

**ЎЗБЕК ТИЛИ, АДАБИЁТИ ВА ФОЛЬКЛОРИ ИНСТИТУТИ
ХУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕК ТИЛИ, АДАБИЁТИ ВА ФОЛЬКЛОРИ ИНСТИТУТИ

САБИРОВА МУХЛИСА КАДАМОВНА

**ЎЗБЕК МЕДИАМАТНЛАРИНИНГ ПРАГМАЛИНГВИСТИК
ТАДҚИҚИ
(ГАЗЕТА МАТНЛАРИ МИСОЛИДА)**

10.00.01 – Ўзбек тили

**ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент – 2021

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

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

**Contents of Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD)
in philological sciences**

Сабирова Мухлиса Кадамовна

Ўзбек медиаматнларининг прагмалингвистик тадқиқи (газета матнлари
мисолида)..... 5

Сабирова Мухлиса Кадамовна

Прагмалингвистическое исследование узбекских медиатекстов (на
примере газетных текстов)..... 26

Sabirova Mukhlisa Kadamovna

Pragmalinguistic analysis of Uzbek media texts (using the example of
newspaper texts)..... 49

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works53

**ЎЗБЕК ТИЛИ, АДАБИЁТИ ВА ФОЛЬКЛОРИ ИНСТИТУТИ
ХУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕК ТИЛИ, АДАБИЁТИ ВА ФОЛЬКЛОРИ ИНСТИТУТИ

САБИРОВА МУХЛИСА КАДАМОВНА

**ЎЗБЕК МЕДИАМАТНЛАРИНИНГ ПРАГМАЛИНГВИСТИК
ТАДҚИҚИ
(ГАЗЕТА МАТНЛАРИ МИСОЛИДА)**

10.00.01 – Ўзбек тили

**ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент – 2021

Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида №В2019.1.PhD/Fil688 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институтида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, инглиз, рус (резюме)) Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институти веб-саҳифасининг www.tai.uz ҳамда «Ziyonet» ахборот-таълим порталининг www.ziyonet.uz манзилларига жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:

Лутфуллаева Дурдона Эсоновна,
филология фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар:

Собиров Абдулхай Шукурович,
филология фанлари доктори, профессор

Давлатова Раъно Ҳайдаровна,
филология фанлари доктори, доцент

Етакчи ташкилот:

Андижон давлат университети

Диссертация ҳимояси Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институти ҳузуридаги илмий даражалар берувчи DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 рақамли Илмий кенгашнинг 2021 йил «__» _____ соат _____ даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил: 100060, Тошкент шаҳри, Шаҳрисабз тор кўчаси, 5-уй. Тел.: (871) 233-71-44; факс: (871) 233-71-44; e-mail: uztafi@academy.uz).

Диссертация билан Ўзбекистон Республикаси Фанлар академиясининг Асосий кутубхонасида танишиш мумкин (_____ рақами билан рўйхатга олинган). (Манзил: Тошкент шаҳри, Зиёлилар кўчаси, 13-уй. Тел.: (99871) 262-74-58.

Диссертация автореферати 2021 йил «__» _____ да тарқатилди.
(2021 йил «__» _____ даги _____ рақамли реестр баённомаси).

Н.М.Маҳмудов
Илмий даражалар
берувчи илмий кенгаш раиси,
ф.ф.д., профессор

Ғ.М.Исмоилов
Илмий даражалар
берувчи илмий кенгаш
котиби, ф.ф.н, катта
илмий ходим

Д.С.Худойберганова
Илмий даражалар берувчи илмий
кенгаш қошидаги илмий семинар
раиси, ф.ф.д., профессор

КИРИШ (Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Тадқиқот мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳон тилшунослигида ўтган асрда медиаматнларни ўрганишга бўлган қизиқиш оммавий ахборот воситаларининг тили ва услубини ўрганувчи янги йўналиш – медиалингвистиканинг шаклланишига туртки берди. «Медиалингвистика бу – медиа соҳасидаги замонавий босма, аудиовизуал ва Интернет тилини ўрганадиган йўналиш»¹ дир. Медиалингвистика оммавий ахборот воситалари, журналистика ва тилшунослик фанлари кесишмасида юзага келган йўналиш бўлиб, медиаматнлар унинг ўрганиш объектидир. Ахборот технологиялари шиддат билан ривожланиб бораётган бугунги техник-технологик асрда медиаматнларнинг турлари, қўлланиш доираси ортиб бормоқда. Жумладан, ахборот технологияларининг ривожланиши онлайн режимга асосланган газета медиаматни соҳасининг юзага келишига замин ҳозирлади. Бу ҳолат медиалингвистиканинг ўрганиш объекти, тадқиқ усуллари тобора кенгайиб бораётганини кўрсатмоқда. Медиаматн оммавий коммуникациялар соҳасида нутқий мулоқотни амалга оширишга хизмат қилувчи мураккаб бирлик сифатида тавсифланади. Шу маънода медиаматн гипероним деб қаралса, газета матни, теле- ва радио матни, реклама матни, интернет матнлари гипоним сифатида у билан алоқада бўлади.² Медиаматн тури ҳисобланган газета матнларининг структураси, мавзувий доираси, лингвистик хусусиятлари тилшуносларни доимо қизиқтириб келган ва бу йўналишда қатор тадқиқот ишлари амалга оширилган. Бугунги кунда газета медиаматнини антропоцентриқ тилшунослик тамойиллари асосида ўрганиш долзарб вазифаларидан бири ҳисобланади.

Дунё тилшунослигида турли тиллардаги газета матнларини прагмалингвистик аспектда тадқиқ этишга қаратилган ишлар мавжуд. Аммо барча тилшуносликларда бу соҳада амалга оширилган ишларни етарли деб бўлмайди. Жумладан, ўзбек тилшунослигида газета матнларининг прагмалингвистик хусусиятларини ўрганишга қаратилган махсус тадқиқот ишлари мавжуд эмас. Бугунги кунда бу йўналишдаги тадқиқот ишларини кўпайтириш, тадқиқот натижаларини фан ва таълим соҳасига татбиқ этиш мақсадга мувофиқ. Зеро, Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида «...таълим тизимини такомиллаштириш, сифатли таълим хизматлари имкониятларини ошириш»³ да бу йўналишда олиб бориладиган ишлар муҳим ўрин тутди.

Мамлакатимизда сўнгги йилларда илм-фан, айниқса, ўзбек тилининг давлат тили сифатидаги мақомини ошириш бўйича қабул қилинган қатор

¹ Тешабаева Д.М. Бакиева Г.Х., Исроил М.И. Журналистика. Медиалингвистика ва таҳрир. 3-жилд. – Тошкент, 2019. – Б. 3.

² Современный медиатекст: Учебное пособие / отв. ред. Н.А.Кузьмина. – Омск, 2011. – С. 13.

³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги фармони.

фармон ва қарорлар ушбу тилни бугунги куннинг замонавий тадқиқ усуллари асосида ҳар томонлама чуқур илмий ўрганиш заруратини юзага келтирди. Диссертация мавзусининг прагматингвистик аспектга алоқадорлиги унинг бугунги кун талабларига мослигини кўрсатади. Зеро, газета кишиларнинг фикру қарашлари, истак-хоҳишлари, кайфиятларини баён этишнинг самарали воситаси сифатида бугунги интернет асрида ҳам ўз аҳамиятини йўқотган эмас. Шу боис ўзбек газета матнларини нафақат публицистик аспектда, балки контекст, нутқ вазияти, тил эгаларининг воқелик ҳақидаги умумий билимлари, тил бўйича кўникмаси каби ташқи омиллар асосида ўрганувчи прагматингвистик йўналишда ҳам тадқиқ этиш муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Бу эса диссертация мавзусининг долзарблигини асослайди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги, 2017 йил 17 февралдаги ПҚ-2789-сон «Фанлар академияси фаолияти, илмий тадқиқот ишларини ташкил этиш, бошқариш ва молиялаштиришни янада такомиллаштириш тўғрисида»ги, 2019 йил 21 октябрдаги ПФ-5850-сон «Ўзбек тилининг давлат тили сифатидаги нуфузи ва мавқеини тубдан ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги; 2020 йил 20 октябрдаги ПФ-6084-сон «Мамлакатимизда ўзбек тилини янада ривожлантириш ва тил сиёсатини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги фармон ва қарорлари, шунингдек, мазкур фаолиятга тегишли бошқа меъриёв-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифалар ижросини таъминлаш учун ушбу диссертация иши муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Диссертация республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. «Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантириш инновацион иқтисодиётни ривожлантириш» устувор йўналишига мувофиқ равишда бажарилган.

Мавзу республикамизда филология соҳасида олиб борилаётган илмий-амалий тадқиқотларнинг устувор йўналишларига мос келади.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Жаҳон тилшунослигида медиаматнларни ўрганиш бўйича муайян ишлар амалга оширилган. Жумладан, Теун Ван Дейк, Мартин Монтгомери, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер инглиз тилидаги медиаматнларни социолингвистик, медиастилистик, лингвокогнитив, прагматингвистик аспектларда тадқиқ этишди.⁴ Бу ишларда медиаматнларнинг тузилиши, қўлланиш доираси, услубий хусусиятлари, кишиларга таъсир кўрсатиш кучи каби масалалар таҳлил қилинган.

⁴ Қаранг: Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London: Routledge, 1991. – 272 pp.; Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991. – 296 pp.; Теун ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 2000. – С. 308; Montgomery M. Introduction to Language and Society. – London: Routledge, 2008. – 336 pp.; Fairclough N. Language and Power. – London, 2014. – 274 pp.

Рус тилшунослигида Д.Н.Шмелёв, В.Г.Костомаров, Я.Н.Засурский, Г.Я.Солганик, Н.Н.Кохтев, Т.Г.Добросклонская, Н.В.Чичерина, А.Т.Ленкова, Г.В.Гиссен, Г.О.Винокур, В.В.Богуславская тилшуносликда медиаматнларнинг ўрганилиши, жанр хусусиятлари, лингвостилистик аҳамияти, ижтимоий-маданий хусусиятлари, медиасаводхонликни кўтариш муаммоси юзасидан тадқиқот ишлари олиб боришди.⁵

Ўзбек тилшунослигида ҳам матбуот тили, хусусан, газета матнларининг тил хусусиятларини ўрганиш бўйича илмий изланишлар олиб борилган. Шунингдек, тил эгаларининг газета матнларини идрок этишининг психолингвистик жиҳатлари ҳам монографик аспектда ўрганилган. Бу соҳада амалга оширилган ишлар ичида А.Бобоева, Ш.Абдураимова, С.А.Мухамедов, А.Абдусаидов, И.Азимоваларнинг тадқиқотлари диққатга сазовор⁶. Мазкур ишларда газета матнлари услуби, жанр хусусиятлари, айрим лингвистик хусусиятлари, матннинг мазмуний идроки каби масалалар тадқиқ қилинган. Кейинги йилларда медиалингвистиканинг ривожини медиаматнлар тадқиқига янгича ёндашувларни, медиаматнни уни яратган шахс омили билан боғлиқ ҳолда ўрганишни тақозо қилмоқда. Бу жиҳатдан тадқиқот мавзусининг газета медиаматнининг коммуникатив-прагматик хусусиятлари муаммосига бағишланганлиги унинг долзарблигини тасдиқлайди.

Тадқиқотнинг диссертация бажарилган илмий тадқиқот муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация ЎЗР ФА Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институти илмий-тадқиқот ишлари режасига мувофиқ бажарилди. Тадқиқот ОТ-Ф1-78 рақамли «Ҳозирги глобаллашув даврида ўзбек тили, унинг тарихий тараққиёти ва истиқболлари (ўзбек тили вазифавий услублари таҳлили асосида)» мавзусидаги фундаментал лойиҳа асосида яратилди.

Тадқиқотнинг мақсади ўзбек тилидаги газета медиаматнларининг лингвопрагматик хусусиятларини тадқиқ этишдан иборат.

Тадқиқот вазифалари сифатида қуйидагилар белгиланди:

⁵ Қаранг: Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М., 1977; Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994; Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2005; Солганик Я. К. Определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. – № 2. – С. 7-15; Засурский Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10. – М., 2005. – № 2. – С. 6; Чичерина Н. В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. – М.: УРСС, 2008. – 232 с; Гиссен Г.В. Медиаадекватное публицирование. Содержание, концепция публикаций и презентаций. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2012. – 248 с.; Ленкова Т.А. Медиатекст в свете текстообразующих стратегий. – М., 2018. – 136 с.; Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М., 2017. – 280 с.; Винокур Г.О. Культура языка. – М., 2018. – 352 с.

⁶ Қаранг: Мухамедов С.А. Статистический анализ лексико-морфологической структуры узбекских газетных текстов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ташкент, 1980. – С. 25; Бобоева А. Газета публицистикаси // Ўзбек тили ва адабиёти. – Тошкент, 1986. – №2. – Б. 45-51; Абдураимова Ш. К. Сўз ўзлаштириш назарияси ва ўзлаштирилган матбуот тилида ўзгара бориши: Филол. фан. номз. ... дисс. автореф. – Тошкент, 1995; Абдусаидов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари: Фил. фан. д-ри. ... дисс. автореф. – Тошкент, 2005. Азимова И. А. Ўзбек тилидаги газета матнлари мазмуний перцепциясининг психолингвистик тадқиқи: Филол. фан. номз. ... дисс. автореф. –Тошкент, 2008.

тилшуносликда медиалингвистика йўналишининг шаклланиши тарихи, тадқиқ объекти, долзарб муаммоларини ёритиш;

медиаматнларни прагмалингвистик аспектда ўрганишнинг илмий-назарий аҳамиятини очиб бериш;

ўзбек тилидаги газета медиаматнларида нутқий акт турларининг ифодаланиши масаласини ёритиш, нутқий актларнинг бевосита ва билвосита ифодаланиш усулларини таҳлил қилиш;

ўзбек тилидаги газета медиаматнларида перформативликнинг намоён бўлиши масаласига аниқлик киритиш;

газета медиаматнларида коммуникатив стратегия ва тактиканинг танланиш хусусиятларини аниқлаш;

ўзбек тилидаги газета медиаматнларида ахборотнинг ошкора ва яширин ифодаланиши усулларини ўрганиш;

газета медиаматнларида коннотация ва субъектив баҳонинг ифодаланишини тадқиқ этиш;

газета медиаматнлари сарлавҳасининг прагматик хусусиятларини очиб бериш.

Тадқиқот объекти сифатида юртимизда нашр этиладиган «Янги Ўзбекистон», «Халқ сўзи», «Маърифат», «Ўзбекистон адабиёти ва санъати», «Хуррият», «Адолат кўзгуси», «Миллий тикланиш», «Куч – адолатда», «XXI аср», «Адолат», «Ишонч» газеталаридаги (2018, 2019, 2020, 2021 йй.) медиаматнлар танланган.

Тадқиқот предметини ўзбек тилидаги газета медиаматнларининг коммуникатив-информацион, прагмалингвистик хусусиятлари ташкил қилади.

Тадқиқот усуллари. Диссертацияда тавсифлаш, таснифлаш, қиёслаш, прагматик ва контекстуал таҳлил усулларидан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

газета медиаматнлари орқали бир вақтда ахборот узатиш ҳамда адресатга нутқий таъсир кўрсатиш каби информацион-функционал, коммуникатив-прагматик вазифаларнинг бажарилиши асосланган;

газета медиаматнларида қўлланган нутқий акт турлари таснифланган, уларнинг ифодаланиш усуллари аниқланган; бевосита ва билвосита нутқий акт турлари фарқланиб, лингвопрагматик хусусиятлари ёритилган;

газета медиаматнларида иллокутив мақсаднинг юзага чиқиши, перформативликнинг намоён бўлиши ҳамда нутқий таъсир кўрсатиш вазифасининг бажарилиши очиб берилган;

ўзбек тилидаги газета медиаматнларида ахборот узатувчининг мақсади билан боғлиқ ҳолда коммуникатив стратегия ва тактиканинг танланиш хусусиятлари белгиланган;

газета медиаматнларида ахборотнинг ошкора ва яширин ифодаланиши усуллари аниқланган ҳамда импликацияни ҳосил қилувчи бирликларнинг прагматик хусусиятлари ёритилган;

газета медиаматнларида коннотация ва субъектив баҳони ифодаловчи тил воситалари ажратилиб, прагматик хусусиятлари аниқланган, ижобий ва салбий муносабатнинг ифодаланишида муаллиф позициясига тавсиф берилган.

