

MEDIA DISKURSNING LINGVOPRAGMATIK XUSUSIYATLARI

Zaripboyeva Nafosat Maratovna,

O'zMU mustaqil tadqiqotchisi

nafosat2502@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18798529>

Annotatsiya. Mazkur maqolada media diskursning lingvopragmatik tabiati, uning tipologik mezonlari va zamonaviy ommaviy kommunikatsiya makonidagi o'рни tahlil qilinadi. Media nutqining funksiyasi, kanali, formati, auditoriyasi, uslubi hamda mafkuraviy pozitsiyasi asosida shakllanuvchi ko'p qatlamli tuzilmasi ilmiy jihatdan asoslanadi. Diskurs tahlilining fanlararo xususiyati, jumladan, tilshunoslik, sotsiologiya, psixologiya va madaniyatshunoslik bilan uzviy aloqasi yoritiladi. Shuningdek, kino va seriallar diskursining lingvistik va pragmatik imkoniyatlari, annotatsiya semantikasi hamda stilistik vositalar tahlili muhim yo'nalish sifatida ko'rib chiqiladi. Media nutqining kognitiv, polemik va ta'limiy janrlari, janr diffuziyasi va stilistik mimikriya hodisalari izohlanadi. Tadqiqot natijalari media diskursni kompleks o'rganish zaruratini asoslaydi hamda film tarjimasini, dublyaj va elektron lingvistik bazalar yaratishda lingvopragmatik tahlilning ahamiyatini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: media diskurs, media nutqi, lingvopragmatika, tipologiya, janr diffuziyasi, stilistika, kognitiv janr, kino diskursi, ommaviy kommunikatsiya.

Аннотация. В данной статье рассматриваются лингвопрагматическая природа медиадискурса и его типологические критерии в контексте современной массовой коммуникации. Обосновывается многослойная структура медиаречи, формирующаяся на основе её функции, канала, формата, аудитории, стиля и идеологической позиции. Подчеркивается междисциплинарный характер дискурс-анализа, находящегося на пересечении лингвистики, социологии, психологии и культурологии. Особое внимание уделяется кинодискурсу и дискурсу телесериалов, семантической структуре киноаннотаций и использованию стилистических средств на различных языковых уровнях. Анализируются когнитивные, полемические и образовательные жанры медиаречи, явления жанровой диффузии и стилистической мимикрии. Результаты исследования подтверждают необходимость комплексного подхода к изучению медиадискурса и демонстрируют значимость лингвопрагматического анализа для перевода фильмов, дубляжа и создания электронных лингвистических баз данных.

Ключевые слова: медиадискурс, медиаречь, лингвопрагматика, типология, жанровая диффузия, стилитика, когнитивный жанр, кинодискурс, массовая коммуникация.

Abstract. This article examines the linguopragmatic nature of media discourse and its typological criteria within the framework of modern mass communication. The multi-layered structure of media speech is analyzed based on its function, channel, format, audience, stylistic features, and ideological position. The interdisciplinary character of discourse analysis, particularly its interaction with linguistics, sociology, psychology, and cultural studies, is emphasized. Special attention is paid to film and television series discourse, including the semantic structure of film annotations and the role of stylistic devices at different linguistic levels. The study also discusses cognitive, polemical, and educational genres of media speech, as well as genre diffusion and stylistic mimicry. The findings highlight the necessity of a comprehensive approach to media discourse research and demonstrate the practical relevance of linguopragmatic analysis for film translation, dubbing processes, and the development of electronic linguistic databases.

Keywords: media discourse, media speech, linguopragmatics, typology, genre diffusion, stylistics, cognitive genre, film discourse, mass communication.

