

ZAMONAVIY MEDIA DISKURSINING PRAGMALINGVISTIK TAHLILI

Mahliyo Jalishova Maxsud qizi

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat

o'zbek tili va adabiyoti universiteti

1-kurs tayanch doktoranti

mahliyojalishova@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15770666>

Avvalo, kognitiv-diskursiv paradigmaning asosiy ko'p ma'noli tushunchalaridan biri bo'lgan diskurs tushunchasiga to'xtalib o'tamiz. Ushbu hodisaning yagona tushunchasi hali ishlab chiqilmagan, bu diskurs fanlararo o'rganish obyekti ekanligi bilan izohlanadi. So'nggi yillarda diskurs tushunchasi paydo bo'ldi. Uning eng dinamik rivojlanayotgan turi haqli ravishda mediadiskurs hisoblanadi, chunki u axborot chegaralarining yo'qligi tufayli ijtimoiy hodisalar bilan birga rivojlanib, ularga moslashib o'zgarish qobiliyatiga ega bo'lgan media muhitni tashkil etuvchi turli xil aloqa vositalari va ma'lumotlarni uzatish usullari to'plamidir. V.V. Krasnitskiy diskurs deganda ham lingvistik, ham ekstralingvistik omillarga asoslangan verballashgan nutqiy tafakkur faoliyatini tushunadi. Diskurs – bu "muloqot jarayonida yuzaga kelgan matnlar to'plami" [5, 113-bet].

Tilshunoslik nuqtayi nazaridan "media diskurs" atamasini aniqlash muammosi

dolzarb hisoblanadi, chunki diskursning aynan shu turi joriy til me'yorlarini qayd etadi, til korpusiga neologik leksikani kiritadi, muayyan tilning leksik-grammatik tarkibining hozirgi holatini kuzatish imkonini beradi, alohida mavzuiy yo'nalishlar doirasida tarjima tendensiyalarini aniqlashga yordam beradi. Mediadiskursning funksional xususiyatlarini tushunish uchun unga ta'rif berish kerak.

Tilshunoslikda diskursning eng muvaffaqiyatli ta'riflaridan biri, bizning fikrimizcha, N.D.Arutyunova tomonidan taklif etilgan. N.D.Arutyunova ushbu atamaning quyidagi ta'rifini taklif qiladi: "diskurs - (fransuzcha discours - nutq so'zidan) - ekstralingvistik, ijtimoiy-madaniy, psixologik va boshqa omillar bilan birgalikda bog'langan matn; voqeiy jihatdan olingan matn; maqsadli ijtimoiy harakat sifatida qaraladigan nutq, odamlarning o'zaro ta'siri va ularning ong mexanizmlarida (kognitiv jarayonlarda) ishtirok etadigan tarkibiy qism. Diskurs - bu "hayotga singib ketgan" nutqdir" [Arutyunova 1990: 136-137].

Mediadiskurs til va jamiyatda sodir bo'layotgan barcha o'zgarishlarni aks ettiradi, u doimo ma'lum xususiyatlarga ega bo'lgan ko'p qirrali hodisa sifatida qaraydigan tadqiqotchilarda qiziqish uyg'otadi (I.V. Jukova, Ye.A. Zemskaya, S.I. Ivanova, V.G. Kostomarov, S.I. Smetanina, G.Ya. Solganik, I.N. Tartakovskaya, V.A. Tirigina, S. Badir, J.-C. Beacco, Ch. Claudel, M. Doury, G. Petit, S. Reboul-Tourel).

Rossiyalik olimlarning ishlarida ushbu hodisani ifodalash uchun media diskurs [Annenkova 2011; Dobrosklonskaya 2006, 2008, 2019; Kojemyakin 2010; Polonskiy 2009], mass-media diskursi [Tirigina 2010], media diskursi [Kibrik 2011] va boshqalar; ingliz tilida so'zlashuvchilar - mass media discourse [Dijk1988], media discourse [Fairclough1989], mass media [Bell 1991] va boshqalar. Fransuz tilshunoslari media diskursni ifodalash uchun média komponentini o'z ichiga olgan boshqa atamalardan ham foydalanadilar: hypermedia [Jean-Pierre Meunier 2003], discours médiatique [Charaudeau 2006] va ayniqsa multimedia [Baron 2006].