Тадқиқотнинг амалий натижаси қуйидагилардан иборат:

медиаматнларнинг яратилишида вербал ва медиавий белгиларнинг уйғун бўлиши газета медиаматнлари мисолида амалий жиҳатдан асосланган;

таҳлилий материаллар асосида газета медиаматнларида ахборот узатувчининг коммуникатив мақсадини тўғри англашда тил бирликларининг нутқий-прагматик имкониятларини мукамал билиш муҳим аҳамиятга эгаллиги асослаб берилган;

газета медиаматнларининг прагматик хусусиятларига доир хулосалар медиалингвистика, прагмалингвистика, матн тилшунослиги, услубшунослик фанларини муҳим илмий-назарий маълумотлар билан бойитиши, ушбу фанлар бўйича дарслик ва ўқув қўлланмалари, илмий-услубий мажмуаларни яратишда амалий манба бўлиб хизмат қилиши далилланган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги ўзбек тилидаги газета медиаматнларининг тилшуносликнинг замонавий йўналиши асосида тадқиқ этилганлиги, назарий маълумотларни беришда аниқ илмий манбаларга таянилганлиги, хулосаларнинг замонавий лингвистик таҳлил методлари орқали асосланганлиги, назарий қарашлар ва хулосаларнинг амалиётга жорий этилганлиги, газета медиаматнлари лингвопрагматик таҳлиliga ўзбек тилининг хусусий табиатидан келиб чиқиб ёндашилганлиги билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижалари газета медиаматнининг прагмалингвистик хусусиятларига доир мавжуд илмий-назарий қарашларни янги илмий-назарий маълумотлар билан бойитишга хизмат қилади;

тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти унинг ўзбек тилшунослигида янги йўналиш бўлган медиалингвистиканинг тўлақонли шаклланиши ва тараққиётига хизмат қилиши, олий таълимнинг филология, журналистика йўналишларида «Медиалингвистика», «Матн тилшунослиги», «Прагмалингвистика», «Оммавий ахборот воситалари тили ва услуби» фанларидан дарслик ва ўқув қўлланмалар яратишда манба бўла олиши билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Диссертацияда эришилган илмий натижалар қуйидаги ишларда жорийланган:

газета медиаматнларида нутқий бирликларнинг прагматик тавсифига оид материаллар таҳлилида Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институтининг 2017-2020 йилларда бажарилган ОТ–Ф1–78 рақамли «Ҳозирги глобаллашув даврида ўзбек тили, унинг тарихий тараққиёти ва истиқболлари (ўзбек тили вазифавий услублари таҳлили асосида)» мавзусидаги фундаментал лойиҳани амалга оширишда фойдаланилган.

(Ўзбекистон Республикаси Фанлар Академиясининг 2021 йил 5 июльдаги 3/1255-1964-сон маълумотномаси) Лойиҳа ишида ўзбек тили публицистик услуги хусусиятларини ёритишда газета матнларида нутқий акт, коммуникатив стратегия ва тактиканинг қўлланиши каби прагматик ходисалар таҳлиliga доир илмий-назарий хулосалардан фойдаланилган. Натижада лойиҳада публицистик услуб хусусиятларига доир назарий қарашлар янада бойитилиб, газета материалларидан олинган иллюстратив мисоллар билан кенгайтирилган;

газета матнларида қўлланган ономастик бирликларнинг лингвопрагматик хусусиятларига доир назарий қарашлардан Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институтида 2015-2016 йилларда бажарилган ФА-ИЗ-Г009 рақамли «Ономастик бирликларнинг лингвопоэтик тадқиқи» китобини нашрга тайёрлаш ва чоп этиш» мавзусидаги инновацион лойиҳани амалга оширишда фойдаланилган. (Ўзбекистон Республикаси Фанлар Академиясининг 2021 йил 5 июльдаги 3/1255-1964-сон маълумотномаси) Натижада китобнинг ономастик бирликлар тадқиқига доир назарий қисми прагматингвистик тавсифлар билан бойитилган.

тил тараққиётида оммавий ахборот воситаларининг ўрни масаласига оид хулосалар Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг «Маҳалла» телеканалида «Минбар», «Зиё дарғалари» номли кўрсатувларнинг концепциясини ишлаб чиқишда фойдаланилган. (Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг «Маҳалла» телеканали», 2021 йил 31 майдаги 03-15-373-сон маълумотномаси). Натижада илмий тадқиқот ишида келтирилган натижаларга таянилган ҳолда ушбу телекўрсатув материаллари мазмунан бойитилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари 6 та халқаро ва 4 та республика илмий-амалий анжуманларида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Диссертация мавзуси бўйича 17 та илмий иш, жумладан, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссияси томонидан докторлик диссертацияларининг асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 7 та (5 та республика ҳамда 2 та хорижий журналларда) мақола нашр этилган. **Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми.** Диссертация кириш, уч асосий боб, умумий хулосалар, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан ташкил топган бўлиб, умумий ҳажми 141 саҳифадан иборат.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида ўтказилган тадқиқотларнинг долзарблиги ва зарурати асосланган, муаммонинг ўрганилганлик даражаси ёритилган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объекти ва предмети тавсифланган, республика фан ва технологиялар ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги

кўрсатилган, тадқиқотнинг илмий янгилиги ва амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти очиқ берилган, тадқиқот натижаларини амалиётга жорий қилиш, нашр этилган ишлар ва диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг «Газета матни медиалингвистиканинг тадқиқ объекти сифатида» деб номланган биринчи бобида медиалингвистика ва унинг асосий тадқиқ объекти ҳисобланган медиаматн масалаларига доир дунё тилшунослигида мавжуд бўлган янги илмий-назарий қарашлар таҳлил қилинган ва зарур ўринларда уларга муносабат билдирилган. Медиалингвистиканинг юзага келиш сабаблари ўрганилиб, янги соҳани тадқиқ этиш зарурати илмий жиҳатдан асосланган. Ушбу бобнинг биринчи фасли «Медиалингвистиканинг тадқиқ объекти: медиаматн ва унинг хусусиятлари» деб номланган бўлиб, бунда соҳа мутахассисларининг медиаматн ҳақидаги фикрлари, қарашлари баён қилинган ҳамда бошқа матн турларидан фарқли белгилари ёритилган.

Кейинги йилларда анъанавий оммавий ахборот воситалари – матбуот, радио, телевидениеда ахборот узатиш кўлами ва ҳажмининг ортиши ахборот технологияларининг мунтазам такомиллашуви билан бирга юз бермоқда. Бутунжаҳон компьютер тармоғи – Интернетнинг ривожланиши эса глобал ахборот маконини шакллантирди. Буларнинг барчаси, яъни оммавий ахборот воситалари тизимидаги ўзаришлар, янгилашлар ушбу соҳага *медиаматн* терминининг кириб келишига туртки берди. Бугунги кунда медиа каналлари орқали тарқатилаётган медиаматнлар турларининг кўпайгани уларни илмий асосда ўрганиш заруратини юзага келтирди.

Маълумки, XX асрнинг 70-йилларидан бошлаб тилшуносликда оммавий ахборот воситалари матнини лингвистик аспектда тадқиқ этишга бағишланган ишлар эълон қилиб борилди.⁷ Бу ишларда оммавий ахборот воситалари матнлари турли йўналишларда: социалингвистик, функционал стилистик, дискурсив, когнитив, лингвокультурологик аспектларда таҳлил қилинди. Олимлар эътибори оммавий ахборот воситалари матнининг тил хусусиятларини ўрганиш, турли типдаги медиаматнларни тавсифлаш, ижтимоий-маданий омилларнинг медианутққа таъсирини ўрганиш, нутқий таъсир кўрсатишнинг лингво-медиавий хусусиятларини ўрганиш масаласига қаратилди. Ушбу тадқиқотлар самараси ўлароқ XX аср охирига келиб

⁷ Қаранг: Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М., 1977. – 78с.; Бернштейн С.И. Язык радио.– М.: Наука, 1977. – 47 с.; Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи. – М., 1982. – С. 198; Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London, 1991. – 272 pp.; Bell A. The Language of News Media. – Oxford, 1991. – 296 pp.; Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994. – 330 с.; Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2005; Солганик Я.К. Определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. – № 2. – С. 7-15; Засурский Я.Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 6.; Теун ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 2000. – 308 с.; Montgomery M. Introduction to Language and Society. – London: Routledge, 2008. – 336 pp.; Fairclough N. Language and Power. – London, 2014. – 274 pp.

оммавий ахборот воситалари матнларини ўрганувчи мустақил илмий йўналиш, яъни *медиалингвистика* юзага келди.

Рус олимаси Т.Г.Добросклонская биринчи марта бу соҳадаги тадқиқотларни «медиалингвистика» фани доирасида бирлаштириш таклифини илгари сурди. Бунда медиалингвистиканинг оммавий ахборот воситалари тилини ўрганишга тизимли илмий ёндашувни таъминлаб бериши, шунингдек, унинг асосий тадқиқ объекти ҳисобланган медиаматнларни ўрганиши лозимлиги кўрсатилди.⁸

Медиалингвистика атамаси рус тилшунослигида 2000 йилдан бошлаб ишлатила бошланди. Т.Г.Добросклонскаянинг маълумот беришича, ўзида икки базавий компонент – «медиа» (массмедиа) ва «лингвистика»ни бирлаштирган мазкур янги соҳанинг предмети тилнинг оммавий ахборот воситалари соҳасидаги вазифасини ўрганиш ҳисобланади.⁹ Илмий адабиётларда «медиа» термин элементининг латин тилидан, яъни «medium» сўзидан олингани ва «коммуникатив воситалар, ахборот узатишнинг усуллари ва медиамаконни бирлаштирувчи кенг тушунча»¹⁰ сифатида талқин қилиниши кузатилади. «Медиа» термин элемент сифатида медиаматн, медиамакон, медиатаълим, медалилингвистика, медианутқ, медиапрагматика, медиастилистика, медиамаҳсулот, медиасаводхонлик, медиатаълим, медиатур, медиатузилма каби сўзларнинг бирикувини ҳосил қилади.

«Медалилингвистика бу – медиа соҳасидаги замонавий босма, аудиовизуал ва Интернет тилини ўрганадиган йўналиш»¹¹ ҳисобланади. Медалилингвистика тилшуносликнинг алоҳида йўналиши сифатида оммавий ахборот воситалари, журналистика ва тилшунослик фанлари кесишмасида юзага келган. Айтиш жоизки, медалилингвистика нафақат медиаматннинг тил хусусиятларини ўрганади, балки оммавий ахборот воситалари ходимлари нутқий хулқ-атвори, нутқий этикет билан боғлиқ муаммоларни ҳам қамраб олади.

Тилшуносликда *медиаматн* тушунчасига турлича тавсиф берилиши кузатилади. Г.С.Мельникнинг фикрича, «медиаматн тушунчаси остида оммавий аудиторияга мўлжалланган исталган шаклдаги ва жанрдаги, яъни у хоҳ газета мақоласи бўлсин ёки теледастур, видеоклип, реклама хабари ё бўлмаса фильм кўринишидаги медиамаҳсулот тушунилиши»ни таъкидлайди.¹² Англашиладики, ушбу изоҳда медиаматн медиамаҳсулот сифатида тавсифланган. Ушбу таърифда медиаматнни ташкил этувчи тилнинг вербал бирлиги – матн билан бир қаторда новербал, визуал – медиавий белгиларнинг иштироки масаласига алоҳида эътибор қаратилган.

⁸Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2005.

⁹Добросклонская Т.Г. Кўрсатилган манба. – Б. 34.

¹⁰<https://ru.wikipedia.org/wiki/Медиа>

¹¹ Тешабаева Д.М., Бакиева Г.Х., Исроил М.И. Журналистика. Медалилингвистика ва таҳрир. 3-жилд. – Тошкент, 2019. – Б. 3.

¹² Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Актуальные проблемы современности и журналистика. – Санкт-Петербург, 2012. – С. 27-29. <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy/viewer>

Айтиш жоизки, медиаматнда медиавий белгилар вазифасини ўтовчи расм, карикатура, аудио қисм, видеоқатор, график элемент кабилар ахборот узатишда вербал ифодага ёрдамчи восита вазифасини бажаради. Буларнинг барчаси медиаматннинг асосий хусусияти, уни бошқа ҳар қандай матндан фарқловчи белгидир.

Хуллас, медиаматн оддий матндан фарқли тарзда ахборотни вербал воситалар билан бир қаторда, новербал, визуал – медиавий воситалар иштирокида узатувчи матннинг алоҳида кўринишидир.

Тадқиқотнинг «Медиаматнларнинг типологик таснифи ва жанр хусусиятлари» деб номланган иккинчи фаслида медиаматнлар қўлланиш соҳаси, жанр хусусияти, мавзу доирасига кўра ранг-баранг бўлганлиги учун турли жиҳатдан таснифланган. Жумладан, шаклига кўра медиаматнлар вербал, новербал (масалан, фотосурат, аудиоёзув, видеотасвир) ва креоллашган турларга ажратилади. Бугунги кунда кенг тарқалган медиаматн турларидан бири креоллашган матн (*креолизованный текст*) ҳисобланади. Креоллашган матн ҳақида илк маълумотларни Ю.А.Сорокин ва Е.Ф.Тарасовларнинг илмий тадқиқот ишларида учратиш мумкин.¹³ Д.Худойберганова бундай матн турини ўзбек тилида *уйғун матн* термини билан ифодалашни таклиф этган.¹⁴

Уйғун матнлар жумласига комикслар, карикатуралар, реклама матнларини киритиш мумкин. Замонавий босма оммавий ахборот воситаларида уйғун матнлар тобора кўпайиб бормоқда, реклама, интернет теле- ва кино матнлари табиий равишда уйғун матн ҳисобланади. Тадқиқотимизда газетадаги иллюстратив расмлар, карикатуралар вербал ифодага ёрдамчи восита сифатида баҳоланиб, *уйғун медиаматн* термини билан аталди.

Анъанавий газета матнини ҳам шунчаки ёзма нутқ тури сифатида тавсифлаш мумкин эмас. Негаки визуал таркиби, график шакли, шрифти, рангли безаклари газета матнининг муҳим элементи бўлиб, уни медиаматн даражасига кўтаради.

Бобнинг учинчи фасли «Газета матнларининг лингвистик аспектда тадқиқ этилиши: медиаматнларни функционал-прагматик аспектда ўрганишнинг илмий-амалий аҳамияти» деб номланади. Бунда медиаматнларнинг лингвопрагматик хусусиятларини ўрганиш, газета матнлари орқали муштарийга нутқий таъсир муаммосининг таҳлили асносида медиапрагматика йўналишининг шаклланиши илмий тадқиқотлар таҳлили мисолида ёритиб берилди.

Маълумки, бугунги ўзбек тилшунослигида тил тизимини ўрганишга антропоцентриқ ёндашув тамойили кенг татбиқ этилаётганлиги боис ушбу

¹³ Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180 -181.

¹⁴Худайберганова Д.С. Ўзбек тилидаги бадий матнларнинг антропоцентриқ талқини: Филол. фан. д-ри ... дисс. – Тошкент, 2015. – Б. 39.

фан соҳасининг ўрганиш объекти янада кенгайди. Тил тизимини инсон омили билан боғлиқ ҳолда ўрганиш самараси ўлароқ юзага келган прагмалингвистикада асосий эътибор тил birlikларини нутқ эгаларининг коммуникатив мақсади, тил билими ва кўникмаси, контекст, нутқий вазият кабилар билан боғлиқ ҳолда тадқиқ этишга қаратилди.

Маълумки, оммавий ахборот воситалари адресати ҳисобланган оммавий аудитория ягона медиамаконга бирлашади. Тадқиқотчиларнинг фикрича, айнан ушбу медиамаконда адресант ва адресатнинг коммуникатив муносабати ахборий майдонни ҳосил қилади.¹⁵ Ахборий майдоннинг асосий бирлиги эса медиаматн ҳисобланади. Ахборий ва таҳлилий хусусиятларни ўзида мужассамлаштирган медиаматн медиапрагматика соҳасидаги тадқиқотлар учун асосий манба вазифасини ўтайди. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, оммавий ахборот воситалари матнини прагмалингвистик аспектда ўрганишга бўлган эҳтиёж натижасида медиапрагматика масалаларини тадқиқ этиш долзарб аҳамият касб этмоқда.

Диссертациянинг иккинчи боби «Газета медиаматнининг **информацион-прагматик хусусиятлари**» деб номланган бўлиб, унинг биринчи бандида газета медиаматнида нутқий акт турларининг қўлланиш хусусиятлари очиб берилган.

Газета медиаматнларида кўзда тутилган мақсад, вазифа билан боғлиқ ҳолда мулоқотнинг самарадорлигини таъминловчи локутив, иллокутив ва перлокутив актлар ўзига хос тарзда намоён бўлади. Шу билан биргаликда, нутқий акт турларининг газета медиаматнларида қўлланиш усули ва кўлами бир-биридан фарқ қилади. Газета тезкор хабар тарқатувчи, жамоатчилик ўртасида кучли ижтимоий таъсир кўрсатувчи восита бўлгани боис унинг саҳифаларида хабар акти билан бир қаторда мулоқот жараёнида нутқий таъсир кўрсатиш акти ҳам устуворлик қилади. Шу сабабли муаллифлар омма эътиборини тортиш мақсадида матнда ахборотнинг турли вербал кўринишларини қўллашга ҳаракат қилади. Баъзан муаллиф ўз фикрини тўғридан-тўғри баён этса, кўп ҳолларда ифодани билвосита ахборот кўринишида тақдим этади.

