

## MEDIAMATNLARNING JANRIY XUSUSIYATLARI

**Ganiyeva Dilfuzaxon Qodirjon qizi**

**dilfuzaganiyeva57@gmail.com**

**<https://doi.org/10.5281/zenodo.8397896>**

### ANNOTATSIYA

Ommaviy muloqotda media – ommaviy axborot vositalari ma'lumotlarni yetkazish, saqlash uchun foydalaniladigan aloqa vositalari hisoblanadi. Bosma axborot vositalari, nashriyot, fotografiya, kino, radioeshittirish, raqamli media va reklama matnlari mediamatn janrlari deb talqin qilinadi va ularni xususiyatlarini aniqlash va tahlil aniqlash tilshunoslar oldida dolzarb masalaga aylanmoqda.

**Kalit so'zlar:** bosma axborot vositalari, reklama, media, mediamatn.

Bugun biz axborot almashinuvi yuqori darajaga ko'tarilgan davrda yashamoqdamiz. Bu esa o'z o'rnida ma'lumotlarni turli tillarda qabul qilish ehtiyojini yaratmoqda. O'tgan asrlarda ma'lumotlar yetkazish va qabul qilish birmuncha soddaroq ko'rinishda bo'lgan bo'lsa, ushbu asrga kelib texnika, texnologiya rivoji sabab yuqori darajaga ko'tarildi. Media ya'ni ommaviy axborot vositalarining birgina o'zi keng ko'lamli kommunikatsiya vositalari bilan, ommaviy muloqotda yetakchi o'ringa chiqdi. Kundalik hayotimizni media sanoatisiz tasavvur etish mushkul bo'lib qoldi.

Umumiy foydalanishda "janr" atamasi oddiygina "tur"ni bildiradi va u ko'pincha media mahsulotning har qanday o'ziga xos toifasiga nisbatan erkin qo'llaniladi. Bu janr har qanday ommaviy axborot vositasini izchil va samarali ishlab chiqarishga yordam beradigan amaliy vosita sifatida ko'rib chiqarilishi mumkin va uning ishlab chiqarilishini o'z auditoriyasi bilan bog'laydi. Bu alohida media foydalanuvchilariga o'z tanlovlarini rejalashtirishda yordam berganligi sababli, uni ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solish mexanizmi sifatida ham ko'rib chiqish mumkin. Media tadqiqotlari atamalarida bu ma'lum bir taxminiy xususiyatlarga ega bo'lgan mediamatn turiga ishora qiladi.

"Janr" so'zi fransuz tilidan olingan bo'lib, "mehribon", yoki "tur" degan ma'noni anglatadi. Janr – bu turli xil media shakllarini toifalarga guruhlash mumkin bo'lgan tizim bo'lib, ular har bir toifa yoki sinfga ma'lum konventsiyalar, normalar to'plami bilan belgilanadi. S. Nealee janr konseptsiyasini o'rganayotgan asosiy nazariyotchi bo'lib, u "janrlar- takrorlash va farqlanish xususiyatlariga ega" deb ta'kidlaydi.

Turli mediamatnlarida ularning janrini belgilaydigan kodlar va konventsiyalar mavjud va barcha janrlar kodlar va konventsiyalar bilan belgilanadi. "Kod" – bu biror narsani (g'oya yoki tushunchani) ifodalash uchun ishlatiladigan belgilar tizimidir. Alifbo eng mashhur koddir. Harflar birikmasi orqali biz ma'noni bildiruvchi so'zlarni hosil qilamiz. Ranglar ham ma'no ifodalovchi kod deyishimiz mumkin, masalan, *svetofor ranglari, to'y uchun oq, dafn marosimi uchun qora*. "Konventsiya" – ma'lum bir janrga xos bo'lgan tipik xususiyatdir. Masalan, *qahramonlar, hikoyalar chizig'i, sozlash, musiqa va ovoz effektlari va boshqalar*. Konventsiya atamasi me'yoriy qadriyatlarini takrorlash va mustahkamlashni anglatadi. Har qanday janrning ta'siri faqat media mahsulot haqida oldingi asosiy bilim va tushunchalarni mavjud bo'lganda mumkin. Janr- musiqa va kinodan tortib, jurnal va kitoblargacha bo'lgan atamadir. Janrlar turli xil ommaviy axborot vositalariga nisbatan qo'llanishi mumkin.

