнители вашего жанра обращаются к узбекской музыке, они выбирают только эту песню? Как будто в узбекском фольклоре больше ничего нет.”) Здесь фраза “xuddi o‘zbek folklorida bundan boshqa folklor yo‘qdek” (“как будто в узбекском фольклоре больше ничего нет”) имеет иронический подтекст. Судья саркастически намекает на ограниченность выбора, подчеркивая, что узбекский фольклор гораздо богаче, чем кажется исполнителю.

Эпитеты в медиадискурсе. Эпитет – это стилистический прием, который усиливает эмоциональную и выразительную окраску речи. В медиадискурсе эпитеты помогают создать зрительные или слуховые образы, вызывая у аудитории определенные ассоциации. Пример из английского языка: “The thundering applause” (“громовые аплодисменты”). Здесь эпитет “thundering” (“громовой”) усиливает представление о мощных, звучных аплодисментах, создавая эффект присутствия и воодушевления.

Пример из узбекского языка: “Shiddatli ovoz” (“мощный голос”) Слово “shiddatli” (“мощный, стремительный”) придает голосу драматизм, подчеркивая его силу и интенсивность. Это создает в воображении слушателей образ громкого и эмоционального исполнения. Таким образом, эпитеты в медиадискурсе играют важную роль в создании художественных образов и усилении эмоционального воздействия на аудиторию.

Оксюморон – это стилистический прием, при котором объединяются противоположные по смыслу слова, создавая неожиданный эффект выразительности. В медиадискурсе оксюморон помогает усилить эмоциональное восприятие и привлечь внимание аудитории. Примеры оксюморона в английском медиадискурсе. “Deafening Silence”

²⁴ <https://youtu.be/q47fqsLsZ4?si=PoUMotLWi6GM5d8>

(“Оглушительная тишина”). Слово “deafening” (“оглушительный”) обычно связано с громким звуком, в то время как “silence” (“тишина”) означает его отсутствие. Такое сочетание создает драматический эффект, передавая напряженное ожидание или глубокую эмоциональную атмосферу.

“Seriously Funny” (“Серьезно смешной”). Здесь противопоставлены “seriously” (“серьезно”) и “funny” (“смешной”), что подчеркивает необычный характер юмора. Примеры оксюморона в узбекском медиадискурсе. 1. “Yumshoq kuchli ovoz” (“Мягкий, но мощный голос”). Контраст между “yumshoq” (“мягкий”) и “kuchli” (“мощный”) подчеркивает особую тембральную окраску голоса, которая одновременно нежна и выразительна.

2. “Shirin alam” (Сладкая боль). Используется в поэтическом и художественном дискурсе, особенно в музыкальных и телевизионных программах, чтобы выразить удовольствие от страдания (например, в контексте любви или ностальгии). Оксюморон в медиадискурсе не только делает язык более выразительным, но и помогает передать сложные эмоции и концепции, создавая запоминающиеся образы.

Эвфемизмы обеспечивают соответствие медийных сообщений культурным и социальным взглядам аудитории. В медиадискурсе эвфемизм является одной из ключевых языковых стратегий, которая доминирует в построении медийной речи. Примеры эвфемизма в медиадискурсе: В английском языке: “You seem a bit off-key” (Кажется, вы немного не попали в ноты.) Эта фраза позволяет смягчить критику и избежать прямого указания на ошибки исполнителя.

В узбекском языке: В место прямой критики “Siz bu janrda umuman kuylay olmadingiz” (Вы совсем не умеете петь в этом жанре.) используется более мягкая формулировка: “Siz qo‘rqmasdan bu janrga qo‘l urushga jazm qila oldingiz”²⁵ (Вы смело попробовали себя в этом жанре.) Это позволяет не обидеть участника, а подчеркнуть его решимость.

Клаудия Штраус²⁶ выделила три типа культурных моделей, которые влияют на формирование медиадискурса: 1. Принятые (эспаусед) модели (Espoused models). Это нормы и ценности, которые автоматически воспринимаются обществом как правильные, но при этом не всегда формально проговариваются. Например, в медиа принято избегать грубых выражений и использовать дипломатичные формулировки. 2. Оценочные модели (Evaluative models). Они используются для оценки себя и других людей. Эти модели формируются под влиянием культурных и социальных факторов. Например, в одной культуре скромность может считаться добродетелью, а в другой – признаком неуверенности. 3. Интерактивные модели (Models-interaction). Это стратегии общения, которые участники дискурса используют в зависимости от ситуации и поставленных целей. Они включают в себя как вербальные (слова, интонация), так и

²⁵ <https://youtu.be/jcX3kgtUoPY?si=Ue-CoNtEApIMhPr>

²⁶ Strauss C. A cognitive theory of cultural meaning. 1997, - 8p.