Билвосита нутқий актларда асосий ахборот эмас, унинг устига юкланган кўшимча ахборот яширин ифодаланади. Бунда сўзловчининг кўшимча ахбороти имплицит ифода шаклида баён этилади. Газета матнларида ҳам адресатга нутқий таъсир кўрсатишда билвосита нутқий актлардан фойдаланилади. Жумладан, муаллиф баъзан ўз мулоҳазасини, воқеликка муносабатини сўроқ шаклидаги билвосита нутқий актлар орқали ифодалайди. Қуйидаги матнга эътибор қаратамиз:

Хўп, ҳуқуқий жиҳатдан мутасаддиларнинг хатти-ҳаракатлари тўғри, ammo инсонийлик нуқтаи назаридан ёндашсак, шундоқ ҳам кўнгли ўксик, оғир ижтимоий вазиятда қолган эҳтиёжманд оилалар тақдирига бефарқ

¹⁵ Хабиров Р.Р. Коммуникативно-прагматический аспект исследования медиатекста (на материале спортивных текстов Республики Башкортостан): Дисс... канд. филол. наук. – УФА, 2016. – С. 4.

муносабатини ҳеч нарса билан оқлаб бўлмайди. Нега депутатлар, маҳаллий ҳокимликлар, бошқа тегишли ташиқлотларда доимий яшаи жойига эга бўлмаган кам таъминланган оилалар манфаатларини ҳимоя қилиш мақсадида ушбу низом талабларига ўзгартириш киритиш ташаббуси йўқ? Ахир ҳеч бир норматив-ҳуқуқий ҳужжат ўзгармас хусусиятга эга эмас, унга тузатиш киритиш мумкин-ку. Аслида уйма-уй юриб, халқ билан мулоқот қилишдан мақсад ана шундай муаммоларга ечим топиш эмасми?! Ёшлар иттифоқининг асосий вазифаларидан бири мана шундай уюшмаган ёшларни қўллаб-қувватлаш, уларнинг жамиятдаги ижтимоий фаоллигини оширишдан иборат эмасми?! («Халқ сўзи», 09.04.2019)

«Меҳрибонлик уйдан кейинги саргардонлик» сарлавҳали мақоладан олинган ушбу матнда муаллифнинг *Ёшлар иттифоқининг кам таъминланган оилалар манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича олиб бораётган фаолиятдан норозилиги акс этган. Матнда қўлланган «Нега депутатлар, маҳаллий ҳокимликлар, бошқа тегишли ташиқлотларда доимий яшаи жойига эга бўлмаган кам таъминланган оилалар манфаатларини ҳимоя қилиш мақсадида ушбу низом талабларига ўзгартириш киритиш ташаббуси йўқ?»* сўроқ акти орқали *«Депутатлар, маҳаллий ҳокимликлар, бошқа тегишли ташиқлотлар кам таъминланган оилалар манфаатини ҳимоя қилиш учун ушбу низом талабларига ўзгартириш киритиш лозим»* тарзидаги талаб акти англашилади. *«Ёшлар иттифоқининг асосий вазифаларидан бири мана шундай уюшмаган ёшларни қўллаб-қувватлаш, уларнинг жамиятдаги ижтимоий фаоллигини оширишдан иборат эмасми?!»* сўроқ акти орқали эса *«Ёшлар иттифоқи кам таъминланган оилаларни қўллаб-қувватлаши зарур»* тасдиқ акти ифодаланган. Бир нутқий акт орқали иккинчи нутқий актнинг билвосита ифодаланишида пресуппозиция ҳодисаси муҳим роль ўйнайди. Албатта, фикр-мулоҳаза, воқеликка нисбатан субъектив муносабатнинг сўроқ акти шаклида ифода этилиши матннинг таъсир кучини оширишга хизмат қилади.

Бобнинг иккинчи фаслида газета матнларининг перформатив хусусияти ёритилган. Газета медиаматни ахборот узатиш, манфаатли мақсадларга эришиш, шунингдек, газетхонга таъсир кўрсатиш мақсадини қамраб олади. Ушбу жиҳатга кўра матбуот матни перформатив характерга эга бўлади. «Перформатив ифодалар мантиқан юз бераётган воқеликнинг талаффуз шакллари дир».¹⁶

Перформативлик муайян контекстда сўз ва ҳаракат мувофиқлигини акс эттирувчи нутқий ҳаракат ҳисобланади. Перформатив назарияга кўра сўзлаш акти орқали бирор ҳаракатнинг содир этилиши шарт ҳисобланади. Перформатив ифоданинг ошкора шаклида ушбу ҳаракатни акс эттиришга қаратилган перформатив феъллар қўлланилади. Масалан, куйидаги газета медиаматнида қўлланган *муборак этмоқ* феъли перформатив хусусиятга эга бўлиб, муаллифнинг мақсадини ошкора ифода этишга хизмат қилган: *Бугун*

¹⁶ Ҳақимов М. Прагмалингвистик тадқиқотлар тарихи. – Фарғона: Фарғона нашриёти, 2020. – Б. 91.

мана шундай дилбар, қутлуг баҳор айёмида сиз, мунис оналаримиз, ҳурматли опа-сингилларимиз, сулув қизларимизни ўзларингиз каби гўзал байрамингиз – Халқаро хотин-қизлар куни билан чин қалбимдан муборакбод этаман. («Ўзбекистон адабиёти ва санъати», 08.03.2019)

Перформатив феъллар қўлланмаган матнларда ҳам айрим тил бирликларининг семантик хусусияти асосида матн перформатив хусусият касб этиши мумкин. Хусусан, айрим бирликларнинг синонимлари орқали ҳам матнда перформатив ифода ойдинлашади. Т.В.Богданова перформативларнинг синоним эквивалентлари орқали ифодаланишини *иккиламчи перформативлар* сифатида тавсифлайди.¹⁷ Масалан: *Раҳмат! – Ташаккур билдираман* каби. Шунингдек, *Рамазон ҳайитингиз муборак бўлсин!* гапи *Рамазон ҳайитингиз билан табриклайман!* гапига синоним бўлгани учун перформатив ифода саналади.

Газета медиаматнлари сўзловчининг ижтимоий мавқеи, «ҳокимлик» даражаси ва талаффуз акти билан ўзаро мувофиқлиги сабаб перформатив хусусиятга эга бўлади. Айтиш лозимки, газетада чоп этилган қарор, фармон, фармойишлар матнида қўлланган *белгилансин, тасдиқлансин, тавсия этилсин, зиммасига юклансин* каби бирликлар сўзловчи прагматик мақсадини ошқора ифодалаш ва прагматик доминацияга эгаллигига кўра перформатив бирликлар ҳисобланади. Бундай перформатив шаклларни ижтимоий белгига эга перформативлар сифатида тавсифлаш мумкин. Негаки улар матнда нутқ субъектининг ижтимоий мавқеига ишора қилиб туради.

Бобнинг учинчи фасли «Босма медиаматнларда коммуникатив стратегия ва тактиканинг танланиши» деб номланади. Газета медиаматнлари орқали муштарийга нутқий таъсир кўрсатишда муаллиф томонидан коммуникатив стратегия ва тактиканинг тўғри танланиши муҳим аҳамиятга эга. Бу жиҳатдан коммуникатив стратегия ва тактикани муштарийга нутқий таъсир кўрсатишнинг муҳим усули сифатида баҳолаш мумкин.

Маълумки, ҳар бир адресант шахсий манфаати доирасида мулоқот иштирокчиларига нутқий таъсир кўрсатишни мақсад қилиб белгилайди: муштарийни ўз хулосаларига ишонтиришга, унинг фикрларига таъсир ўтказишга ҳаракат қилади. Бундай эҳтиёж ва истак-хоҳиш адресант томонидан нутқий таъсир кўрсатишга қаратилган аниқ коммуникатив стратегия ва тактикаларни танлаш заруратини юзага келтиради.

Мулоқот жараёнида нутқий таъсир кўрсатиш, уни амалга оширишда қўлланиладиган коммуникатив тактикалар мажмуи ва турлари ҳам муҳим аҳамиятга эга. Тактика коммуникатив стратегияни амалга оширишга йўналтирилган нутқий ҳаракатлар йиғиндисиدير. Одатда, бир стратегик мақсад остида бир нечта нутқий тактика амалга оширилади.

Коммуникатив стратегия ва тактика масаласи нутқий таъсир кўрсатиш назариясининг амалий жиҳатларидан биридир. Кўп ҳолларда *нутқий таъсир*

¹⁷ Богданова Т.В. Иллокутивная функция высказывания и перформативный глагол // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 5.

кўрсатиш деганда унинг мақсадга мувофиқлиги ва мотивацион шартлилиги нуктаи назаридан кўриб чиқилган нутқий ҳаракат тушунилади. Мулоқотнинг ҳар қандай кўриниши суҳбатдошнинг фаолиятини янада тартибга соладиган мақсадга асосланади. Коммуникатив стратегиялар мулоқот мақсади, адресант ва адресатнинг манфаати ва муносабатларига боғлиқ ҳолда муайян тил воситалари орқали нутқни режалаштиришга асосланади. Демак, коммуникатив стратегия «нутқни режалаштириш» орқали амалга оширилади.

Кўринадик, прагмалингвистикада коммуникатив стратегия ва тактиканинг турларини белгилашда тадқиқотчилар томонидан турфа ёндашувлар учрайди. Бизнингча, нутқни режалаштириш, мулоқот стратегиясини ва тактикасини танлаш ҳар бир муаллифнинг индивидуал услуги, маҳорати, лисоний қобилиятига боғлиқ. Тадқиқотнинг мазкур фаслида коммуникатив стратегия ва тактика масаласи ижтимоий-сиёсий нашрлар, хусусан, республикамизда фаолият кўрсатаётган сиёсий партиялар газеталари мисолида ўрганилди ва маълум гуруҳларга ажратилди. Жумладан, тадқиқотда «Ўзини намоён қилиш», «Обрўсизлантириш (дискредитация)», «Тарғибот», «Қаҳрамонлаштириш» каби стратегияларга таъриф берилди ва мисоллар билан далилланди. Ўзини ҳимоя қилиш, адресатга нутқий ҳужум, манипулятив, тарғибот ва адресатни ишонтириш стратегияларининг қўлланиш доиралари аниқланди.

Диссертациянинг учинчи боби «Газета медиаматнида коннотация ва субъектив баҳонинг ифодаланиши» деб номланган. Бобнинг биринчи фаслида газета медиаматнида коннотациянинг ифодаланиши таҳлилга тортилган. Газета медиаматнида муаллиф коннотатив бирликларни қўллаш орқали ўқувчи руҳиятига таъсир кўрсатиш, унда ҳиссий субъектив муносабатларни ҳосил қилиш мақсадини кўзлайди. Бу жиҳатдан коннотатив бирликлар матннинг экспрессив-эмоционаллигини таъминловчи прагматик компонентлари ҳисобланади. Шу сабабли ҳам прагматика нуктаи назаридан коннотация тил бирликлари орқали ифодаланувчи маънонинг эмоционал-баҳоловчи таркибий қисмидир.

Газета медиаматнларида муайян тил бирликлари орқали коннотатив маънонинг ҳосил қилинишида медиаматннинг қайси жанрга оид эканлиги ҳам аҳамиятли ҳисобланади. Жумладан, бадий-публицистик жанрда яратилган газета медиаматнларида коннотатив маънонинг ифодаланишида ўзига хосликни кузатиш мумкин. Масалан, фельетон жанрида ёзилган куйидаги медиаматнга эътибор қаратсак:

«Жамоат жойларида ниқоб тақиб юринг»!. Тақиб юрибмиз, опагон. Соғлиқ ўзимизга ҳам керак. Жа-а аломат нарса экан бу ниқоб қурғур. Менга ўхшаганларга тождор вирусдан ҳимоя қилишдан ташқари ҳам анча фойдаси тегяпти. Масалан, иягимиздаги тўртта соқолу иримизга сепилган кузги арпадай ҳар жой ҳар жойда битган бежирим мўйловимиз ўсиб кетса ҳам, шартта ниқобни тақиб кўчага чиқаверамиз. Ундан ташқари, Улуғ Кулол эринибгина ишлов берган, беўхшов бурнимизга-да ҳеч кимнинг кўзи тегмайди.

Яхшининг ёмони, оқнинг қораси бўлгандай, ниқоб тақшининг ҳам лекини бор. Шаҳарнинг оппоқ юзли нозанинларининг гўзал табассуми, бебаҳо кулгучлари, қарасанг аксинг кўрингудек ярқироқ тишларига маҳлиё бўлишдан ҳам бенасиб қолдик. Қарайсан, бақрайган кўзларнигина кўрасан... Гапни бўлмай туринг! Шахло эмас, бақрайган! Тамом вассалом! Нега дейсизми? Ёнингизда дўстларингиз бўлмаса, сиз ҳам аслингизни йўқотасиз. Ниқоб бир томондан э-эжоднинг ҳам баракасини учиряпти. Ахир манаман деган асарлар ҳам гўзаллик таъсирида дунёга келади-да. («Маърифат», 16.06.2020)

Мақоладан англаш мумкинки, ниқоб тақиш билан боғлиқ ҳолат кулгу остига олинган. Матнда қўлланган «*Жа-а аломат нарса экан бу ниқоб қурғур*» жумласида сўзлашув нутқига хос *жа-а* бирлиги орқали коннотатив маънони ифодалашда унлини чўзиш, қаватлаш (аллитерация) ва алмаштириш усулидан фойдаланилган. *Қурғур* лексемасини ниқобга нисбатан қўллаш орқали енгил кулгу ҳосил қилиниб, таъсирчанликка эришилган.

Матнда қўлланган ўхшатишлар, масалан, мўйловнинг «*кузги арпа*»га ўхшатилиши орқали ўзига хос образлилик ҳосил қилиниб, таъсирчанликка эришилган. «*Қарайсан, бақрайган кўзларнигина кўрасан... Гапни бўлмай туринг! Шахло эмас, бақрайган!*» жумлалари таркибида қўлланган *бақраймоқ* феъл лексемаси орқали салбий баҳо муносабати ифодаланган.

Шунингдек, *тўртта соқол, ирмига сепилган кузги арпадай ҳар жой ҳар жойда битган бежирим мўйловимиз, эринибгина ишлов берган, беўхшов бурнимиз; оппоқ юзли нозанинлар, нозанинларнинг гўзал табассуми, бебаҳо кулгучлари, қарасанг аксинг кўрингудек ярқироқ тишлар* тарзидаги баҳо муносабатини ифодаловчи ўзига хос сифатлашлар ҳам матннинг экспрессив-эмоционалликни таъминлашга хизмат қилган.

Бадий-публицистик жанрдаги медиаматнларда коннотациянинг ифодаланишида яна бир жиҳат шуки, муаллиф фикрнинг янада таъсирчан ифодаланишига эришиш мақсадида айрим сўзларни бошқачароқ талаффуз қилади. Масалан, юқоридаги матнда «*Ниқоб бир томондан э-эжоднинг ҳам баракасини учиряпти*» жумласида муаллиф «*ижод*» сўзини «*э-эжод*» тарзида бериш орқали эмоционалликни таъминлашга эришган.

Бобнинг иккинчи фасли «Газета матнларида субъектив баҳонинг ифодаланиши» деб номланган. Газета медиаматнларида муаллифнинг баҳоси оммага ахборот бериш, унга нутқий таъсир кўрсатиш вазифаси фониди юзага чиқади. Ахборот бериш вазифасидаги медиаматнларда фактлар баёни етакчилик қилади, шу сабабли бундай матнларда муаллиф «мен»и деярли иштирок этмайди. Субъектив муносабат таҳлилий ва бадий-публицистик жанрдаги медиаматнларда кўп кузатилади ва уларда муаллифнинг субъектив баҳоси кўпинча газетхон қарашлари билан ҳамоҳанг бўлади.

Таҳлилий-танқидий, бадий-публицистик жанрларда ёзилган газета медиаматнларида муаллифнинг ўз фикри, субъектив муносабати ҳар доим аниқ акс этади. Муаллифнинг субъектив муносабати ифодасида омма

қарашларини ўзгартириш, уни йўналтириш, бошқаришга бўлган ҳаракат сезилиб туради.

Газета медиаматнларида ифодаланган тасдиқлаш, ҳайратланиш, завқланиш, ғазабланиш, норозилик каби ҳиссий муносабатлар муаллифнинг баҳо муносабатидан дарак беради. Муаллиф воқеликни тасвирлашда юзага келган ҳиссий кечинмаларини ифода этиш орқали воқеликка шахсий муносабатини ҳам билдиради. Натижада ифода этилаётган ахборотда субъектив муносабат шаклланади.

Газета медиаматнларида муаллифнинг баён қилинган воқеликка хоҳ ижобий бўлсин, хоҳ салбий бўлсин, муносабати, албатта, акс этади. Муаллиф воқеликка дунёқараши, манфаатлари, истак-хоҳишларидан келиб чиққан ҳолда муносабат билдиради. Аммо уни ифодалаш усули муаллифнинг индивидуал услубига, маҳоратига боғлиқ.

Газета медиаматнларида муаллиф салбий баҳо муносабатини ифодалашда ўзига хос тактикани қўллайди. Матбуотда касбий этика талабларига қатъий риоя этилгани боис, муаллиф индивидуал услуби, шахсий позициясига асосланиб, ўз баҳо муносабатини яширин, яъни билвосита ифодалашга ҳаракат қилади.