Kirish. Media nutqi tilshunoslik bilan uzviy aloqador bo'lgan qator fanlar e'tibor markazida turadi, bu esa, avvalo, ommaviy kommunikatsiyaning murakkab va ko'p

qatlamli tabiati bilan izohlanadi. Ommaviy axborot vositalarini tizimli va intensiv o'rganish jarayoni sotsiologiya, psixologiya hamda kommunikatsiya nazariyasi doirasida faol olib borilmoqda. Mazkur rivojlanayotgan ilmiy yo'nalishning asosiy tadqiqot obyekti tilning ommaviy kommunikatsiya maydonidagi funkcionalligi va uning ko'p qirrali namoyon bo'lish shakllarini kompleks tahlil qilishdan iboratdir. Media matn dialektik birlik sifatida namoyon bo'lib, unda til tizimi va media xususiyatlari media nutqining uch darajali tuzilmasi orqali ifodalanadi.

Adabiyotlar tahlili. Kundalik voqealarni hikoya qilish amaliyoti zamonaviy narratologiya va ommaviy kommunikatsiya nazariyasida keng o'rganilgan. Biroq seriallar tili va uslubi masalasi yetarli darajada tadqiq qilinmagan. Nemis media nazariyotchisi N.Bols V.Benjaminning maqolasiga ishora qilib, zamonaviy siyosiy nutqni "Siyosat davridagi siyosat" deb ataydi va uning texnik takrorlanishini tanqid qiladi.

N.I.Klushinaning ta'kidlashicha, media "axborot asridagi ijtimoiy hayotning vositachilik shakli"dir. Media jamiyatning normativ qadriyatlarini shakllantiradi. Moda fenomeni media diskursda markaziy o'rin egallaydi. Svendsen fikricha, moda global media makonida asosiy belgiga aylanib bormoqda.

Media diskurs jamiyatning lingvistik va madaniy holatini aks ettiruvchi bir lahzalik kesimdir. Diskurs tahlili tilshunoslik, sotsiologiya, psixologiya, etnografiya va falsafa kesishgan fanlararo sohadir. E.A.Kojyemyakin va E.V.Pereverzev media diskursni o'rganishda ikki yondashuvni ajratadilar.

B.M.Gasparov muloqotni "insonning tildagi hayotining markaziy momenti" deb ta'riflaydi. Diskurs – bu izchil nutq yoki yozma matn bo'lib, ijtimoiy kontekstda tilning qo'llanilishini namoyon etadi. Janr diffuziyasi jarayonida yangi shakllar paydo bo'ladi, mavjudlari esa duragaylashadi yoki divergensiyaga uchraydi.

A.D.Shvaytser media diskursni ko'p bosqichli makrotizim sifatida ko'rib, uning ichida gazeta, radio, televideniye tili kabi mikrotizimlarni ajratadi. Kino nutqi ham alohida komponent sifatida qayd etiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda media diskursning lingvopragmatik xususiyatlarini aniqlash maqsadida tavsifiy-tahliliy, qiyosiy hamda diskursiv tahlil metodlaridan foydalanildi. Nazariy manbalarni umumlashtirish asosida media matnlar (kino annotatsiyalari, serial va OAV materiallari) lingvistik va ekstralingvistik omillar uyg'unligida kompleks yondashuv asosida o'rganildi. Shuningdek, semantik, stilistik va pragmatik komponentlar kommunikativ vaziyat hamda auditoriya omili bilan bog'liq holda interpretativ tahlil qilindi.

Tahlillar va natijalar. Media lingvistikasi doirasida ommaviy kommunikatsiya matnlarining barcha komponentlari va darajalari lingvistik hamda ekstralingvistik omillar o'zaro uyg'unligida tadqiq etiladi. Media matnlar lingvoformat xususiyatlari, funksional-janr klassifikatsiyasi, fonologik, sintagmatik, stilistik, interpretativ, madaniy-spetsifik

belgilar, g'oyaviy modallik hamda pragmalingvistik qiymat mezonlari asosida yaratiladi va tahlil qilinadi.