невербальные (жесты, мимика) средства коммуникации. Например, ведущий шоу может использовать шутки или комплименты, чтобы создать дружелюбную атмосферу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Медиалингвистика – это важное направление современных лингвистических исследований, которое изучает формирование языка и речи, а также механизмы их воздействия в средствах массовой информации. Она зародилась в Великобритании, затем развивалась в США, Австралии и Германии, а в 2000-х годах оформилась как самостоятельная научная дисциплина в России. Различная интерпретация событий в СМИ стала основой для сравнительных исследований в данной области. Медиалингвистика анализирует медиадискурс с точки зрения лингвистики, стилистики и семантики, выявляя взаимосвязь между текстом и речью, а также их роль в коммуникативном процессе. Медиадискурс раскрывает социально-культурные и идеологические особенности передачи информации, помогая понять семантические и стилистические аспекты влияния медийных текстов на общество.

2. Медиадискурс в зависимости от формы передачи информации в СМИ подразделяется на письменный и устный. Письменный медиадискурс представлен печатными и электронными текстами. Устный медиадискурс основан на аудио- и видеоматериалах, обеспечивая интерактивное общение. Медиадискурс классифицируется по различным критериям, таким как сфера применения, тип коммуникации, функция, цель, пространственно-временные факторы и роль участников взаимодействия.

3. В рамках медиалингвистики исследование медиадискурса охватывает его семантико-стилистические, когнитивные, экстралингвистические, коммуникативные и паралингвистические особенности. Медиадискурс изучается на основе различных критериев классификации, таких как форма общения, цель высказывания, пространственно-временные факторы, а также профессиональные и социальные роли участников. Когнитивные аспекты медиадискурса отражают особенности использования языка, расширение мировоззрения и проявление национального менталитета. Экстралингвистические факторы исследуют формирование речи и её воздействие на аудиторию. Паралингвистические аспекты включают в себя вербальные и невербальные средства коммуникации, такие как голос, жесты и знаковые системы, обладающие семиотическими характеристиками. Данные исследования способствуют раскрытию взаимодействия языка и медиа, а также повышению эффективности коммуникации.

4. С точки зрения лексико-семантического анализа, изучение медиадискурса направлено на исследование социальных и контекстуальных аспектов языка, а также углубление представлений о лингвистической семантике. В англоязычном медиадискурсе особое значение имеют такие

явления, как индексальность, анафора, презуппозиция, речевые акты, намерения автора и смысл межличностного общения. Анализируются временные и ситуационные зависимости речи, передача смыслов в межличностной коммуникации, а также семантическое содержание информации, распространяемой через массовые коммуникации. Такой анализ помогает глубже понять специфику речи и способствует развитию лингвистической семантики.

5. В узбекском медиадискурсе важную роль играют лексико-семантические отношения, включая омонимию, полисемию, синонимию, антонимию, гипонимию и меронимию. Омонимы придают содержанию новые семантические оттенки. Полисемия позволяет одному слову выражать разные значения в различных контекстах. Синонимы обеспечивают стилистическое разнообразие выражения. Антонимы помогают подчеркнуть противоположные понятия в тексте, усиливая выразительность мысли. Гипонимия определяет связь между общими и частными понятиями, формируя логическую структуру речи.

6. Основными компонентами медиадискурса являются контент, контекст, жанры и невербальные средства (жесты, мимика), которые играют ключевую роль в формировании и передаче информации в массовой коммуникации. Эти компоненты делятся на две группы: Независимые (самостоятельные) компоненты включают информационный контент, жанры и стилистические средства, определяя основное содержание медиадискурса. Зависимые (подчинённые) компоненты способствуют повышению эффективности и выразительности содержания. К ним относятся контекст, невербальные элементы, графические средства и виртуальные коммуникационные инструменты. Семантический и стилистический анализ этих компонентов играет важную роль в выявлении сходств и различий между медийным языком и стилями английского и узбекского языков.