Маълумки, билвосита баҳолаш орқали нутқнинг таъсирчанлиги, образлигига эришишда муайян прагматик мақсад кўзда тутилади. Бу мақсад тингловчига матнда акс этган ахборотни нафақат таъсирчан ва образли тарзда етказиш, балки унга шу йўл орқали нутқий таъсир кўрсатишни ҳам камраб олади. Салбий субъектив баҳони ифодалашда муаллиф ўз муносабатини камситиш, пичинг, киноя орқали ҳам намоён қилиши мумкин. Кузатишларимиз матбуотда муаллиф қарашларининг ошқора ва танқидий руҳда берилиши, унинг шахсий ёндашуви, позицияси, фикр ифодалашдаги эркинлиги газета медиаматнларида сўз эркинлигининг юксалганини кўрсатди. Масалан, «XXI аср» газетасининг 2019 йил 17 январдаги сониди муаллиф Маҳмуд Саъдийнинг Халқ таълими вазирини Ш.Шерматовга бағишлаб ёзган «Вазир матбуот эркинлигини қандай тушунади?» номли мақоласида унинг салбий муносабати билвосита, яъни киноя (ирония) орқали ифодаланган:

... Аммо газета таҳририяти таълим тизимини доим танқид қилиб, унинг ишига тўғаноқ бўлмоқда, деган иддао сақланиб қолган. Шунинг учун бугунги вазирга таҳририятда таълим системасини биладиган қайсар журналистлар ишлашидан кўра вазирнинг имижини яратадиган, айтган гапларини (нотўғри бўлса-да) қўллайдиган ҳайбаракаллачи «компьютерчи робот»лар керак. Вазирлик собиқ ходимининг фикри кишини ўйлантириб қўйди. Унинг фикрича, Ш.Шерматов газета ўқимади (эскилик сарқити эмиш). У интернет ошиги. Сайтлар билан ишлайди. Замонавий ўзбек. Орзуси катта – ҳар бир ўқитувчи қўлида охириги русумдаги планшет бўлишини, ўқитувчи билан шахсан мулоқот қилишини, зояларини етказишни хоҳлайди. <...> Лекин, фикримча, гап бошқа жойда. У интернетда эълон қилинадиган

салбий ахборот ёки танқидни бартараф этишининг ҳадисини олган. Сайтдан олдириб ташлолмаган тақдирда ҳам, уни ҳамма ўқий олмайди, тез фурсатларда ҳаволаларга созурилиб кетади. Газета эса, Фейсбукдаги ёзишмаларда таъкидланишича, «қийёматгача сақланади».

Ушбу мақолада муаллиф Халқ таълими вазирининг матбуот ходимларига нисбатан қўллаб келаётган сиёсатига қарши эътирозини билдирган. Салбий муносабат матнда қўлланган «*Шунинг учун бугунги вазирга таҳририятда таълим системасини биладиган қайсар журналистлар ишлашидан кўра вазирнинг имижини яратадиган, айтган гапларини (нотўғри бўлса-да) қўллайдиган ҳайбаракаллачи «компьютерчи робот»лар керак*» жумласи орқали юзага чиққан. Матнда муаллиф томонидан вазирга нисбатан ишлатилган «*интернет ошиги, замонавий ўзбек*» бирикмалари киноявий характерда бўлиб, «*матбуотдан йироқ шахс*» тағмаъносига эга. «*Ш.Шерматов газета ўқимайди (эскилик сарқити эмиш)*» жумласида қавс ичида берилган *эскилик сарқити эмиш* киритмаси ҳам пичингни англашиб, муаллифнинг салбий баҳосини ифодалашга хизмат қилган.

Шуниси характерлики, газета медиаматнларида нафақат журналистнинг шахсий қарашлари, балки ташкилот, муассаса раҳбарлари, халқ эътирофидаги инсонларнинг ҳам субъектив муносабати ифодаланиши кузатилади. Бунга раддия шаклидаги матнларни мисол қилиб кўрсатиш мумкин. Раддиялар газетада мақола муаллифи томонидан оммага тақдим этилган маълумотларнинг асоссиз эканлигини исботлаш мақсадида расмий баёнот шаклида берилади. Хусусан, «ХХІ» аср газетасининг 2019 йил 28 февраль сонидан Халқ таълими вазири Ш.Шерматов журналист М.Саъдийнинг юқорида таҳлил қилинган мақоласига ўз муносабатини қуйидагича билдирган:

«... Мақолада келтирилган «Ш.Шерматов газета ўқимайди (эскилик сарқити эмиш)» жумласини келтирган мақола муаллифи ёки таҳририят бу иддаони исботлаши, шунингдек, газета ўқиш эскилик сарқити эканлиги тўғрисидаги фикрининг ҳаққонийлигини тасдиқлаб бериши лозим. Мақолада баён қилинган «У интернетда эълон қилинадиган салбий ахборот ёки танқидни бартараф этишининг ҳадисини олган» иддаосининг бевосита далиллар билан асосланган ҳолда исботлаб берилишини талаб қиламан. Давлат бошқаруви органлари раҳбарлари, хусусан, халқ таълими вазири сифатида мен ҳам оммавий ахборот воситалари билан доимий ҳамкорликда ишлаб, тизимда амалга оширилаётган ислохотлар, долзарб муаммолар ва келгуси режалар хусусида доимий мулоқотда бўлиб келаман. Танқид ва конструктив муҳокамаларга доим очиқлигимизни бугунги босма ва электрон ОАВга берган интервьюларимиз, ўтказган брифинг ва очиқ мулоқотларимиз исбот бўла олади. Шунинг учун вазирни салбий ахборот ва танқидга дош беролмайдиган, уларни бартараф этувчи шахс сифатида гавдалантириши туҳмат эканлигини таъкидлаб ўтаман».

Матндан англашиладики, Халқ таълими вазири Ш.Шерматов журналист М.Саъдийнинг мақоласи ва унда акс этган фикрларга қатъий эътироз билдирган. Раддия шаклидаги бу эътирозда муаллифнинг салбий баҳо муносабати *иддаони исботлаши, фикрининг ҳаққонийлигини тасдиқлаб бериши лозим, иддаосининг бевосита далиллар билан асосланган ҳолда исботлаб берилишини талаб қиламан, вазирни салбий ахборот ва танқидга дош беролмайдиган, уларни бартараф этувчи шахс сифатида гавдалантириши туҳмат эканлигини таъкидлаб ўтаман* ифодалари орқали юзага чиққан.

Газета саҳифаларида ахборот ифодалашнинг новербал воситалари, яъни турли фотосуратлар ҳам муаллифнинг субъектив баҳосини юзага чиқаришда ёрдамчи воситалар ҳисобланади.



(«Ишонч», 12.12.2019)
(1-расм)



(«Ишонч», 09.01.2020)
(2-расм)

Биринча газета саҳифасида берилган «*Стадионми... яйлов...*» номли мақола сарлавҳасиданоқ муаллифнинг салбий баҳоси англашилиб туради. Суратдан кўринадики, қаровсиз қолган стадионда ажриқ ўти шу қадар кўп ўсганки, ёшларнинг бу ерда футбол ўйнашига ноқулайлик туғдиради.

Муаллиф суратда тасвирланган манзарага нисбатан салбий баҳосини кўйидаги кесатиқ орқали ҳам акс эттирган: «*чорва боқилиш учун «зўр» жой*».

Иккинчи сурат «*Йиғлаб борсам хўнграб чиқди*» номли мақолага ҳавола қилинган бўлиб, унда Хўжайли туманидаги шифокорлик пунктининг талаб даражасида эмаслиги акс этган. Муаллиф шахсий қарашларини далиллаш ҳамда ахборотнинг таъсир кучини ошириш мақсадида ушбу суратдан фойдаланган. Айтиш мумкинки, мақолада кўтарилган муаммони акс эттирувчи суратлар муаллифнинг субъектив баҳосини юзага чиқаришда ёрдамчи восита вазифасини ўтайди.

Бобнинг учинчи фасли «Газета матни сарлавҳасининг коннотатив хусусиятлари» деб номланади. Газета медиаматнларида сарлавҳа ахборот узатишнинг асосий элементларидан бири ҳисобланади. Чунки мақола матнининг асосий ғоясини олдиндан тасаввур қилиш, муштарийлар диққатини унга жалб қилишда сарлавҳа катта роль ўйнайди.

Газета материалларига сарлавҳа танлашда унинг нафақат ахборот бериш ва ҳиссий таъсир кўрсатиш вазифаси, балки бирор нарсани тарғиб қилиш, эзгуликка чорлаш, муштарийларнинг саводхонлик ва нутқ маданиятини ошириш ва ҳоказо вазифалари ҳам инобатга олинади.

Сарлавҳалар газета мақоласининг умумий ғоясини акс эттирса-да, муаллифнинг маълум коммуникатив мақсадига бўйсундирилади. Шу боис сарлавҳаларда муаллифнинг ҳиссий кечинмалари, воқеликка бўлган субъектив муносабати ҳам акс этади.

Манбаларда сарлавҳалар микроматн сифатида тавсифланиб, унда ахборот турли нутқий актлар шаклида берилиши таъкидланади.¹⁸ Жумладан, газета саҳифаларида хабар, буйруқ, талаб, эътироз акти шаклидаги сарлавҳалар кўп учрайди.

Буйруқ ва талаб актидаги, шунингдек, таркибида ундалма бўлган сарлавҳаларда коннотативлик яққол намоён бўлади. Чунки бундай сарлавҳалар орқали муштарийларга бевосита таъсир кўрсатиш назарда тутилади. Масалан:

Бизга қўшимча бино қуриб беринг! («Маърифат», 22.01.2020);

Мақтаб коррупциядан ҳоли бўлиши керак! («Маърифат», 22.01.2020)

Талаб акти шаклидаги ушбу сарлавҳаларда таъсирчанлик юқори даражада ифодаланган.

Эътироф этиш лозимки, қизиқарли, таъсирчан, шов-шувли сарлавҳалар муштарийларга доимо нутқий таъсир кўрсата олади, уларни газета материаллини ўқишга мажбур қилади, газета сотиб олишга ундайди, шу билан бирга, нашрнинг рейтингини оширишга ёрдам беради. Масалан, «Ишонч» газетасининг 9 январь 2020 йил сонидида чоп этилган *Ҳар нарсага етган ақлингиз...* номли мақола сарлавҳасиданоқ мавзу нима ҳақида эканлигини англаш қийин, муаллиф мавзуга ном беришда тағмаънога ишора қилган. Мақолада матбаа, нашриёт ва китоб савдоси хизматлари учун 15% миқдоридида қўшимча қиймат солиғи жорий этилганлиги сабабли китобларнинг қимматлашуви маънавиятга кучли зарар етиши мумкинлиги ёритилган. Ўқувчи эътиборини тортиш ва оммани қизиқтириш мақсадида танланган сарлавҳадаги тағмаънодан кўзланган асосий мақсад фикрни мўлжалга аниқ етказиш, унинг таъсирчанлигини оширишдан иборат бўлган. Сарлавҳада кўп нуқта тиниш белгисининг қўлланиши ва жумланинг тугалланмаган фикр тарзида ифодаланишида истехзоли киноянинг мавжудлиги ҳам муҳим аҳамият касб этган.

Газета медиаматнига ном беришда муаллифнинг ўзига хос ифода тактикаси ҳам алоҳида аҳамиятга эга. Кузатишларимиз шуни кўрсатдики, тугалланмаган фикр тарзидаги сарлавҳалар ва уни ифодашда кўп нуқта тиниш белгисининг қўлланиши газета медиаматнларида етакчилик қилади. Масалан:

¹⁸ Вахтель Н.М. Газетный заголовок как речевой акт // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – Москва, 2004 – №1. – С. 82-83.

Ўйнаб гапирсанг ҳам... («Маърифат», 05.06.2019);

Уйлар, муаммолар «кўп қаватли»... («XXI аср», 28.03.2019);

Ўқувчи ўқитувчидан билимли бўлса... («Маърифат», 29.07.2019)

Биринчи *Ўйнаб гапирсанг ҳам...* сарлавҳасининг мақол асосида ҳосил қилинганлиги сезиларли. Кўринадики, муаллиф ушбу сарлавҳа орқали муштарийларни ўз мақоласига жалб қилиш, уларни қизиқтиришга ҳаракат қилган. Шу билан бирга, муштарийларни мақоланинг туширилган қисмини топишга ҳам даъват қилган. Ўзбек тили эгаларига таниш бўлган ушбу мақол барча муштарийлар тафаккурида осон тикланадики, бу ҳолат уларни муаллиф билан коммуникатив алоқага киришларига йўл очади. Демак, сарлавҳага ўринли ва мақсадга мувофиқ тарзда халқ мақолларининг танланиши унинг таъсирчанлигини таъминлашга хизмат қилади.

Иккинчи мисолда *Уйлар, муаммолар «кўп қаватли»...* сарлавҳаси мақоланинг уй қурилиши билан боғлиқ муаммолар таҳлиliga оидлигини англатади. Сарлавҳада муаммоларга нисбатан «кўп қаватли» бирикмасининг қўлланиши таъсирчанликни юзага келтирган. Шу билан бирга, истеҳзоли кинояни юзага келтириб, муаллифнинг воқеликка салбий баҳосини ифодалашга хизмат қилган.

Сўнгги сарлавҳа ҳам ўзига хос. Билим ўргатувчи устознинг ўқувчисига нисбатан билимсиз бўлишини тасаввур қилиш қийин, албатта.

Аслида *Ўқувчи ўқитувчидан билимли бўлса...* сарлавҳали мақолада педагоглардан фақат ўз мутахассислиги эмас, ахборот-коммуникация технологиясини ҳам мукамал эгаллашлари талаб этилаётганлиги ёритилган. Мақолада бугунги кун ёшларининг кўпчилиги ахборот-коммуникация технологияси соҳасини айрим устозларидан ҳам яхши билишлари ҳақида мулоҳаза юритилган. Аммо мақола сарлавҳасида муаммонинг айнан ахборот-коммуникация технологияси соҳаси билан боғлиқ эканлигига ишора мавжуд эмас. Муаллифнинг сарлавҳа танлашдаги бу тактикаси муштарийни мақолага қизиқтириш, уни жалб қилиш билан алоқадор. Бу эса сарлавҳанинг таъсирчанлигини таъминлашга хизмат қилган.

Эътироф этиш жоизки, таҳлил қилинган сарлавҳалар таъсирчанлиги, яъни коннотатив моҳиятга эгаллиги билан аҳамиятлидир.

Умумий хулосалар

1. Дунё тилшунослигида оммавий ахборот воситалари тилини ўрганишга бўлган эҳтиёжнинг ортиши натижасида медиалингвистика йўналиши юзага келди. Медиалингвистика тилшуносликнинг алоҳида йўналиши сифатида оммавий ахборот воситалари, журналистика ва тилшунослик фанлари кесишмасида юзага келган.

2. Медиалингвистиканинг асосий тадқиқ объекти медиаматн ҳисобланади. Анъанавий матн тилшунослигининг бир тармоғи ҳисобланган медиаматн вербал белгилар тизими билан бир қаторда ўзида медиавий

белгилар кетма-кетлигини ҳам назарда тутлади. Айтиш жоизки, медиаматнда медиавий белгилар вазифасини ўтовчи расм, карикатура, аудио қисм, видеоқатор, график элемент кабилар ахборот узатишда вербал ифодага ёрдамчи восита вазифасини бажаради. Буларнинг барчаси медиаматннинг асосий хусусияти, уни бошқа ҳар қандай матндан фарқловчи белгидир.

3. Медиаматнлар муайян нутқ эгалари томонидан яратилганлиги боис уларда инсон шахсига хос у ёки бу хусусиятларнинг кузатилиши табиийдир. Бу ҳолат медиаматнларни уни яратувчи шахс омили, шунингдек, матн яратилаётган нутқий вазият, контекст билан боғлиқ ҳолда тадқиқ этиш лозимлигини кўрсатади. Айниқса, медиаматнларнинг прагматик хусусиятларини ўрганишга қаратилган тадқиқотларнинг юзага келиши медиапрагматика йўналишининг шаклланишига олиб келди.

4. Ахборий, таҳлилий, танқидий хусусиятларни ўзида мужассамлаштирган медиаматн медиапрагматика соҳасидаги тадқиқотлар учун асосий манба вазифасини ўтайди. Медиапрагматика нутқий таъсир кўрсатишга қаратилган медиа матнининг коммуникатив муносабатини ўрганади. Оммавий ахборот воситаларининг асосий вазифаси ахборот бериш ва нутқий таъсир кўрсатиш ҳисобланади. «Нутқий таъсир этиш» муаммоси прагматлингвистика масалалари доирасида ўрганилади. Шу маънода, оммавий ахборот воситаларида нутқ таъсирини ўрганиш ва хусусан, жамият аъзоларига матбуот таъсирининг тадқиқи долзарб ҳисобланади.