Axborot makonining bosma nashrlar, televideniye va radio, kinematografiya hamda internet (virtual platformalar) orqali doimiy kengayib borishi ularning inson hayotiga ta'sir doirasini sezilarli ravishda kuchaytirmoqda. Ilgari "axborot egasi dunyoga egalik qiladi" degan qarash mavjud bo'lgan bo'lsa, bugungi kunda axborotning o'zi mustaqil dinamik tizim sifatida jamiyat tafakkurini shakllantirish xususiyatiga ega bo'lib bormoqda. Media diskurs inson ongini modellashtiradi, turmush tarzi, kiyinish madaniyati, iste'mol odatlari, qiziqishlar, xatti-harakat modellari va til me'yorlarini belgilaydi. Axborot oqimidan uzilish tobora murakkablashib bormoqda. Axborot tuzilmalari bosma matnlar, audio va video mahsulotlar, internetdagi raqamli oqimlar (ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, axborot-tahliliy portallar, kino, ssenariy va seriallar) ko'rinishidagi diskursiv klasterlar sifatida namoyon bo'ladi.

Virtual makonning kengayishi bilan media diskurs tushunchasi ilmiy muomalada yanada faol qo'llanila boshlandi. Xususan, kinematografiyada HD formatdagi filmlar va seriallar yaratilishi vizual effektlar sonining ortishi hamda nutq temposining o'zgarishiga olib keldi. T.G. Dobrosklonskaya ta'rifi ko'ra, media diskursning nutqiy konsepsiyasi xabarni uning barcha kommunikativ komponentlari – jo'natuvchi, qabul qiluvchi, kanal, kontekst va fikr-mulohaza bilan birgalikda ifodalaydi. Zamonaviy media diskursning o'ziga xos jihati – harakat vaqtining aniq nuqtasida doimiy mavjudlikni ta'minlash va bir vaqtning o'zida qahramon hamda rol ijrochisining uyg'unligini saqlash zaruriyatidir.

Media diskurslar reklama, matbuot, televideniye, radio, internet kommunikatsiyasi (ijtimoiy tarmoqlar, onlayn nashrlar) hamda ilgari media xarakteriga ega bo'lmagan nutq shakllarini (siyosiy, kundalik, oilaviy, ko'ngilochar nutq) ommaviy kommunikatsiya formatida namoyon etuvchi tizim sifatida gumanitar fanlararo aloqalarning rivojlanishiga turtki bermoqda. Tilshunoslar media diskursni sintetik va integral antropotsentrik paradigma doirasida tadqiq etishga kirishdilar. Bu yondashuv ilgari ekstralingvistik deb qaralgan omillarni ham qamrab oladi va semantika–sintaktika–pragmatika semiotik triadasini saqlab qoladi.

1980-yillar tadqiqotlarida belgining semantik mazmuni hamda uning pragmatik konnotatsiyalari, shuningdek, filmning vaqt va makon konteksti o'rtasidagi bog'liqlik alohida o'rganilgan. Hozirgi bosqichda esa belgining kompozitsion va kommunikativ xususiyatlari (sintaktik aspekt) faol tahlil qilinmoqda. Matn kompozitsiyasining superfraza birliklari, dizayn, video va audio format, kreolizatsiyalangan hamda multimedia shakllari tadqiqot obyektiga aylanmoqda.

Media tadqiqotlarda lingvopragmatik omillarni hisobga olish muhim ahamiyat kasb etadi, chunki ularsiz media diskursni adresatga yetkazish imkonsizdir. Media nutqining tipologiyasi uning funksiyasi, kanali, formati, auditoriyasi, uslubi va mafkuraviy pozitsiyasiga bog'liq holda kengayib boradi. Bugungi kunda media nutqiga kompleks

yondashuv zarurati uning ko'p sonli kichik turlarini ajratish mezonlarining murakkabligi bilan belgilanadi. Janr va stilistik mimikriya hodisasi keng tarqalgan.