7. Традиционные лингвистические исследования медиадискурса различают основные и вспомогательные лингвистические средства. Основные средства включают выбор слов, фразеологизмы, профессиональный жаргон и лексико-семантические переносы, которые помогают эффективно передавать информацию, формировать общественное мнение и реализовывать коммуникативные стратегии. Вспомогательные средства представляют собой дискурсивные маркеры, которые обеспечивают логическую связность текста, последовательность мыслей и регулируют процесс коммуникации.

8. В медиадискурсе лексическое и логическое значение слов взаимодействуют, создавая новые семантические и стилистические оттенки. Лексическое и контекстуальное значения обогащаются стилистическими средствами, усиливая выразительность содержания. Использование батоса, метафоры, метонимии, иронии, эпитетов, оксюморона, эвфемизмов и гиперболы расширяет выразительные возможности языка. Эмоционально окрашенные слова и средства интенсификации усиливают чувственное

восприятие. Стилистические приемы придают лексическим единицам глубокий и эстетически насыщенный смысл в новом контексте.

9. Национальные модели медиадискурса связаны с культурными ценностями, социальными нормами и коммуникативными практиками общества, выражаясь через различные стили и стратегии. Эти модели делятся на три группы: Признанные модели отражают «правильные» культурные ценности. Оценочные модели основываются на критериях, связанных с культурными нормами. Модели взаимодействия определяют стратегии достижения целей через коммуникативные приемы. Стилистические особенности медиадискурса в английском и узбекском языках различаются: Английский медиадискурс акцентирует конкуренцию, критику и аргументацию. Узбекский медиадискурс ориентирован на уважение, коллективизм и социальную адаптацию.

**THE SCIENTIFIC COUNCIL PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 ON AWARDING
SCIENTIFIC DEGREES AT KARAKALPAK STATE UNIVERSITY**

URGENCH STATE UNIVERSITY

RAJABBOYEVA FERUZA RAJABBOYEVNA

**SEMANTIC TYPOLOGY AND STYLISTIC INTERPRETATION OF
MEDIA DISCOURSE
(in the case of English and Uzbek languages)**

**10.00.06 – Comparative Literature, Contrastive Linguistics and Theory
of Translation**

**DISSERTATION ABSTRACT of the doctor of philosophy degree (PhD)
on PHOLOLOGICAL SCIENCES**

Nukus – 2025

The theme of the dissertation (PhD) was registered by Supreme Attestation Commission at the Ministry of Higher Education, Science and Innovations of the Republic of Uzbekistan under number B2024.1. PhD/Fil4463

The dissertation has been carried out at Urgench State University.

The abstract of the dissertation in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) has been placed on the webpage of the Scientific Council at www.karsu.uz and on the web-site of Information-educational portal «Ziyonet» www.zivonet.uz.

Scientific supervisor:

Nosirov Abdurakhim Abdimalipovich
Doctor of Philological Sciences, Professor

Official opponents:

Tleumuratov Genjemurat
Candidate of Philological Science, Associate Professor

Jo'rayeva Malokhat Mukhammadovna
Doctor of Philological Sciences, Professor

Leading organization:

Andijan State Institute of Foreign Languages

Defense of dissertation will take place on "12" July 2025 at 9⁰⁰ at the meeting of the Scientific Council PhD.03/30.04.2022.Fil.20.07 on awarding scientific degrees at Karakalpak state university (Address: 230112, Nukus, Ch. Abdirov Street, 1. Tel: (99861) 223-59-25, fax: (99861) 223-59-25, email: karsu.info@edu.uz).

The dissertation can be reviewed in the Information Resource Center of Karakalpak state university. (Registration number 327). Address: 230112, Nukus, Ch. Abdirov Street, 1. Tel: (99861) 223-59-25.

The abstract of the dissertation was distributed on "1" July 2025 y.
(Registry record No. 13 dated "1" July 2025 y.).



Kudaybergenov M.S.
Chairman of the Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological sciences, professor

Seytjanov J.E.
Scientific Secretary of the Scientific Council on awarding scientific degrees, Candidate of Philological sciences, professor

Kurbaniyazov G.A.
Chairman of the Scientific Seminar at the Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of Philological sciences, professor

INTRODUCTION (abstract of PhD dissertation)

The aim of the research is to reveal the semantic typology, stylistic interpretation, and characteristics of national linguo-cultural models through the discursive analysis of media texts in English and Uzbek.

The object of the research is the semantic and stylistic units in English and Uzbek media discourse texts, as well as their usage across various communicative and stylistic layers.