5. Газета медиаматнларида муаллиф омма билан ҳам мулоқотга киришади. Бундай медиаматнларда муайян мақсад кўпинча яширинган бўлади. Омма билан мулоқотни кўзда тутувчи газета медиаматнларида муаллиф ўз позицияси ва баён этиш маҳоратига кўра нутқий мулоқотнинг энг кичик бирлиги ҳисобланган нутқий акт ва унинг турларидан унумли фойдаланишга ҳаракат қилади.

6. Газета тезкор хабар тарқатувчи, жамоатчилик ўртасида кучли ижтимоий таъсир кўрсатувчи восита бўлгани боис унинг саҳифаларида хабар акти билан бир қаторда мулоқот жараёнида нутқий таъсир кўрсатиш акти ҳам устуворлик қилади. Шу сабабли муаллифлар омма эътиборини тортиш мақсадида матнда ахборотнинг турли вербал кўринишларини қўллашга ҳаракат қилади. Баъзан муаллиф ўз фикрини тўғридан-тўғри баён этса, кўп ҳолларда ифодани билвосита ахборот кўринишида тақдим этади. Шунингдек, газета матнларида иллюстратив расмлар ҳам нутқий актни шакллантиришга хизмат қилади.

7. Нутқий акт турларини шакллантиришда тингловчининг шахс хусусиятлари (ёши, жинси, ижтимоий мавқеи ва роли, касб-кори кабилар)ни инобатга олиш лозим бўлади. Хусусан, тингловчининг ижтимоий мавқеи сўзловчиникидан юқори бўлса, сўзловчи нутқида хабар, илтимос, таклиф, тасдиқ нутқий актларини қўллаши мумкин, аммо буйруқ актини қўллаши нутқий одоб меъёрларига тўғри келмайди. Газета медиаматнларида ҳам

нутқий акт турларини шакллантиришда муштарийларнинг шахс сифатларини инобатга олиш мақсадга мувофиқ.

8. Перформатив назарияда сўзловчи мақсади (интенцияси) сўзлаш акти орқали бирор ҳаракатнинг содир этилиши ошкора ёки яширин ифода орқали ҳосил қилинади. Айрим бирликларнинг синоним эквивалентлари орқали перформатив ифоданинг ошкора шакли ҳосил қилинганда иккиламчи перформатив сифатида тавсифланади. Газета медиаматнида чоп этилувчи қарор, фармон, фармойишлар матнида сўзловчининг «ваколати», «ҳокимлик даражаси» мавжудлиги сабаб перформатив белгига эга ва бундай перформатив шаклларни ижтимоий белгига эга перформативлар сифатида тавсифлаш мумкин. Негаки улар матнда нутқ субъектининг ижтимоий мавқеига ишора қилиб туради.

9. Газета медиаматнлари орқали ўқувчига нутқий таъсир кўрсатишнинг муҳим усулларида бири сифатида муаллиф томонидан тўғри танланган коммуникатив стратегия ва тактикани таъкидлаш лозим. Тактика – коммуникатив стратегияни амалга оширишга йўналтирилган нутқий ҳаракатлар йиғиндиси. Одатда бир стратегик мақсад остида бир нечта нутқий тактикалар амалга оширилади. Коммуникатив стратегиялар мулоқот мақсади, адресант ва адресатнинг манфаати ва муносабатларига боғлиқ ҳолда муайян тил воситалари орқали нутқни режалаштиришга асосланади. Демак, коммуникатив стратегия «нутқни режалаштириш» орқали амалга оширилади.

10. Газета медиаматнида муаллиф коннотатив бирликларни қўллаш орқали ўқувчи руҳиятига таъсир кўрсатиш, унда ҳиссий субъектив муносабатларни ҳосил қилиш мақсадини кўзлайди. Бу жиҳатдан коннотатив бирликлар матннинг экспрессив-эмоционалигини таъминловчи прагматик компонентлари ҳисобланади. Шу сабабли ҳам прагматика нуктаи назаридан коннотация тил бирликлари орқали ифодаланувчи маънонинг эмоционал-баҳоловчи таркибий қисмидир.

11. Газета медиаматнларида муаллифнинг баҳоси оммага ахборот бериш, унга нутқий таъсир кўрсатиш вазифаси фониде юзага чиқади. Ахборот бериш вазифасидаги медиаматнларда фактлар баёни етакчилик қилади, шу сабабли бундай матнларда муаллиф «мен»и деярли иштирок этмайди. Субъектив муносабат таҳлилий ва бадий-публицистик жанрдаги медиаматнларда кўп кузатилади ва уларда муаллифнинг субъектив баҳоси кўпинча газетхон қарашлари билан ҳамоҳанг бўлади.

12. Микроматн сифатида тавсифланувчи газета сарлавҳалари муаллифнинг маълум коммуникатив мақсадини ифодалашга хизмат қилади ва муаллиф интенциясини ифодалашда прагматика бирликлари (нутқий акт, имплицатура бирликлари, коннотатив бирликлар)дан унумли фойдаланиш асносида нутқий таъсир этишга йўналганлиги билан маълум прагматик юк вазифасини бажаради.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 ПО
ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ИНСТИТУТЕ
УЗБЕКСКОГО ЯЗЫКА, ЛИТЕРАТУРЫ И ФОЛЬКЛОРА**

**ИНСТИТУТ УЗБЕКСКОГО ЯЗЫКА, ЛИТЕРАТУРЫ И
ФОЛЬКЛОРА**

САБИРОВА МУХЛИСА КАДАМОВНА

**ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УЗБЕКСКИХ
МЕДИАТЕКСТОВ
(НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТОВ)**

10.00.01 – Узбекский язык

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD)
ПО ФИЛОЛОГИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Ташкент – 2021

Тема диссертации доктора наук (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована за номером №B2019.1.PhD/Fil688 Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан.

Диссертация выполнена в Институте узбекского языка, литературы и фольклора.

Автореферат диссертации на трёх (узбекский, русский, английский (резюме)) языках размещён на веб-странице Научного совета (www.tai.uz) и Информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель:	Лутфуллаева Дурдона Эсоновна, доктор филологических наук, профессор
Официальные оппоненты:	Собиров Абулхай Шукурович, доктор филологических наук, профессор Давлатова Раъно Хайдаровна, доктор филологических наук
Ведущая организация:	Анджанский государственный университет

Защита диссертации состоится «__» _____ 2021 года в __ часов на заседании Научного совета DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 при Институте узбекского языка, литературы и фольклора Академии наук Республики Узбекистан (Адрес: 100060, город Ташкент, проезд Шахрисабзский, 5. Тел.: (99871) 233-36-50; факс: (99871) 233-71-14; e-mail: uzltafi@academy.uz.)

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке Академии наук Республики Узбекистан. Адрес: 100100, г. Ташкент, улица Зиёлиллар, 13. Тел.: (99871) 262-74-58.

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2021 года.

(Реестр протокола рассылки __ от «__» _____ 2021 года).

Н.М.Махмудов
Председатель научного совета по
присуждению учёных
степеней, д.ф.н., профессор

Г.М.Исмоилов
Учёный секретарь
научного совета по
присуждению ученых
степеней, к.ф.н, старший
научный сотрудник

Д.С.Худойберганова
Председатель Научного семинара
при Научном совете по присуждению
ученых степеней, д.ф.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мировой лингвистике повышение интереса к изучению медиатекстов способствовало формированию нового направления – медиалингвистики, изучающей язык и стиль языка средств массовой информации. «Медиалингвистика это – направление, изучающее язык современных печатных, аудиовизуальных и Интернет изданий»¹⁹. Медиалингвистика появилась на стыке СМИ, журналистики и языкознания, объектом её изучения являются медиатексты. В современный технико-технологический век стремительного развития информационных технологий увеличиваются виды медиатекстов, расширяется сфера их употребления. В частности, развитие информационных технологий способствовало возникновению газетного медиатекста онлайн режима. Это говорит о всемерном расширении объектов и методов изучения медиалингвистики. В сфере массовых коммуникаций медиатекст толкуется как сложная система, служащая реализации речевой коммуникации. В этом смысле, если считать медиатекст гиперонимом, газетный текст, теле- и радио текст, рекламный текст, интернет тексты вступают с ним в гипонимическую связь.²⁰ Структура, тематический охват, лингвистические особенности газетных текстов, считающихся разновидностью медиатекста, всегда являлись объектом интереса лингвистов, осуществлён ряд исследований в данном направлении. В настоящее время актуальным является изучение газетных медиатекстов на основе принципов антропоцентрического языкознания.

Мировая лингвистика располагает изрядным количеством исследований, направленных на прагмалингвистическое исследование газетных текстов на разных языках. Однако не во всех языкознаниях достаточно работ в данном направлении. В частности, в узбекском языкознании отсутствуют отдельные исследования, посвящённые изучению прагмалингвистических особенностей газетных текстов. В силу этого целесообразно увеличение исследовательских работ в данном направлении и внедрение результатов исследований. Ибо, в Стратегии действий по развитию Республики Узбекистан по пяти приоритетным направлениям на 2017-2021 годы особо подчёркивается важность «...совершенствования системы образования, повышения возможностей услуг качественного образования».²¹

Ряд указов и постановлений, принятых за последние годы в стране по развитию науки, особенно по повышению статуса узбекского языка в качестве государственного, обуславливает необходимость всемерного научного изучения узбекского языка на основе современных методов

¹⁹ Тешабаева Д.М. Бакиева Г.Х., Исроил М.И. Журналистика. Медиалингвистика ва тахрир. 3-жилд. – Тошкент, 2019. – Б. 3.

²⁰ Современный медиатекст: Учебное пособие / отв. ред. Н.А.Кузьмина. – Омск, 2011. – С. 13.

²¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги фармони.

исследования. Связь темы диссертации с прагмалингвистикой указывает на её соответствие современным требованиям. Ибо, газета не утратила своей значимости и в современный век Интернета как эффективное средство передачи размышлений, пожеланий, настроения людей. В силу этого, одной из актуальных задач является изучение узбекских газетных текстов не только в публицистическом аспекте, но и прагмалингвистическом, предусматривающем изучение языковых явлений с учётом контекста, речевой ситуации, общих знаний носителей языка о действительности, языковой компетенции, что и определяет актуальность темы данной диссертации.

Данная диссертация в определённом смысле служит реализации задач, обозначенных в указах Президента Республики Узбекистан №УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», №УП-2789 «О мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности Академии наук, организации, управления и финансирования научно-исследовательской деятельности» от 17 февраля 2017 года, №УП-5850 «О мерах по кардинальному повышению роли и авторитета узбекского языка в качестве государственного языка» от 21 октября 2019 года, №УП-6084 «О мерах по дальнейшему развитию узбекского языка и совершенствованию языковой политики в стране» от 20 октября 2020 года и других нормативно-правовых актах, касающихся данной сферы.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данное диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития и технологий республики I. «Формирование системы инновационных идей в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовно-нравственном развитии демократического государства». Тема диссертационной работы соответствует приоритетным направлениям научно-исследовательских работ, осуществляемых в республике.

Степень изученности проблемы. В мировой лингвистике проделана большая работа по изучению медиатекстов. В частности, работы Теун Ван Дейка, Мартина Монтгомери, Алана Белла, Нормана Фейерклафа, Роберта Фаулера посвящены социолингвистическому, медиастилистическому, лингвокогнитивному, прагмалингвистическому анализу английских текстов.²² В этих работах проанализированы строение медиатекстов, сфера их употребления, стилистические особенности, влияние на людей.

В русском языкознании Д.Н.Шмелёвой, В.Г.Костомаровым, Я.Н.Засурским, Г.Я.Солгаником, Н.Н.Кохтевым, Т.Г.Добросклонской,

²² См.: Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London: Routledge, 1991. – 272 pp.; Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991. – 296 pp.; Теун ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 2000. – С. 308; Montgomery M. Introduction to Language and Society. – London: Routledge, 2008. – 336 pp.; Fairclough N. Language and Power. – London, 2014. – 274 pp.

Н.В.Чичериной, А.Т.Ленковой, Г.В.Гиссенем, Г.О.Винокуром, В.В.Богуславской изучены жанровые особенности, лингвостилистическая значимость, социально-культурные особенности медиатекстов, проблема медиаграмотности.²³

В узбекском языкознании также проделана работа по изучению языка прессы, в частности, языковых особенностей газетных текстов. Кроме того, в монографическом аспекте изучены психолингвистические аспекты восприятия носителями языка газетных текстов. Примечательны исследования А.Бобоевой, Ш.Абдураимовой, С.А.Мухамедова, А.Абдусаидова, И.Азимовой²⁴. В данных работах исследованы стиль, жанровые, лингвистические особенности, семантическая перцепция газетных текстов. Развитие медиалингвистики в последние годы обуславливает изучение медиатекстов на основе новых подходов с учётом личностного фактора. В этом плане ориентированность темы диссертации на изучение проблемы коммуникативно-прагматических особенностей текста определяют его актуальность.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ научно-исследовательского института, где выполнена диссертация. Диссертация осуществлена в рамках плана научно-исследовательских работ Института узбекского языка, литературы и фольклора АНРУз на основе фундаментального проекта ОТ-Ф1-78 «Узбекский язык в современный век глобализации, его историческое развитие и перспективы (на основе анализа функциональных стилей узбекского языка)».

Целью исследования является изучение лингвопрагматических особенностей узбекских газетных медиатекстов.

Задачи исследования заключаются в следующем:

освещение истории формирования в языкознании направления медиалингвистики, объекта исследования и актуальных проблем;

²³ См.: Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М., 1977; Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994; Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2005; Солганик Я. К. Определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. – № 2. – С. 7-15; Засурский Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10. – М., 2005. – № 2. – С. 6; Чичерина Н. В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. – М.: УРСС, 2008. – 232 с; Гиссен Г.В. Медиаадекватное публицирование. Содержание, концепция публикаций и презентаций. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2012. – 248 с.; Ленькова Т.А. Медиатекст в свете текстообразующих стратегий. – М., 2018. – 136 с.; Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М., 2017. – 280 с.; Винокур Г.О. Культура языка. – М., 2018. – 352 с.

²⁴ Қаранг: Мухамедов С.А. Статистический анализ лексико-морфологической структуры узбекских газетных текстов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ташкент, 1980. – С. 25; Бобоева А. Газета публицистикаси // Ўзбек тили ва адабиёти. – Тошкент, 1986. – №2. – Б. 45-51; Абдураимова Ш. К. Сўз ўзлаштириш назарияси ва ўзлаштирмаларнинг вақтли матбуот тилида ўзгара бориши: Филол. фан. номз. ... дисс. автореф. – Тошкент, 1995; Абдусаидов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари: Фил. фан. д-ри. ... дисс. автореф. – Тошкент, 2005. Азимова И. А. Ўзбек тилидаги газета матнлари мазмуний перцепциясининг психолингвистик тадқиқи: Филол. фан. номз. ... дисс. автореф. – Тошкент, 2008.

раскрытие научно-теоретической значимости прагмалингвистического изучения медиатекстов;

освещение проблемы отражения в узбекских газетных медиатекстах видов речевого акта, анализ непосредственных и косвенных способов передачи речевых актов;

уточнение проблемы репрезентации в узбекских газетных медиатекстах перформативности;

выявление особенностей выбора в газетных медиатекстах коммуникативной стратегии и тактики;

изучение эксплицитного и имплицитного способов выражения информации в узбекских газетных медиатекстах;

исследование передачи в газетных медиатекстах коннотации и субъективной оценки;

раскрытие прагматических особенностей газетных медиатекстов.

Объектом исследования выбраны медиатексты из отечественных газет «Янги Ўзбекистон», «Халқ сўзи», «Маърифат», «Ўзбекистон адабиёти ва санъати», «Хуррият», «Адолат кўзгуси», «Миллий тикланиш», «Куч – адолатда», «XXI аср», «Адолат», «Ишонч» (2018, 2019, 2020, 2021 гг.).

Предмет исследования составляют коммуникативно-информативные, прагмалингвистические особенности узбекских газетных медиатекстов.

Методы исследования. В диссертации использованы методы описания, классификации, прагматический и контекстуальный методы анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

Раскрыты информационно-функциональные, коммуникативно-прагматические особенности узбекских газетных текстов;

описаны виды речевых актов в газетных текстах, установлены способы их выражения; дифференцированы непосредственный и косвенный виды речевых актов, освещены лингвопрагматические особенности;

обоснована реализация в газетных медиатекстах иллокутивной цели, перформации и функции речевого воздействия;

выявлены особенности выбора коммуникативной стратегии и тактики в узбекских газетных медиатекстах в зависимости от цели адресанта;

определены эксплицитный и имплицитный способы передачи информации в газетных текстах, освещены прагматические особенности единиц, образующих импликацию;

выявлены языковые средства передачи коннотации и субъективной оценки в газетных медиатекстах, определены их прагматические особенности, обоснована позиция автора в выражении положительного и негативного отношения.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

на примере газетных текстов обосновано сочетание вербальных и медийных признаков в создании медиатекстов;

на основе аналитических материалов обоснована важность знаний речевых прагматических возможностей языковых единиц для правильной перцепции коммуникативной цели адресата в газетных текстах;

обосновано, что заключения диссертации о прагматических особенностях газетных медиатекстов насыщают медиалингвистику, прагмалингвистику, текстовую лингвистику, стилистику важными научно-теоретическими данными, служат практическим источником для составления учебников, учебных пособий, учебно-методических комплексов по данным предметам.