H.Jenkinsonning yozishicha "barcha asarlar ixtiro va konventsiya aralashmasidan tug'iladi", ommaviy axborot vositalari raqamlashtirish tufayli tomoshabinlar endi janrlarni boshqarish

va janr rivojlanishiga hissa qo'shishlari mumkin. R.Fiske esa janrning qurilish bloklarini o'rganadi, u barcha janrlarning tomoshabinlar o'qiydigan o'ziga xos kodlari va konvensiyalari mavjudligini aniqlaydi. Uning ta'kidlashicha "janr ishlab chiqaruvchilarga ham, tomoshabinlarga ham qulaylik yaratish uchun madaniyatimizda aylanib yuradigan matnlar va ma'nolarning keng doirasiga ma'lum tartibni tuzishga harakat qiladi. Quyida asosiy kod va konvensiyalarni ko'rishimiz mumkin:

Hikoya – film yoki teledasturda ma'lum janrlar bilan bog'liq syujet qurilmalari, vaziyatlar, personajlar va aktyorlar orqali hikoya qilinadi. Jurnallar va gazetalar kabi boshqa bosma matnlar hikoyani o'z ichiga oladi jurnal va gazetalaridagi hikoya muqova dizayni va barcha tarkibni, jumladan, munnajimlar bashorati, o'quvchilarning xatlari va reklamalarni o'z ichiga oladi. Veb-saytlarda shuningdek, foydalanuvchi veb-sayt ichida sahifadan sahifaga o'tishi bilan o'sib boruvchi hikoya mavjud.

Ikonografiya – bu sahnaga kiritilgan barcha narsa va uning qanday sahnalashtirilganligi yoki tartibga solishidir. Bunga dekoratsiya rekvizitlar kostyumlar yorug'lik va odamlar yoki qahramonlar kiradi.

Vizual kodlar – turli xil kamera tasvirlari, burchaklar, harakat va boshqa visual elementlardan foydalanish orqali janrni aniqlashda yordam beradi.

Ekstremal yaqinlik – ekstremal yaqinda suratga olish ham harakatlantiruvchi tasvirda, ham bosma matnlarda mavzu yoki obyektning alohida jihatiga masalan, tish pasatasi reklamasida kimningdir tabassumiga yoki qo'rqinchli filmidagi qo'qqib ketgan qahramonning ko'ziga e'tobor qaratish uchun ishlatiladi.

Janrlar turli xil ommaviy axborot vositalarini o'zlari baham ko'rgan xususiyatlarga ko'ra turli toifalarga ajratadi, masalan, hikoyalar, sozlamalar, qahramonlar va mavzular. Xususan janrlarni filmlarga, filmlarni esa ma'lum bir janrga mansub deb tasniflash mumkin. Janrlar vaqt o'tishi bilan o'zgarishi mumkin bo'lgan konvensiyalar bilan belgilanadi, yangilari ixtiro qilinadi, shuningdek eskilari o'zgartiriladi yoki yangilanadi. Xabarlarini katta auditoriyaga ommaviy tarqatish texnologiyasi sifatida belgilangan ommaviy axborot vositalari insoniyat tarixidagi yaqinda paydo bo'lgan hodisadir. Uzoq vaqt davomida 15-asrda ixtiro qilingan bosib chiqarish texnologiyasi bunday yutuqlarga qodir bo'lgan yagona vosita edi. Turli funksiyalarni bajarish uchun turli xil matbuot janrlari yaratilgan (ko'rsatma, maxsus ma'lumot, ta'lim, ko'ngilochar, maslahat, reklama). Jurnal juda ko'p kichik turlarga bo'lingan. XIX-asr oxirida qo'shilgan yangi ommaviy axborot vositalari (kino, elektron ommaviy axborot vositalari) ijtimoiy aloqalarni yanada rivojlantirdi. Ommaviy axborot vositalarining har qanday janrining umumiy va asosiy elementi bu media matnidir ikkilamchi mahsulot - radio uchun tabiatan qimmatli artefakt yoki video hikoya ekanligidadir. Shuning uchun janr millatini aniqlashda ommaviy axborot vositalari, ko'plab tadqiqotlar ommaviy axborot vositalarining zamonaviy funksiyalaridan kelib chiqadi, funktsiya janr tuzilishidan ustun turadi va shuning uchun birlamchi hisoblanadi.

Xulosa qilib aytganda, hozirgi kunda tez suratlar bilan rivojlanayotgan media sanoati o'z ko'lamini kengaytirgan holda, medianing janrlari soni ortishiga ularning tipik xususiyatlari va funksiyalarini aniq bir maqsadga yo'naltirish uchun xizmat qilishini, ommaviy kommunikatsiya rivojlantiradi. Media janrlaridan foydalanishning zamonaviy amaliyoti va ularni nazariy tekshirish shuni ko'rsatdiki, mediamahsulotning asosiy strukturaviy omili uning funksionalligidir.

### References:

1. Dobrosklonskaya T. Rozhdestvensky "Theory of Rhetoric" as The Foundation for Studies of Language in the Media. 'Russia Evolution: Russian Reflections': A conference on the work of Yuri Rozhdestvensky: his contribution to linguistics, rhetoric, communication theory, semiotics, poetics and narratology. 2017
2. Fleming. E. What are mediatext types? <https://sidmartinbio.org>
3. Flizok R. Metn Tipleri. <https://www.wege.edebiyat.org>.
4. Красноярова О.В. Текст и медиатекст: проблема и дифференциации понятий. // Вопросы теории и практики журналистики. 2013, Т.4 .№1 86-88 с.
5. Korner J. The Scope of Media Linguistics. // BAAL Newsletter, 1998
6. Luginbuhl M. Medialinguistics: On Mediality and Culturality. // 10plus1: Living Linguistics. 2015.-№ 1 p 7-8.