The scientific novelty of the research consists of the following:

media discourse was classified into types based on time, chronology, historical and psychological aspects, virtual Euclidean space, logic, situation, process, and the roles of participants. A systematic semantic comparative analysis of independent and dependent components was carried out, taking into account the mass media being used;

in English and Uzbek media discourse, the linguistic means, discourse markers, and transformations were subjected to a systematic comparative semantic-stylistic analysis;

the research established that the stylistic device “bathos” characteristic of English media discourse, is also present in Uzbek discourse and serves as a key stylistic means of conveying unexpected situations;

the analysis of media discourse demonstrated that the similarities and differences in the semantic and stylistic criteria applied in English and Uzbek media texts and speech are shaped by each language’s espoused models, evaluative models, and models of interaction within their respective linguo-cultural frameworks. A stylistic interpretation of each model has also been presented.

Implementation of the research results. Based on the results of the research on the semantic typology and stylistic interpretation of media discourse:

media discourse was classified by time, chronology, historical context, psychological aspects, virtual Euclidean space, logic, situation, process, and roles of participants; independent and dependent components were scientifically substantiated taking into account the mass media used. The conclusions obtained were utilized in the preparation of scripts for the programs “Education and Development”, “Youth of Uzbekistan”, and “Literary Process” of the State Institution “Uzbekistan TV Channel” (National Television and Radio Company of Uzbekistan, information letter No. 04-36-1106 dated October 14, 2024). As a result, the content of measures implemented to form and realize innovative ideas in the development of an information society and democratic state in scientific, legal, economic, cultural, and spiritual-educational areas was enriched;

based on the scientific conclusions drawn from the comparative semantic-stylistic analysis of linguistic means, discourse features, and figures of speech in English and Uzbek media discourse, research materials were used within the framework of the fundamental scientific project FA-F1-005 “Study of the History of Karakalpak Folkloristics and Literary Studies” (2017–2020), implemented by the Institute of Humanities of the Karakalpak Branch of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan (information letter No. 508/1 dated October 31,

2024). As a result, clarity was brought to certain issues in traditional views on the language of modern mass media;

based on scientific conclusions identifying the presence of the stylistic device 'bathos' in Uzbek discourse—commonly found in English media discourse—as a key means of expressing unexpected situations, materials were developed for the program “Explanatory Dictionary of Uzbek-English Terms on Media Literacy and Information Culture.” This program was registered in accordance with the Law of the Republic of Uzbekistan “On Legal Protection of Software and Databases” (Certificate No. DGU 42838 issued by the Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan on April 20, 2024). As a result, a dictionary of media terminology was created as a foundation for mediallyinguistic research and was made available to a wide readership;

the analysis of media discourse demonstrated that similarities and differences in semantic and stylistic standards of English and Uzbek media texts and speech are shaped by each language's espoused models, evaluative models, and interaction models. The stylistic interpretation of each model was scientifically substantiated. Materials from the dissertation were used in the implementation of item 50 of direction X in the 2023 Action Plan of the Republican Center for Spirituality and Enlightenment, aimed at developing and implementing new, modern, and impactful propaganda technologies, and conducting awareness campaigns tailored to regional specifics (information letter No. 421 dated November 21, 2024, from the Institute for Socio-Spiritual Research under the Center). As a result, the suggestions, recommendations, and conclusions put forward in the dissertation contributed to the stylistic interpretation of the semantic typology of media discourse.

Structure and scope of the study. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, and a list of references. The total volume of the dissertation is 147 pages.

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

I bo'lim (I часть, I part)

1. Rajabboyeva F.R. Ommaviy axborot vositalarining bugungi kundagi roli. O'zbekiston milliy universiteti xabarлари. 2023, [1/9/1] ISSN 2181-7324. – B.202-203. (10.00.00; №15)
2. Rajabboyeva F.R. Mediadiskursning semantik tipologiyasining o'rganilish tarixi. Urganch davlat universiteti. //Ilm sarchashmalari ilmiy-nazariy, metodik jurnal, 2- fevral 2024-yil.B. 56-59. (10.00.00; № 3)
3. Rajabboyeva F.R. Media diskursning leksik semantik sathi. //Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi. – Xiva, 2024. – 2/4. – B.140–143 (10.00.00; № 21)
4. Rajabboyeva F.R. Media diskursda ko'chim va ularning turlari. //Tamaddun nuri jurnali, Ilmiy, ijtimoiy-falsafiy, madaniy-ma'rifiy, adabiy-badiiy jurnal. – 2024. 9 (60) 30.09. –B.54–57. (10.00.00; №28)
5. Rajabboyeva F.R. Means of providing emotional expressiveness in media discourse. Electronic journal of actual problems of modern science, education and training. ISSN 2181 -9750 September, 2024-9. – Pages: 111–115. (10.00.00; №22)
6. Rajabboyeva F.R. Interpretations of Media Speech Using Semantic Typology and Stylistic Analysis. Journal of advanced linguistic studies, VOL. 11, NO. 1, (ISSN 2231-4075) JAN-JUN 2024, pages: 95–105. (10.00.00; №13)
7. Rajabboyeva F.R. Role of social media marketing in human's life. American Journal of Philological Sciences. ISSN 2771-2273. Impact factor SJIF:6.555. September 30, 2023-yil. – page: 36– 41.
8. Rajabboyeva F.R. The issue of media text stylistics in media linguistics. International journal of advance scientific research. ISSN – 2750-1396. Impact factor SJIF: 6.741 July 24, 2023. Pages: 80–85.