Достоверность результатов исследования определена исследованием узбекских газетных медиатекстов на основе современных подходов языкознания, использованием конкретных научных источников для приведения теоретических данных, обоснованностью заключений на основе современных лингвистических методов анализа, внедрением теоретических взглядов и заключений в практику, осуществлением лингвопрагматического анализа газетных медиатекстов исходя из особенностей узбекского языка.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Результаты исследования служат насыщению новыми данными существующие научно-теоретические данные, касающиеся прагмалингвистических особенностей газетных медиатекстов;

практическая значимость результатов исследования заключается в том, что они служат формированию и развитию нового направления в узбекском языкознании – медиалингвистики, дают материал для составления учебников и учебных пособий по следующим предметам филологии и журналистики: «Медиалингвистика», «Текстовое языкознание», «Прагмалингвистика», «Язык и стиль средств массовой информации».

Внедрение результатов исследования. Научные результаты диссертации внедрены в следующие работы:

аналитические материалы по прагматическому описанию речевых единиц в газетных медиатекстах использованы для реализации фундаментального проекта ОТ–Ф1–78 «Узбекский язык в современный век глобализации, его историческое развитие и перспективы (на основе анализа функциональных стилей узбекского языка)», выполненного в Институте узбекского языка, литературы и фольклора АНРУз в 2017-2020 гг. (Справка Академии наук Республики Узбекистан № 3/1255-1964 от 5 июля 2021 года). В проекте при освещении особенностей публицистического стиля узбекского языка использованы научно-теоретические размышления диссертанта по поводу анализа следующих прагматических явлений в газетных медиатекстах: речевого акта, выбора коммуникативной стратегии и тактики. В результате проект насыщен теоретическими размышлениями по поводу особенностей публицистического стиля, дополнены иллюстративными примерами из газетных текстов;

теоретические размышления по поводу лингвопрагматических особенностей ономастических единиц в газетных текстах использованы в реализации инновационного проекта ФА-ИЗ-Г009 «Подготовка к изданию и публикация книги «Лингвопоэтический анализ ономастических единиц», выполненного в 2015-2016 гг. в Институте узбекского языка, литературы и фольклора АНРУз (Справка Академии наук Республики Узбекистан №3/1255-1964 от 5 июля 2021 года). В результате, теоретическая часть монографии, посвящённая исследованию ономастических единиц, дополнена прагмалингвистическими наблюдениями;

заклучения о роли средств массовой информации в развитии языка использованы в разработке концепции телепередач «Минбар», «Зиё дарғалари» телеканала «Маҳалла» Национальной телерадиокомпании Узбекистана. (Справка №03-15-373 телеканала «Маҳалла» Национальной телерадиокомпании Узбекистана от 31 мая 2021 года). В результате материалы этих телепередач дополнены заключениями научной работы.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждены на 6 научно-практических конференциях, в том числе, 2 международных и 4 республиканских.

Публикация результатов исследования. По теме диссертации всего опубликовано 17 научных работ, в частности, 7 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан при Кабинете Министров для публикации основных результатов диссертаций, из них 5 – в республиканских, 2 – в зарубежных журналах.

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованной литературы. Общий объём диссертации – 141 страница.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении диссертации обоснованы актуальность и востребованность темы, определены цель и задачи, предмет и объект исследования, указано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологии республики, изложены научная новизна и практические результаты исследования, раскрыты теоретическая и практическая значимости полученных результатов, приведены сведения о внедрении результатов исследования в практику, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации «Газетный текст как объект исследования медиалингвистики» проанализированы новые научно-теоретические взгляды в мировой лингвистике, касающиеся проблем медиалингвистики и медиатекста, являющегося его основным объектом, при необходимости приведены собственные рассуждения диссертанта. Изучены причины возникновения медиалингвистики, научно обоснована

необходимость исследования новой отрасли. Первый раздел главы называется «Объект исследования медиалингвистики: медиатекст и его особенности», в нем освещены размышления и мнения специалистов по поводу медиатекста, а также перечислены отличительные особенности медиатекста.

В последние годы увеличение охвата и объёма передачи информации в традиционных средствах информации – прессе, радио, телевидении осуществляется вместе с регулярным совершенствованием информационных технологий. Развитие всемирной компьютерной сети – Интернет формирует глобальную информационную среду. Всё это, то есть изменения и преобразования в системе средств массовой информации обусловили проникновение в данную отрасль термина *медиатекст*. В настоящее время обилие разновидностей медиатекста, распространяемых посредством медиаканалов, порождают необходимость их научного изучения.

Как известно, начиная с 70-х годов XX века в языкознании публикуются работы, посвящённые лингвистическому изучению текстов средств массовой информации.²⁵ Эти работы посвящены разноспектному анализу текстов средств массовой информации: социалингвистическому, функционально-стилистическому, дискурсивному, когнитивному, лингвокультурологическому. Ученые фокусируют внимание на изучении языковых особенностей средств массовой информации, описании медиатекстов разного типа, изучении влияния социально-культурных факторов на медиаречь, исследовании лингвомедийных особенностей речевого воздействия. Благодаря этим исследованиям в начале XX века возникло самостоятельное научное направление, изучающее тексты средств массовой информации, то есть *медиалингвистика*.

Русской ученой Т.Г.Добросклонской впервые выдвинута идея объединения исследований в данной отрасли в рамках науки «медиалингвистики». Ею обосновано, что медиалингвистика способна обеспечить системный научный подход к изучению языка средств массовой информации, указана востребованность исследования медиатекстов, являющихся их основным объектом изучения.²⁶

Термин *медиалингвистики* в русском языкознании применяется с начала 2000 года. Как утверждает Т.Г.Добросклонская, предметом этого нового

²⁵ См.: Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М., 1977. – 78с.; Бернштейн С.И. Язык радио.– М.: Наука, 1977. – 47 с.; Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи. – М., 1982. – С. 198; Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London, 1991. – 272 pp.; Bell A. The Language of News Media. – Oxford, 1991. – 296 pp.; Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994. – 330 с.; Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2005; Солганик Я.К. Определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. – № 2. – С. 7-15; Засурский Я.Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 6.; Теун ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 2000. – 308 с.; Montgomery M. Introduction to Language and Society. – London: Routledge, 2008. – 336 pp.; Fairclough N. Language and Power. – London, 2014. – 274 pp.

²⁶ Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2005.

направления, объединяющего два базовых компонента – «медиа» (массмедиа) и «лингвистику», является изучение функции языка в сфере средств массовой информации.²⁷ В научной литературе термин «медиа», заимствованный из латинского «medium», интерпретируется как «широкое понятие, совмещающее коммуникативные средства, средства передачи информации и медиaprостранство»²⁸. Элемент «медиа» в качестве терминологического элемента образует такие составные термины, как *медиамаатн*, *медиамакон*, *медиаатаълим*, *медиалингвистика*, *медиаанутқ*, *медиапрагматика*, *медиастилистика*, *медиамаҳсулот*, *медиасаводхонлик*, *медиаатаълим*, *медиаатур*, *медиаатузилма*.

«Медиалингвистика это – направление, изучающее язык современных печатных, аудиовизуальных и Интернет изданий»²⁹. Медиалингвистика в качестве отдельного направления языкознания сформировалась на стыке средств массовой информации, журналистики и языкознания. Следует отметить, что медиалингвистика изучает не только языковые особенности медиатекста, но и речевое поведение, речевой этикет работников средств массовой информации.

В языкознании приводятся различные толкования понятия *медиа́тэкст*. По мнению Г.С.Мельника, под медиатекстом понимают «конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории».³⁰ Как выясняется, в данном определении медиатекст истолкован как медиапродукт. В данном определении особое внимание уделяется не только тексту – вербальной единице языка, образующей медиатекст, но и вопросу участия невербальных, визуальных единиц – элементов медийности. Следует отметить, что в медиатексте такие единицы, как рисунок, карикатура, аудиочасть, видеоряд, графический элемент, выполняющие роль признаков медийности, в вербальном выражении выполняют вспомогательную функцию передачи информации. Всё это является основным признаком медиатекста, который отличает его от любого другого вида текста.

В целом, медиатекст в отличие от обычного текста является особым видом текста, в котором информация наряду с вербальными средствами передаётся с помощью невербальных, визуальных элементов – средств медийности.

²⁷ Добросклонская Т.Г. Указанный источник. – Б. 34.

²⁸ <https://ru.wikipedia.org/wiki/Медиа>

²⁹ Тешабаева Д.М., Бакиева Г.Х., Исроилов М.И. Журналистика. Медиалингвистика ва таҳрир. 3-жилд. – Тошкент, 2019. – Б. 3.

³⁰ Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Актуальные проблемы современности и журналистика. – Санкт-Петербург, 2012. – С. 27-29. <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy/viewer>

Во втором разделе исследования под названием «Типологическая классификация медиатекстов и их жанровые особенности» приведена разноаспектная классификация медиатекстов, что обусловлено их пестротой в плане сферы применения, жанровых особенностей, тематики. В частности, в зависимости от формы медиатексты делятся на вербальные, невербальные (например, фоторисунок, аудиозапись, видеоизображение) и креолизованный. В настоящее время одним из самых распространённых видов медиатекста является *креолизованный текст*. Первые упоминания о креолизованных текстах встречаются в работах Ю.А.Сорокина и Е.Ф.Тарасова.³¹ Д.Худайберггановой предложено называть такой вид текста в узбекском языке термином *уйғун матн*.³²

К такому виду текста можно отнести комиксы, карикатуры, рекламные тексты. В современных печатных средствах массовой информации количество креолизованных текстов увеличивается, естественно, рекламные тексты, интернет тексты, теле- и кинотексты считаются креолизованными текстами. В нашем исследовании иллюстративные рисунки в газетах, карикатуры оцениваются как вспомогательные средства вербального выражения и обозначаются термином *креолизованный медиатекст*.

Традиционный газетный текст – это не просто вид письменной речи. Ибо, визуальное содержимое, графические рисунки, шрифт, красочные элементы являются важнейшими элементами газетных текстов, что делает его медиатекстом.

Третий раздел главы называется «Лингвистическое исследование газетных текстов: научно-практическая значимость функционально-прагматического исследования медиатекстов». В данном разделе на основе обзора научной литературы по изучению лингвопрагматических особенностей медиатекстов, анализу проблемы речевого воздействия на читателей с помощью газетных текстов освещена история формирования медиапрагматики.

Известно, что в современное узбекское языкознание всемерно внедряется принцип антропоцентрического подхода к изучению языковой системы, в результате чего значительно увеличены объекты изучения данной отрасли. В прагмалингвистике, сформировавшейся как результат изучения языковой системы в тесной связи с человеческим фактором, основное внимание уделяется исследованию языковых единиц с учётом коммуникативной цели носителей языка, языковых знаний и навыков, контекста, речевой ситуации.

Известно, что массовая аудитория, являющаяся адресатом средств массовой информации, объединяется в единое медиaprостранство. По

³¹ Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180 -181.

³² Худайбергганова Д.С. Ўзбек тилидаги бадий матнларнинг антропоцентрик талкини: Филол. фан. д-ри ... дисс. – Тошкент, 2015. – Б. 39.

мнению исследователей, именно в данном медиапространстве коммуникативное отношение адресанта и адресата образует информационное поле.³³ Основной единицей информационного поля считается медиатекст. Медиатекст, совмещающий в себе информационные и аналитические особенности, служит основным источником исследований медиапрагматики. При этом следует особо отметить, что в силу востребованности прагмалингвистического изучения текстов средств массовой информации, всё более актуальным является изучение вопросов медиапрагматики.

Вторая глава диссертации называется **«Информационно-прагматические особенности газетных медиатекстов»**, в первом разделе данной главы раскрыты особенности использования видов речевого акта в газетных медиатекстах.

Отмечается своеобразная реализация локутивных, иллюкутивных и перлокутивных актов, обеспечивающих эффективность коммуникации в тесной связи с целью и задачами газетных медиатекстов. Наряду с этим, виды речевого акта отличаются друг от друга в зависимости от способа использования в газетных медиатекстах и объёма. В силу того, что газета является средством оперативного донесения информации, сильного социального воздействия на общественность, на его страницах наряду с информативным актом превалирует также акт речевого воздействия в процессе коммуникации. В силу этого, авторы в целях привлечения внимания масс стремятся к использованию в тексте различных видов информации. Иногда автор непосредственно излагает своё мнение, в большинстве случаев формирует высказывание в виде непосредственной информации.

В непосредственных речевых актах имплицитно выражается не основная информация, а дополнительная. При этом дополнительная информация говорящего излагается в форме имплицитного высказывания. В газетных текстах для речевого воздействия на адресата также используются косвенные речевые акты. В частности, иногда автор свои размышления, отношение к действительности выражает с помощью косвенных речевых актов в вопросительной форме. Обратим внимание на следующий текст:

Хўп, хуқуқий жиҳатдан мутасаддиларнинг хатти-ҳаракатлари тўғри, аммо инсонийлик нуқтаи назаридан ёндашсак, шундоқ ҳам кўнгли ўксик, оғир ижтимоий вазиятда қолган эҳтиёжманд оилалар тақдирига бефарқ муносабатини ҳеч нарса билан оқлаб бўлмайди. Нега депутатлар, маҳаллий ҳокимликлар, бошқа тегишли ташиқлотларда доимий яшаи жойига эга бўлмаган кам таъминланган оилалар манфаатларини ҳимоя қилиш мақсадида ушбу низом талабларига ўзгартириш киритиш ташаббуси йўқ? Ахир ҳеч бир норматив-ҳуқуқий ҳужжат ўзгармас хусусиятга эга эмас, унга тузатиш киритиш мумкин-ку. Аслида уйма-уй юриб, халқ билан мулоқот

³³ Хабилов Р.Р. Коммуникативно-прагматический аспект исследования медиатекста (на материале спортивных текстов Республики Башкортостан): Дисс... канд. филол. наук. – УФА, 2016. – С. 4.

қилишдан мақсад ана шундай муаммоларга ечим топши эмасми?! Ёшлар иттифоқининг асосий вазифаларидан бири мана шундай уюлмаган ёшларни қўллаб-қувватлаш, уларнинг жамиятдаги ижтимоий фаоллигини оширишдан иборат эмасми?! («Халқ сўзи», 09.04.2019)

В данном тексте статьи «Мытарства после домов милосердия» выражается недовольство автора деятельностью *Союза молодёжи в области защиты интересов малообеспеченных семей*. С помощью вопросительного акта «Нега депутатлар, маҳаллий ҳокимликлар, бошқа тегишли ташкилотларда доимий яшаши жойига эга бўлмаган кам таъминланган оилалар манфаатларини ҳимоя қилиши мақсадида ушбу низом талабларига ўзгартириши киритиши ташаббуси йўқ?» уточняется акт требования «Депутатлар, маҳаллий ҳокимликлар, бошқа тегишли ташкилотлар кам таъминланган оилалар манфаатини ҳимоя қилиши учун ушбу низом талабларига ўзгартириши киритиши лозим». А с помощью вопросительного акта «Ёшлар иттифоқининг асосий вазифаларидан бири мана шундай уюлмаган ёшларни қўллаб-қувватлаш, уларнинг жамиятдаги ижтимоий фаоллигини оширишдан иборат эмасми?!» выражается утвердительный акт «Ёшлар иттифоқи кам таъминланган оилаларни қўллаб-қувватлаши зарур». В косвенной передаче определённого речевого акта с помощью другого важную роль играет явление пресуппозиции. Безусловно, выражение мыслей и размышлений, субъективного отношения к действительности служит повышению воздействующей силы текста.

Во втором разделе главы освещены перформативные особенности газетных текстов. Газетный медиатекст охватывает такие функции, как передача информации, достижение преследуемой цели, а также оказание влияния на читателей. В связи с этим текст прессы несёт перформативный характер. «Перформативные выражения есть формы произношения логически происходящих действительностей».³⁴

Перформативность считается речевым действием, отражающим соответствие слова и действия в определённом контексте. Согласно перформативной теории с помощью речевого акта необходимо выполнение определённого действия. В открытой форме перформативного выражения используются перформативные глаголы, ориентированные на передачу данного действия. Например, глагол *муборак этмоқ*, использованный в ниже приведённом газетном тексте, имеет перформативную особенность, и служит эксплицитной передаче цели автора: *Бугун мана шундай дилбар, қутлуг баҳор айёмида сиз, мунис оналаримиз, ҳурматли опа-сингилларимиз, сулув қизларимизни ўзларингиз каби гўзал байрамингиз – Халқаро хотин-қизлар куни билан чин қалбимдан муборакбод этаман.* («Ўзбекистон адабиёти ва санъати», 08.03.2019)

В текстах, где отсутствуют перформативные глаголы, текст может получить перформативную особенность на основе семантических

³⁴ Ҳақимов М. Прагмалингвистик тадқиқотлар тарихи. – Фарғона: Фарғона нашриёти, 2020. – Б. 91.