T.G. Dobrosklonskaya ergashib, mediadiskurs nafaqat matnning o'zini, balki uning

yaratilishi, tarqalishi va qabul qilinishiga ta'sir qiluvchi omillarni ham o'z ichiga olgan keng ko'lamli hodisalarni qamrab oladi, deb hisoblagan holda, biz mediadiskursni "ommaviy muloqot sohasidagi nutq faoliyati jarayonlari va mahsulotlarining o'zaro ta'sirining butun boyligi va murakkabligi bilan to'plami" sifatida tushunamiz [Dobrosklonskaya 2006: 21]. Mediadiskursga yozma matbuot: maqolalar, reportajlar, tahririyat hisobotlari va kolonkalari, intervyular; radio va televideniye; internet-jurnallar, veb-saytlar, internet va ijtimoiy tarmoqlardagi nashrlarni kiritamiz, ular dunyoning dolzarb ko'rinishini, yosh avlodlarda esa hatto ularning ongini shakllantiradi. Ushbu ommaviy axborot vositalarining barchasi: og'zaki yoki yozma, monologik va dialogik, aholining deyarli barcha qatlamlari uchun u yoki bu darajada mavjud bo'lib, mediadiskurs materiallari asosida olib borilgan tadqiqotimiz qanchalik qiziqarli va samarali bo'lsa, shunchalik ahamiyatli bo'ladi.

Zamonaviy jamiyatning rivojlanishi ommaviy axborot vositalarisiz mumkin emas, chunki aynan ular yordamida nafaqat ma'lumotlarni uzatish va tarqatish (og'zaki, vizual va boshqalar), balki auditoriyani ko'ngil ochish va jamoatchilik fikrini shakllantirish kabi funksiyalar ham amalga oshiriladi. Muhimi, raqamli media hukmronligi davrida bosma gazeta va jurnallar katta muammolarga duch kelgan bo'lsa-da, ular o'z dolzarbligini saqlab qolmoqda. Bugun matbuot samaradorlikda elektron OAVdan biroz yutqazmoqda. Biroq, hayotimizda internetning global mavjudligiga qaramay, bosma gazeta va jurnallar odamlar hayotidan butunlay yo'qolib ketmadi, chunki ular ko'pincha tez o'zgaruvchan raqamli yangiliklar siklida topish qiyin bo'lgan chuqur tahlillar, jurnalistik surishtiruvlar va keng hikoyalarni taqdim etadi. Ular yaxshi ishlab chiqilgan kontent uchun qimmatli manba bo'lib qolmoqda.

References:

Используемая литература:

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Annenkova E.Yu. Medijnyy diskurs kak ob'ekt lingvisticheskogo analiza // *Vestnik MGU. Seriya 9. Filologiya*. — 2011.
2. Arutyunova N.D. *Метафора и дискурс // Теория метафоры* / - М.: Progress, 1990 - 5-32 b.
3. Baron G.-L. *Médias, multimédias et apprentissages*. — Paris: INRP, 2006.
4. Bell A. *The Language of News Media*. — Oxford: Blackwell, 1991.
5. Charaudeau P. *Le discours médiatique: la construction du miroir social*. — Paris: Vuibert, 2006.
6. Dobrosklonskaya T.G. *Медиа лингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ*. — М.: Izd-vo MGU, 2006.
7. Dobrosklonskaya T.G. *Современные медиа и медиатекст: Лингвистический аспект*. — М.: LKI, 2019.
8. Dobrosklonskaya T.G. *Язык СМИ как объект лингвистического исследования*. — М.: Knizhnyy dom "Universitet", 2008.
9. Fairclough N. *Language and Power*. — London: Longman, 1989.
10. Kibrik A.A. Medijnyy diskurs: spetsifika i perspektivy // *Voprosy yazykoznaviya*. — 2011. — № 2.
11. Kozhemyakin E.I. *Массовая коммуникация и язык: Введение в медиалингвистику*. — SPb.: Izd-vo Sankt-Peterburgskogo un-ta, 2010.

12. Krasnix V. V. *Свой среди чужих: миф или реальность?* М.: ITDGK Gnozis, 2003 - 375 b.
13. Meunier J.-P. *Hypermedia and Cognition*. — Montréal: Université de Montréal, 2003.
14. Polonskiy A.Yu. *Дискурс массовой информации: структура, функции, особенности*. — М.: Logos, 2009.
15. Tirigina V.A. *Массовая информация и медийный дискурс*. — М.: LKI, 2010.
16. Van Dijk T.A. *News as Discourse*. — Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.