II bo'lim (II часть, II part)

- 1.Rajabboyeva F.R. Raqamli medianing jamiyat hayotidagi o'rni. // Uchinchi renessans poydevorini qo'yishda ijtimoiy-gumanitar fanlarni o'qitishning nazariy va amaliy ahamiyati. Respublika ilmiy-amaliy anjumani. UO'K 37.013:316.42(575.1) – Urganch, 6-iyun, 2024-yil. –B.543 –545.
- 2.Rajabboyeva F.R. Ommaviy axborot vositalarining paydo bo'lish tarixi va uning yoshlar tarbiyasiga ta'siri. //Yangi O'zbekiston taraqqiyoti davrida pedagogika, maktabgacha va boshlang'ich ta'limning rivojlanish tendensiyalari: muammo va yechimlar. Respublika ilmiy-nazariy anjumani materiallari, ISBN 978-9910-789-62-5 –Urganch,11.03. 2024-yil. –B.204 –206.
- 3.Rajabboyeva F.R. Ommaviy axborot vositalarida diskurs tahlilning ahamiyati.

//Chet til ta'limiga innovatsion yondoshuv tamoyillari va ilmiy-amaliy tarjima muammolari. Respublika ilmiy-texnik anjumani. – Namangan, 5-6 may 2023-yil. //B.142//144.

4.Rajabboyeva F.R. Media makonda axborot kommunikatsiyalarining faoliyati. //Zamonaviy ilm-fan taraqqiyotida ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb masalalari. Xalqaro ilmiy anjuman materiallari. – Urganch, 2024-yil. – B.109–111.

5.Rajabboyeva F.R. Media makon va internet imkoniyatlari. //XXI asr tilshunosligining dolzarb masalalari va xorijiy tillarni o'qitishda innovatsion pedagogik yondashuvlar. Xalqaro ilmiy anjuman materiallari. ISBN 978-9910-9576-0-4 – Urganch, 2023. –B.351–356.

6.Rajabboyeva F.R. Mediakommunikatsiya: til siyosati va madaniyati. // Xalqaro ilmiy anjuman materiallari. – Toshkent, 2024-yil 24-aprel. – B.102– 104.

7.Rajabboyeva F. R. Assumptions on the need for media and the language of media text in scientific field. // International Scientific and Current Research Conferences: Scientific review current issues of theory and practice. – Mhichigan USA-2023-08-10. – p.10–12.

8.Rajabboyeva F. R. Роль Метафор В Телевизионном Дискурсе: Сравнительный Анализ Языка Английских И Узбекских Сми The Role Of Metaphors In Television Discourse: A Comparative Analysis Of English And Uzbek Media Language. – Уфа Башкирский ГАУ, 11марта 2025 г. УДК 378. ISBN 978-5-7456-0949-7. – ст.70-72.

Avtoreferat “Qoraqalpoq davlat universiteti AXBOROTNOMASI” jurnalida tahrirdan o‘tkazilib, o‘zbek, rus va ingliz tillaridagi matnlar o‘zaro muvoqiflashtirildi (30.06.2025).

Bosishga ruxsat etildi: 30.06.2025 yil.
Buyurtma №0249 Adadi 100 nusqa. Bichimi 60x84
Bosmo tabog‘i 3,0. “Times New Roman” garniturasida.
Ajiniyoz nomidagi NDPI bosmaxonasida chop etildi.
Nukus sh., P.Seytov ko‘chasi raqamsiz uy.