особенностей некоторых языковых единиц. В частности, перформативное выражение в тексте может уточняться благодаря синонимам некоторых единиц. Т.В.Богданова выражение перформативов с помощью эквивалентов синонимов определяет как *вторичные перформативы*.³⁵ Например: *Раҳмат! –Ташаккур билдираман*. К тому же, предложение *Рамазон ҳайитингиз муборак бўлсин!* является перформативным, поскольку оно синонимично высказыванию *Рамазон ҳайитингиз билан табриклайман!*

Газетные медиатексты обретают перформативную особенность благодаря переплетению социального статуса говорящего, степени «господства» и акта произношения. Следует отметить, что такие единицы, как *белгилансин, тасдиқлансин, тавсия этилсин, зиммасига юклансин*, используемые в тексте указов, приказов, постановлений, напечатанных в газете, считаются перформативными единицами в силу эксплицитной передачи прагматической цели говорящего и наличия прагматической доминации. Такие перформативные формы можно охарактеризовать как перформативы с социальным признаком. Ибо в тексте они указывают на социальный статус субъекта речи.

Третий раздел главы называется «Выбор коммуникативной стратегии и тактики в печатных медиатекстах». В оказании речевого воздействия на читателей посредством газетных медиатекстов важное значение имеет правильный выбор автором коммуникативной стратегии и тактики. В этом плане коммуникативная стратегия и тактика могут расцениваться как важнейший способ речевого воздействия на читателя.

Как известно, каждый адресант в рамках личных интересов ставит перед собой цель оказать речевое воздействие на участников коммуникации: стремится убедить читателей в своих заключениях, повлиять на его мысли. Такая потребность и желание обуславливают выбор адресантом определённой стратегии и тактики, ориентированных на оказание речевого воздействия.

В процессе коммуникации также огромное значение имеют речевое воздействие, комплекс и виды коммуникативных тактик, используемые при её реализации. Тактика есть совокупность речевых действий, направленных на реализацию коммуникативной стратегии. Обычно, под одной стратегической целью реализуется несколько речевых тактик.

Проблема коммуникативной стратегии и тактики является практическим аспектом теории речевого воздействия. В большинстве случаев под *речевым воздействием* понимают речевое действие, рассмотренное с точки зрения его целесообразности и мотивационной обусловленности. Любой вид коммуникации основывается на цели, которая более упорядочивает деятельность собеседника. Коммуникативные стратегии в непосредственной связи с целью коммуникации, целью и отношениями адресанта и адресата

³⁵ Богданова Т.В. Иллокутивная функция высказывания и перформативный глагол // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 5.

основан на планировании речи с помощью определённых языковых средств. Следовательно, коммуникативная стратегия реализуется с помощью «планирования речи».

Как выясняется, в прагмалингвистике в определении коммуникативной стратегии и тактики встречаются разные подходы к решению проблемы. На наш взгляд, планирование речи, выбор стратегии и тактики коммуникации зависит от индивидуального стиля, мастерства, языковой компетенции каждого автора. В данном разделе главы вопрос коммуникативной стратегии и тактики изучен на примере социально-политических изданий, в частности, газет функционирующих в республике политических партий, также проведена классификация видов коммуникативных тактик и стратегий. В частности, в исследовании приведены характеристики стратегий «Презентация», «Дискредитация», «Агитация», «Героизация», которые проиллюстрированы примерами. Выявлены сферы употребления стратегий самозащиты, речевой атаки на адресата, манипуляции, агитации и убеждения адресата.

Третья глава диссертации называется **«Коннотация в газетном медиатексте и выражение субъективной оценки»**. В первом разделе главы проанализировано выражение коннотации в газетном медиатексте. В газетном медиатексте автор с помощью применения коннотативных единиц преследует цель оказать воздействие на психологию читателя, сформировать у него эмоциональные субъективные отношения. В этом плане коннотативные единицы считаются прагматическими компонентами, обеспечивающими экспрессивную эмоциональность текста. В силу этого с точки зрения прагматики коннотация является эмоционально-оценивающей составляющей значения, выражаемого посредством языковых единиц.

Формирование коннотативного значения в газетных текстах с помощью определённых языковых единиц обусловлено жанром медиатекста. В частности, отмечается своеобразие выражения коннотативного значения в газетных текстах художественно-публицистического жанра. Например, обратим внимание также на следующий медиатекст, написанный в жанре фельетон:

«Жамоат жойларида ниқоб тақиб юринг»!. Тақиб юрибмиз, опагон. Соғлиқ ўзимизга ҳам керак. Жа-а аломат нарса экан бу ниқоб қурғур. Менга ўхшаганларга тождор вирусдан ҳимоя қилишдан ташқари ҳам анча фойдаси тегяпти. Масалан, иягимиздаги тўртта соқолу иримига сепилган кузги арпадай ҳар жой ҳар жойда битган бежирим мўйловимиз ўсиб кетса ҳам, шартта ниқобни тақиб кўчага чиқаверамиз. Ундан ташқари, Улуғ Кулол эринибгина ишлов берган, беўхшов бурнимизга-да ҳеч кимнинг кўзи тегмайди. Яхшининг ёмони, оқнинг қораси бўлгандай, ниқоб тақининг ҳам лекини бор. Шаҳарнинг оппоқ юзли нозаниларининг гўзал табассуми, бебаҳо кулгучлари, қарасанг аксинг кўрингудек ярқироқ тишиларига маҳлиё бўлишдан ҳам бенасиб қолдик. Қарайсан, бақрайган кўзларнигина кўрасан... Гапни бўлмай

туринг! Шахло эмас, бақрайган! Тамом вассалом! Нега дейсизми? Ёнингизда дўстларингиз бўлмаса, сиз ҳам аслингизни йўқотасиз. Ниқоб бир томондан э-эжоднинг ҳам баракасини учиряпти. Ахир манаман деган асарлар ҳам гўзаллик таъсирида дунёга келади-да. («Маърифат», 16.06.2020)

Из содержания статьи выясняется, что высмеивается ношение масок. В предложении *«Жа-а аломат нарса экан бу ниқоб қурғур»* используется единица *жа-а*, свойственная разговорной речи, с помощью которой реализуется коннотативное значение с применением удвоения (аллитерации) и замены гласной. Использование лексемы *қурғур* относительно маски образует лёгкий смех, что обуславливает экспрессивность.

Сравнения, используемые в тексте, например, уподобление усом *«осенней пшенице»* образуют своеобразную образность, и эмоциональность. С помощью глагольной лексики *бақраймоқ*, использованной в высказывании *«Қарайсан, бақрайган кўзларнигина кўрасан... Гапни бўлмай туринг! Шахло эмас, бақрайган!»*, выражается негативное отношение.

Кроме того, своеобразные эпитеты типа *тўртта соқол, иримига сепилган кузги арпадай ҳар жой ҳар жойда битган бежирим мўйловимиз, эринибгина ишлов берган, беўхшов бурнимиз; оппоқ юзли нозанинлар, нозанинларнинг гўзал табассуми, бебаҳо кулгучлари, қарасанг аксинг кўрингудек ярқироқ тишлар*, выражающие оценочные отношения, также служат обеспечению экспрессивности и эмоциональности текста.

Ещё одна особенность выражения коннотации в медиатекстах художественно-публицистического жанра заключается в том, что для более эмоционального выражения мысли автора меняется произношение некоторых слов. Например, в вышеприведённом тексте в высказывании *«Ниқоб бир томондан э-эжоднинг ҳам баракасини учиряпти»* автор слово *«иждод»* использует в форме *«э-эжод»*, что обеспечивает эмоциональность.

Второй раздел главы называется *«Выражение субъективной оценки в газетных текстах»*. В газетных медиатекстах оценка автора реализуется на фоне передачи информации массе, оказания на неё речевого воздействия. В медиатекстах, выполняющих информативную функцию, превалирует изложение фактов, в силу этого в таких текстах практически не участвует авторское *«Я»*. Субъективное отношение часто встречается в медиатекстах аналитического и художественно-публицистических жанров, в которых субъективная оценка авторов очень часто гармонирует со взглядами читателей газет.

В газетных медиатекстах аналитически-критического, художественно-публицистического жанров всегда чётко выражается собственное мнение автора, его субъективное отношение. В выражении субъективного отношения автора чувствуется стремление к изменению, направлению и управлению общественного мнения.

Эмоциональное отношение утверждения, удивления, наслаждения, гнева, возмущения, выраженное в газетных медиатекстах, говорит об

оценочном отношении автора. Благодаря передаче эмоциональных переживаний автор также выражает своё личное отношение к действительности. В результате, в передаваемой информации формируется субъективное отношение.

В газетных медиатекстах несомненно отражается либо положительное, либо отрицательное отношение автора к повествуемой действительности. Автор выражает своё отношение к действительности, исходя из собственного мировоззрения, интересов, желаний. Однако способ его выражения зависит от индивидуального стиля, мастерства автора.

В газетных медиатекстах автор использует своеобразную тактику для выражения негативного оценочного отношения. В силу того, что в прессе строго следуют требованиям профессиональной этики, автор, опираясь на индивидуальный стиль, личную позицию, стремится имплицитно, опосредованно выразить своё оценочное отношение.

Известно, что обеспечение экспрессивности, образности речи с помощью косвенной оценки преследуется определённая прагматическая цель. Эта цель охватывает не только эмоциональную и образную передачу слушателям информацию, приведённую в тексте, но и оказание таким образом речевого воздействия. В выражении негативной субъективной оценки автор может выражать своё отношение с помощью принижения, насмешек, иронии. Наши наблюдения показали, что передача в прессе открытой передачи взглядов автора в критическом духе, его личный подход, позиция, свобода выражения мыслей говорит о росте свободы слова в газетных медиатекстах. Например, в номере газеты «XXI аср» от 17 января 2019 года в статье Махмуда Саъди «Как министр понимает свободу прессы?», адресованному министру народного образования Ш.Шерматову, его отрицательное отношение выражается косвенно, то есть с помощью иронии:

... Аммо газета тахририя ти таълим тизимини доим танқид қилиб, унинг ишига тўғаноқ бўлмоқда, деган иддао сақланиб қолган. Шунинг учун бугунги вазирга тахририятда таълим системасини биладиган қайсар журналистлар ишлашидан кўра вазирнинг имижини яратадиган, айтган гапларини (нотўғри бўлса-да) қўллайдиган ҳайбаракаллачи «компьютерчи робот»лар керак. Вазирлик собиқ ходимининг фикри кишини ўйлантириб қўйди. Унинг фикрича, Ш.Шерматов газета ўқимайди (эскилик сарқити эмиш). У интернет ошиғи. Сайтлар билан ишлайди. Замонавий ўзбек. Орзуси катта – ҳар бир ўқитувчи қўлида охирги русумдаги планшет бўлишини, ўқитувчи билан шахсан мулоқот қилишини, гоёларини етказишини хоҳлайди. <...> Лекин, фикримча, гап бошқа жойда. У интернетда эълон қилинадиган салбий ахборот ёки танқидни бартараф этишининг ҳадисини олган. Сайтдан олдириб ташлолмаган тақдирда ҳам, уни ҳамма ўқий олмайди, тез фурсатларда ҳаволаларга созурилиб кетади. Газета эса, Фейсбукдаги ёзишмаларда таъкидланишича, «қиёматгача сақланади».

В данной статье автор выражает свой протест против политики министра народного образования, направленного на работников СМИ. Негативное отношение реализуется с помощью использованных в тексте высказываний *«Шунинг учун бугунги вазирга тахририятда таълим системасини биладиган қайсар журналистлар ишлашидан кўра вазирнинг имижини яратадиган, айтган гапларини (нотўғри бўлса-да) қўллайдиган ҳайбаракаллачи «компьютерчи робот»лар керак»*. Словосочетания *«интернет ошиғи, замонавий ўзбек»*, использованные в тексте относительно министра, имеют иронический характер, и имеет подсыл «человек, далёкий от СМИ». В высказывании *«Ш.Шерматов газета ўқимайди (эскилик сарқити эмиш)»* вводная конструкция *эскилик сарқити эмиш*, приведенная в скобках, также выражает иронию и служит передаче отрицательной оценки автора.

Характерно, что в газетных медиатекстах выражаются не только личные взгляды журналиста, но и субъективное отношение организаций, руководителей учреждений, людей, удостоенных народного призвания. Примером могут служить тексты в форме опровержения. Опровержения печатаются в форме официального сообщения в целях доказательства необоснованности данных, приведённых автором статьи. В частности, в номере газеты «XXI аср» от 28 февраля 2019 года министр народного образования Ш.Шерматов приводит свои доводы относительно вышеприведённой статьи М.Саъди:

«... Мақолада келтирилган «Ш.Шерматов газета ўқимайди (эскилик сарқити эмиш)» жумласини келтирган мақола муаллифи ёки тахририят бу иддаони исботлаши, шунингдек, газета ўқиш эскилик сарқити эканлиги тўғрисидаги фикрининг ҳаққонийлигини тасдиқлаб бериши лозим. Мақолада баён қилинган «У интернетда эълон қилинадиган салбий ахборот ёки танқидни бартараф этишининг ҳадисини олган» иддаосининг бевосита далиллар билан асосланган ҳолда исботлаб берилишини талаб қиламан. Давлат бошқаруви органлари раҳбарлари, хусусан, халқ таълими вазири сифатида мен ҳам оммавий ахборот воситалари билан доимий ҳамкорликда ишлаб, тизимда амалга оширилаётган ислохотлар, долзарб муаммолар ва келгуси режалар хусусида доимий мулоқотда бўлиб келаман. Танқид ва конструктив муҳокамаларга доим очиқлигимизни бугунги босма ва электрон ОАВга берган интервьюларимиз, ўтказган брифинг ва очиқ мулоқотларимиз исбот бўла олади. Шунинг учун вазирни салбий ахборот ва танқидга дош беролмайдиган, уларни бартараф этувчи шахс сифатида гавдалантириши тўғрисида эканлигини таъкидлаб ўтаман».

Из содержания текста выясняется, что министр народного образования Ш.Шерматов категорически возражает против статьи журналиста М.Саъди и приведённых в статье доводов. В данном протесте в форме опровержения отрицательная оценка автора реализуется с помощью выражений *иддаони исботлаши, фикрининг ҳаққонийлигини тасдиқлаб бериши лозим*,

иддаосининг бевосита далиллар билан асосланган ҳолда исботлаб берилишини талаб қиламан, вазирни салбий ахборот ва танқидга дош беролмайдиган, уларни бартараф этувчи шахс сифатида гаудалантириши тўхмат эканлигини таъкидлаб ўтаман.

Невербальные средства передачи информации на страницах газет, то есть различные фоторисунки также выполняют вспомогательную функцию в реализации субъективной оценки автора.



(«Ишонч», 12.12.2019)
(рис. 1.)



(«Ишонч», 09.01.2020)
(рис. 2.)

Не сложно понять, что заголовок статьи на титульной странице газеты «Стадионми... яйлов...» содержит негативную оценку автора. На рисунке видно, что молодёжь не может играть футбол на стадионе, обросшим травой.

Отрицательную оценку к действительности, изображённой на рисунке, автор передаёт с помощью иронии: «*чорва боқиш учун «зўр» жой*».

Второй рисунок иллюстрирует статью под названием «*Йиғлаб борсам хўнграб чиқди*», в которой описывается плачевное состояние врачебного пункта в Ходжейлинском районе. Автор использует данный рисунок в целях обоснования личных взглядов и увеличения воздействующей силы информации. Следует отметить, что рисунки, обличающие затронутую в статье проблему, помогают передаче субъективной оценки автора.

Третий раздел главы называется «Коннотативные особенности заголовков газетных текстов». В газетных медиатекстах заголовок является одним из основных элементов передачи информации. Ибо заголовок играет важную роль в предопределении основной идеи статьи, привлечении внимания читателей к ней.

При выборе заголовка к текстам газетных материалов учитывается не только информативная и экспрессивная функции, но и агитационная, побудительная, образовательная.

Несмотря на то, что заголовки отражают общую идею статьи, они подчинены определённой коммуникативной цели автора. В силу этого, в заголовках отражаются эмоциональные переживания автора, его субъективное отношение к действительности.

В литературе заголовки характеризуются как микротекст, в которых информация передаётся в форме различных речевых актов.³⁶ В частности, на газетных страницах часто встречаются заголовки в форме актов сообщения, приказа, требования, возражения.

В заголовках актов приказа и требования, а также в заголовках с обращениями ярко проявляется коннотация. Ибо такие заголовки подразумевают непосредственное влияние на читателей. Например:

Бизга қўшимча бино қуриб беринг! («Маърифат», 22.01.2020);

Мақтаб коррупциядан ҳоли бўлиши керак! («Маърифат», 22.01.2020)

В данных заголовках в форме акта требования очень высока степень экспрессивности.