Kino annotatsiyalarining semantik tuzilmasi to'rtta asosiy komponentdan iborat: personajlar, harakat, xronotop va qo'shimcha ma'lumotlar. Birinchi uch komponent matn ichki darajasiga, to'rtinchisi esa matndan tashqari kontekstga tegishlidir. Stilistik vositalar grafik, fonetik, morfologik, leksik va sintaktik darajalarda namoyon bo'ladi.

Kognitiv janrlarning maqsadi adresatning dunyoqarashini kengaytirish va jamiyat bilimlarini tarqatishdir. Zamonaviy ta'limiy televideniye o'yinni funksional element sifatida integratsiya qilmoqda. Bilimlar amaliy qo'llanishga yo'naltirilgan shaklda uzatiladi. Konsultativ, ko'rsatma va o'quv janrlari kognitiv televideniye kognitiv televideniye kommunikativ maydonini tashkil etadi.

Media nutqi tarkiban murakkab bo'lib, jurnalistik, reklama, radio, televideniye va kino nutqini o'z ichiga oladi. Bosma media diskursda polemik nutq muammoli maqolalar va o'quvchi javoblari orqali shakllanadi. Uning asosiy maqsadi dolzarb muammolarga yechim izlashdir.

Psixolingvistika va pragmatika rivoji tilni mustaqil tizim sifatida emas, balki ijtimoiy-madaniy kontekstda faoliyat yurituvchi hodisa sifatida o'rganishni taqozo etdi. Nutq jamiyat tajribasi va qadriyatlarining asosiy tashuvchisi hisoblanadi.

Media diskurs tadqiqotlarida ijtimoiy tarmoqlar va OAV markaziy o'rin egallagan bo'lsa-da, kino va seriallar yetarli darajada o'rganilmagan. Film diskursi konflikt, harakat va nutq uyg'unligi orqali murakkab nutqiy vaziyatlarni modellashtiradi. Media diskurslarning lingvistik, pragmatik va lingvokulturologik tahlili film tarjimasini va dublyaj jarayonlarini optimallashtirish hamda elektron lingvistik bazalar yaratishda muhimdir.

Xulosa. Xulosa sifatida, media nutqining lingvopragmatik tipologiyasida quyidagi komponentlarni ajratishimiz mumkin:

1. Texnologik platforma (matbuot, radio, TV, internet);
2. Aloqa turi (rasmiy/norasmiy);
3. Maqsad funksiyasi (reklama, PR, axborot, tahlil va boshqalar);
4. Auditoriya parametrlari;
5. Janr;
6. Stilistika;
7. Kommunikativ strategiyalar;
8. Mavzu sohasi.

Demak, media diskurs keng qamrovli va ko'p qatlamli fenomen bo'lib, zamonaviy tilshunoslikning dolzarb tadqiqot yo'nalishlaridan birini tashkil etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Болц Н. Албука медиа. – Москва: Европа, 2011. – 176 с.
2. Gasparov B.M. Yazyk, pamyat', obraz: Lingvistika yazykovogo sushchestvovaniya. – Moskva: Novoe literaturnoe obozrenie, 1996. – 352 s.

3. Dobrosklonskaya T.G. Media lingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI. – Moskva: Flinta: Nauka, 2008. – 264 s.
4. Klushina N.I. Media stilistika. – Moskva: Aspekt Press, 2010. – 208 s.
5. Kožemyakin E.A., Pereverzev E.V. Media diskurs kak ob’ekt lingvisticheskogo issledovaniya // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika. – 2012. – № 4. – S. 45–59.
6. Svendsen L. Fashion: A Philosophy. – London: Reaktion Books, 2006. – 224 p.
7. Shvaytser A.D. Teoriya perevoda (status, problemy, aspekty). – Moskva: Nauka, 1988. – 215 s.
8. Benjamin W. Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit // Benjamin W. Gesammelte Schriften. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1974. – Bd. I. – S. 431–469.