Следует отметить, что интересные, экспрессивные, сенсационные заголовки всегда оказывают речевое воздействие на читателей, побуждают их к прочтению газетных материалов, приобретению газет, наряду с этим, способствуют повышению рейтинга издания. Например, заголовок статьи «*Ҳар насага етган ақлингиз...*», опубликованной в газете «Ишонч» от 9 января 2020 года не раскрывает тематику статьи, здесь при выборе заголовка автор использует подтекст. В статье утверждается, что внедрение 15 процентного налога на добавочную стоимость для услуг в области полиграфии, издательства и книжной торговли приведёт к увеличению стоимости книг и в результате ударит по духовности народа. Подтекст заголовка, выбранный в целях привлечения внимания читателя и повышения его интереса заключается в донесении мысли до конечной цели, повышении экспрессивности. Использование в заголовке многоточия и незавершённой фразы демонстрирует сарказм.

В выборе заголовков для газетных медиатекстов важное значение имеет своеобразная тактика передачи автора. Наши наблюдения показали, что в медиатекстах доминируют заголовки в форме незавершённой фразы и использование многоточия в её выражении. Например:

Ўйнаб гапирсанг ҳам... («Маърифат», 05.06.2019);

Уйлар, муаммолар «кўп қаватли»... («XXI аср», 28.03.2019);

Ўқувчи ўқитувчидан билимли бўлса... («Маърифат», 29.07.2019)

Первый заголовок *Ўйнаб гапирсанг ҳам...* образован на основе пословицы. С помощью такого заголовка автор старается привлечь читателей к своей статье, повысить их интерес. Наряду с этим, побуждает их найти вторую часть пословицы. Известная всем носителям узбекского языка данная пословица легко воспроизводится в сознании читателей, что способствует к вступлению в коммуникативную связь с автором. Следовательно, уместный и целенаправленный подбор народных пословиц к заголовкам служит к увеличению их экспрессивности.

³⁶ Вахтель Н.М. Газетный заголовок как речевой акт // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – Москва, 2004 – №1. – С. 82-83.

Заголовок во втором примере *Уйлар, муаммолар «кўп қаватли»...* говорит о том, что статья посвящена анализу проблем, связанных со строительством многоэтажек. Использование эпитета «кўп қаватли» относительно проблем способствует экспрессивности. Наряду с этим, порождает сарказм и служит передаче отрицательной оценки автора.

Оригинален сам по себе и следующий заголовок. Несомненно, сложно представить скудность знаний наставника по сравнению с его учениками.

На самом деле в статье под заголовком *Ўқувчи ўқитувчидан билимли бўлса...* автор рассуждает о том, что на сегодня от педагогов требуют знаний не только своей специальности, но и информационно-коммуникационных технологий. Автор статьи утверждает, что большинство современной молодёжи владеет информационно-коммуникационными технологиями лучше некоторых учителей. Однако в самом заголовке статьи нет указания на то, что статья посвящена проблеме навыков информационно-коммуникационных технологий. Эта тактика автора в подборе заголовка связана с его желанием привлечь внимание читателей. Это служит обеспечению экспрессивности заголовка.

Следует признать, что проанализированные заголовки содержат экспрессию, то есть коннотативность.

Общие заключения

1. Повышение потребности в изучении языка средств массовой информации обусловило возникновение в мировой лингвистике направления медиалингвистики. Медиалингвистика как особое направление языкознания возникла на стыке СМИ, журналистики и языкознания.

2. Основным объектом исследования медиалингвистики является медиатекст. Медиатекст, являющийся отдельным направлением традиционной текстовой лингвистики, наряду с системой вербальных знаков подразумевает последовательность медийных знаков. Следует отметить, в медиатексте рисунок, карикатура, аудиочасть, видеоряд, графический элемент с признаками медийности в передаче информации выполняют вспомогательную функцию вербальному выражению. Это является основной особенностью медиатекста, резко отличающим его от других видов текста.

3. В силу того, что медиатексты созданы определёнными носители речи, несомненно в них наблюдаются те или иные особенности человеческой личности. Это говорит о том, что медиатексты следует изучать с учётом человеческого фактора, а также речевой ситуации в момент порождения текста, контекста. Возникновение исследований, направленных на изучение прагматических особенностей медиатекстов, привело к формированию направления медиапрагматики.

4. Медиатекст, совмещающий в себе информативный, аналитический, критический особенности служит основным источником исследований в

медиапрагматике. Медиапрагматика изучает коммуникативное отношение медиатекста, ориентированного на оказание речевого воздействия. Основной функцией средств массовой информации является передача информации и оказание речевого воздействия. Проблема «речевого воздействия» изучается в рамках прагмалингвистики. В этом смысле, на сегодня актуальным является изучение речевого воздействия в средствах массовой информации и исследование влияния прессы на членов общества.

5. В газетных медиатекстах автор также вступает в коммуникацию с массами. В таких медиатекстах цель очень часто выражается имплицитно. В газетных медиатекстах, предусматривающих коммуникацию с массами, автор старается эффективно использовать по своей позиции и мастерству речевой акт, являющийся самой маленькой единицей речевой коммуникации, и его виды.

6. В силу того, что газета является средством оперативной передачи информации и мощного социального воздействия на общественность на её страницах наряду с информативными актами преобладают и акты речевого воздействия в процессе коммуникации. Поэтому авторы в целях привлечения внимания масс стремятся использовать в тексте различные вербальные формы информации. Когда автор выражает свою мысль непосредственно, в большинстве случаев формирует высказывание в виде косвенной информации. Иллюстративные картинки в газетных текстах также служат формированию речевых актов.

7. Для формирования видов речевых актов следует учитывать личностные особенности слушателей (возраст, пол, социальное положение и роль, профессия). В частности, если социальный статус слушателя выше по сравнению с говорящим, то говорящий может использовать в своей речи речевые акты сообщения, просьбы, предложения, утверждения, тогда как использование повелительного акта не соответствует нормам речевого этикета. В формировании видов речевого акта в газетных медиатекстах целесообразен учёт личностных качеств читателей.

8. В перформативной теории интенция говорящего реализуется благодаря эксплицитному или имплицитному выражению реализации определённого действия с помощью речевого акта. Формирование эксплицитной формы перформативного высказывания с помощью синонимичных эквивалентов некоторых единиц рассматривается в качестве вторичных перформативов. В силу того, что в газетных медиатекстах типа указов, приказов, постановлений существует «полномочие», «уровень власти», они имеют признак перформативности. Такие перформативные формы можно характеризовать как перформативы с социальным признаком. Ибо в тексте они указывают на социальное положение субъекта речи.

9. Важнейшими способами речевого воздействия на читателей в газетных текстах с помощью медиатекстов являются правильно выбранные автором коммуникативная стратегия и тактика. Тактика есть совокупность

речевых действий, направленных на реализацию коммуникативной стратегии. Обычно под одной стратегической целью реализуются несколько речевых тактик. Коммуникативные стратегии в зависимости от цели коммуникации, интересов и отношений адресанта и адресата основаны на планировании речи с помощью определённых языковых средств. Следовательно, коммуникативная стратегия реализуется с помощью «планирования речи».

10. В газетных медиатекстах автор с помощью коннотативных единиц старается оказать психическое воздействие на читателей, сформировать у них эмоционально-субъективное отношение. В этом плане коннотативные единицы считаются прагматическими компонентами, обеспечивающими экспрессивность и эмоциональность текста. В силу этого с точки зрения прагматики коннотация есть эмоционально-оценочная составляющая значения, выражаемого посредством языковых единиц.

11. В газетных медиатекстах оценка автора реализуется на фоне передачи информации массам, речевого воздействия на них. В медиатекстах информативной функции превалирует изложение фактов, в этом плане в таких текстах практически отсутствует авторское «Я». Субъективное отношение чаще наблюдается в медиатекстах аналитического и художественно-публицистического жанра, в них субъективная оценка автора очень часто перекликается со взглядами читателей.

12. Газетные заголовки, характеризующие как микротекст, служат выражению определённой коммуникативной цели автора, и выполняют прагматическую функцию в силу ориентированности на речевое воздействие благодаря эффективному использованию прагматических единиц (речевой акт, имплицатурные единицы, коннотативные единицы) для выражения интенции автора.

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING SCIENTIFIC DEGREES
DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 AT THE INSTITUTE OF UZBEK LANGUAGE,
LITERATURE AND FOLKLORE**

**INSTITUTE OF UZBEK LANGUAGE, LITERATURE AND
FOLKLORE**

SABIROVA MUKHLISA KADAMOVNA

**PRAGMALINGUISTIC RESEARCH OF UZBEK MEDIA TEXTS
(on the example of newspaper texts)**

10.00.01 – Uzbek language

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

Tashkent – 2021

The theme of PhD dissertation is registered by Supreme Attestation Commission at the Cabinet Ministry of the Republic of Uzbekistan under the number №B2019.1.PhD/Fil688.

The dissertation has been prepared at the Institute of Uzbek language, literature and folklore.

The abstract of the PhD dissertation is posted in three (Uzbek, Russian, English (resume)) languages on the website of Scientific Council (www.tai.uz) and «ZiyoNet» information and educational portal (www.ziynet.uz).

Scientific advisor: **Lutfullaeva Durdona Esanovna**
Doctor of Philological science, Professor

Official opponents: **Sabirov Abdulhay Shukurovich**
Doctor of Philological science, Professor

Davlatova Rano Haydarovna
Doctor of Philological science, Docent

Leading organization: **Andijan State University**

Defense of the Dissertation will take place on « ____ » _____ 2021, at « ____ » at ____ a.m. at a meeting Scientific Council DSc.02/30.12.2019.Fil.46.03 under Scientific Degree at Institute of Uzbek language, literature and folklore of the Uzbekistan Academy Sciences (address: 100060, Tashkent, str. Shakhrisabz passage, 5. Tel.: (99871) 233-36-50; fax: (99871) 233-71-44; e-mail: uztafi@academy.uz).

Dissertation could reviewed at the Main Library of the Uzbekistan Academy Sciences (address: 100100, Tashkent, str. Ziyolilar, 13. Tel: (99871) 262-74-58).

The abstract of the dissertation was distributed on « ____ » _____ 2021.
(Registry report number ____ on « ____ » _____ 2021)

N.M.Mahmudov
Chairman of the Scientific Council
awarding scientific degrees,
Doctor of Philological sciences, Professor

G.M.Ismailov
Secretary of Scientific Council
awarding scientific degrees,
Candidate of Philological sciences,
Senior Scientific Researcher

D.S.Khudayberganova
Deputy Chairman of Scientific Seminar at the
Scientific Council awarding scientific degrees,
Doctor of Philological sciences, Professor

INTRODUCTION (annotation of the PhD thesis)

The aim of the research is to study the linguopragmatic features of Uzbek-language newspaper media texts.

The object of research is the publication of "New Uzbekistan", "People's Word", "Enlightenment", "Literature and Art of Uzbekistan", "Freedom", "Mirror of Justice", "National Revival", "Strength in Justice", "XXI Century", "Justice", "Trust" newspapers (published in 2018, 2019, 2020, 2021 years).

The scientific novelty of the research is as follows:

information-functional, communicative-pragmatic features of Uzbek-language newspaper texts are illuminated;

the types of speech acts used in newspaper media texts are classified, the methods of their expression are defined; types of direct and indirect speech acts are distinguished, linguopragmatic features are illuminated;

the emergence of an illocutionary purpose, the manifestation of performance, and the fulfillment of the task of speech influence are defined in newspaper media texts;

Uzbek-language newspaper media texts identify the features of the selective of communicative strategy and the characteristics of the tactic are defined;

methods of overt and covert expression of information in newspaper media texts are defined and pragmatic features of the units forming implications are described;

language means of connotation and subjective assessment in newspaper media texts are distinguished, pragmatic features are defined, the author's position in the expression of positive and negative attitudes is described.

Implementation of research results. The scientific results obtained in the dissertation are applied in the following works:

materials and conclusions on the pragmatic description of speech units in newspaper media texts were used in the implementation of the fundamental project OT-F1-78 "The Uzbek language in the current era of globalization, its historical development and prospects (based on the functional methods of the Uzbek language)", which is done at the Institute of Uzbek Language, Literature and Folklore under the Uzbekistan Academy of Sciences in 2017-2020. And also the project uses scientific and theoretical conclusions on the analysis of pragmatic phenomena, such as the act of speech, communicative strategy and the use of tactics in newspaper texts, to illuminate the features of the Uzbek language journalistic style. (Reference No. 3/1255-1964 of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan, August 9, 2021). As a result, the project further enriched the theoretical views on the characteristics of journalistic style and expanded it with illustrative examples taken from newspaper materials;

theoretical views on the linguopragmatic properties of onomastic units used in newspaper texts were used in the implementation of the innovative project FA-IZ-G009 "Linguopoetic study of onomastic units", which is done at the Institute of

Uzbek Language, Literature and Folklore under the Uzbekistan Academy of Sciences in 2015-2016. (Reference No. 3/1255-1964 of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan, August 9, 2021). As a result, the theoretical part of the research on the study of onomastic units is enriched with pragmalinguistic descriptions.

conclusions on the role of the media in the development of language were used in the development of the concept of programs "Minbar", "Ziyo dargalari" on the TV channel "Mahalla" of the National Television and Radio Company of Uzbekistan. (Mahalla TV channel of the National Television and Radio Company of Uzbekistan, reference No.03-15-373, May 31, 2021). As a result, based on the results of scientific research, the content of these TV materials has been enriched.

The outline and of the thesis. The dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusion, list of sources and literature. The volume of dissertation is 141 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Сабилова М. Медиаматн ва унинг прагмалингвистик талқини // Тил ва адабиёт таълими. – Тошкент, 2019 йил. – № 10-11. – Б. 35-37.
2. Сабилова М. Медиаматн – медиалингвистиканинг тадқиқ объекти сифатида // Илм сарчашмалари. – Тошкент, 2020 йил – № 3. – Б. 49-53.
3. Сабилова М. Газета матнларида нутқий актларнинг ифодаланиш усуллари // Ўзбекистонда хорижий тиллар. – Тошкент, 2020. – № 3 (32). – Б. 42-51.
4. Сабилова М. Газета матнларида нутқий акт турларининг ифодаланиши // Ўзбек тили ва адабиёти. – 2020 йил. – № 6. – Б. 122-125.
5. Сабилова М. Газета матнларининг перформатив хусусияти // Тил ва адабиёт таълими. – Тошкент, 2021 йил. – № 3. – Б. 17-18.
6. Sabirova M. Pragmatic Peculiarities of Official Style of Uzbek Language // International Journal of Research. – India, 2019. Volume 06 Issue 02. – 976-982 pp.
7. Sabirova M. Naming of Newspaper Text: Pragmatic Properties of the Title // The American Journal of Social Science and Education Innovations. – USA, 2021, February. – 18-22 pp.

II бўлим (II часть; II part)

8. Сабилова М. Газета матнларида пресуппозициянинг ифодаланиши // Ўзбек тилшунослигининг долзарб муаммолари. – Тошкент, 2019 йил. – Б. 89-94.
9. Сабилова М. Медиалингвистика – тилшуносликнинг янги йўналиши сифатида // Изланиш самаралари. – Тошкент, 2019 йил. – Б. 30-34.
10. Сабилова М. Босма медиа матнларининг прагмалингвистик таҳлили // Глобал таълим ва миллий методика тараққиёти. – Тошкент, 2019. – Б. 54-58.
11. Сабилова М. Нутқий акт ҳақидаги назарий қарашлар ва газета матнларида локутив актнинг ифодаланиши // «Замонавий таълимда рақамли тизимларни қўллаш: филология ва педагогика соҳасида замонавий тенденциялар ва ривожланиш омиллари» номли халқаро конференция. – Тошкент, 2020. – Б. 66-69.
12. Сабилова М. Медиаматн тушунчаси ва унинг прагмалингвистик таҳлили // «International Euroasia congress on multidisciplinary studies-IV» номли халқаро конференция. – Қозоғистон, 2019. – Б. 192-197.
13. Сабилова М. Матбуот матнларида коммуникатив мақсаднинг ифодаланиши // «Kazakh linguistics in the modern world: cognition, culture,

communications» мавзусидаги халқаро илмий конференция. – Қозоғистон, 2020. – Б. 299-300.

14. Сабилова М. Газета матнида перформатив ифодани шакллантирувчи воситалар // «Ўзбек тилини дунё миқёсида кенг тарғиб қилиш бўйича ҳамкорлик истиқболлари» мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция. – Тошкент, 2020. – Б. 85-88.

15. Сабилова М. Газета матни сарлавҳасининг прагматик хусусиятлари // «Тилшуносликдаги замонавий йўналишлар: муаммо ва ечимлар» мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция. – Андижон, 2021. – Б. 26-30.

16. Сабилова М. Газета матнларида тағмаънонинг ифодаланиши // «Нутқ маданияти ва ўзбек тилшунослигининг долзарб масалалари» мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция. – Андижон, 2021. – Б. 237-241.

17. Сабилова М. Медиалингвистиканинг тадқиқ объекти: медиаматн ва унинг хусусиятлари // «Истиқлол даври ўзбек тилшунослиги, адабиётшунослиги ва фольклоршунослигининг долзарб масалалари» мавзусидаги республика илмий-назарий анжумани. – Тошкент, 2021. – Б. 186-195.