

**MEDIAMATNING LINGVISTIK XUSUSIYATLARI TADQIQI (O'ZBEK  
VA NEMIS TILLAR QIYOSIDA)***Nurmahmudova Dilrabo Abduvohid qizi**Farg'ona davlat universiteti**Magistratura, lingvistika**Nemis tili yo'nalishi 1-kurs talabasi*

**Annotatsiya.** Axborot jamiyati shakllanishining zamonaviy sharoitida ommaviy axborot vositalari tilini o'rganish alohida ahamiyatga ega. Agar yaqin vaqtgacha tilning ommaviy axborot vositalari sohasidagi faoliyati til fanining turli sohalari - sotsiolingvistika, psixolingvistika, kognitiv lingvistika va boshqalar tomonidan o'rganilgan bo'lsa, hozirgi vaqtda barcha tadqiqotlarni birlashtirish uchun barcha shartlar mavjud. Mazkur maqolada ommaviy axborot vositalari tilini bitta maxsus fan - medialingvistika doirasida nemis va o'zbek tillarida qiyosiy tadqiqini ko'rib chiqamiz.

**Kalit so'zlar:** medialingvistika, ommaviy axborot vositalari, media matnlari, AKT, bosma nashrlar, qiyosiy tahlil, mediamatn.

**Абстракт.** Изучение языка СМИ приобретает особое значение в современных условиях становления информационного общества. Если до недавнего времени деятельность языка в сфере средств массовой информации изучалась разными разделами языкознания - социолингвистикой, психолингвистикой, когнитивной лингвистикой и др., то теперь есть все условия для объединения всех исследований. В данной статье мы рассмотрим сравнительное изучение медиаязыка в немецком и узбекском языках в рамках одной специальной дисциплины - медиалингвистики.

**Ключевые слова:** медиалингвистика, СМИ, медиатексты, ИКТ, печатные издания, компаративистский анализ, медиатекст.

**Abstract.** Learning the language of mass media is of particular importance in the modern conditions of the formation of the information society. If until recently the activity of language in the field of mass media was studied by different branches of linguistics - sociolinguistics, psycholinguistics, cognitive linguistics, etc., now there are all conditions for combining all studies. In this article, we will consider the comparative study of media language in the German and Uzbek languages within the framework of one special discipline - mediallynguistics.

**Key words:** mediallynguistics, mass media, media texts, ICT, printed publications, comparative analysis, media text.

Har bir davr adabiyotning u yoki bu shaklining ustunligi bilan ajralib turadi. XX-asrning ikkinchi yarmi - nutqdan foydalanishning yangi sohasi, ommaviy kommunikatsiyaning jadal o'sishi bilan e'tiborlidir. An'anaviy ommaviy axborot vositalarining jadal rivojlanishi: bosma nashrlar, radio, televidenie, yangi kompyuter axborot texnologiyalarining paydo bo'lishi, jahon axborot makonining globallashuvi - bularning barchasi ishlab chiqarish jarayoni va so'zning tarqalishiga ta'sir qilmay qolmadi. Ommaviy axborot vositalari matnlari yoki media matnlari bugungi kunda til mavjudligining eng keng tarqalgan shakllaridan biridir.

Global axborot oqimida nemis tilidagi media matnlar alohida o'rin tutadi. Bir qator siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy sabablarga ko'ra nemis tilidagi ommaviy axborot vositalari matnlarining umumiy hajmi boshqa tillardagi ommaviy axborot vositalari matnlari hajmidan sezilarli darajada oshadi.

"Mediallyngvistika" atamasi fanlar chorrahasida paydo bo'ladigan yangi o'quv fanlarini - sotsiolyngvistika, etnolyngvistika, media psixologiyasi, media iqtisodiyoti va boshqalarni nomlash uchun ishlatiladigan bir qator o'xshash leksik birliklar bilan o'xshashlik yo'li bilan shakllangan. Rus ilmiy qo'llanilishida "mediallyngvistika" atamasi nisbatan yaqinda, 2000 yilda paydo bo'lgan. U birinchi marta T.G.Dobrosklonskayaning "Media lyngvistikasi nazariyasi va usullari" doktorlik dissertatsiyasida qo'llanilgan, Bir oz oldinroq uning ingliz tilidagi "media

lingvistika" versiyasi paydo bo'lgan, buni Britaniya tadqiqotchilarining asarlarida topish mumkin. "Ommaviy axborot vositalari" (ommaviy axborot vositalari) va "tilshunoslik"ni o'zida mujassam etgan atamaning o'zidan kelib chiqqan holda, ushbu yangi fanning predmeti tilning ommaviy kommunikatsiya sohasidagi faoliyatini o'rganish hisoblanadi. Ya'ni, medialingvistika nutqdan foydalanishning ma'lum bir sohasini - ommaviy axborot vositalarining tilini har tomonlama har tomonlama o'rganish bilan shug'ullanadi.

Medialingvistikani tilshunoslikning yangi yo'nalishi sifatida ta'kidlashning qonuniyligi ommaviy axborot vositalarining jamiyat va shaxs uchun o'ynaydigan ulkan roli bilan bog'liq. Zamonaviy nutq amaliyotlarining katta qismi ommaviy kommunikatsiya sohasida qo'llaniladi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini (AKT) uzluksiz takomillashtirish global axborot makonida turli milliy tillarda tarqatilayotgan matnlar umumiy hajmining barqaror o'sishiga olib keladi. Shu bilan birga, media lingvistika predmeti nutqdan foydalanishning ma'lum bir sohasiga aylangan yagona fan emas: xuddi shu tamoyil lingvistik tadqiqotning boshqa yangi sohasi - siyosiy tilshunoslikni mustaqil fanga ajratish uchun ishlatiladi. uni o'rganish tilning siyosiy aloqalar sohasidagi faoliyatidir.

Ommaviy kommunikatsiyaning jadal rivojlanayotgan sohasida nutqdan foydalanishning turli jihatlarini o'rganish nafaqat "ommaviy axborot vositalari tili" tushunchasining shakllanishiga olib keldi, balki zamonaviy tilshunoslikda yangi yo'nalish - medialingvistikaning shakllanishiga ham xizmat qildi. Media lingvistikasining predmeti tilning ommaviy kommunikatsiya sohasida faoliyat yuritishini yoki "ommaviy axborot vositalaridagi so'z"ni har tomonlama o'rganadi. Media lingvistikasi doirasida ommaviy axborot vositalari nutqining turli jihatlariga oid ilgari bir-biridan farq qiladigan barcha tadqiqotlar yagona tartibli tizimga birlashtirildi.

Media lingvistikasining ichki tuzilishi predmetning yaxlit tasavvurini aks ettiradi. Ommaviy axborot vositalari matnlarining barcha tarkibiy qismlari va

darajalari lingvistik va ekstralingvistik omillar uyg'unligida chuqur tahlil qilinadi: media matnlarni yaratish va tarqatish usullarining ularning lingvistik va format xususiyatlariga ta'siri, funksional-janr tasnifi, fonologik, sintagmatik masalalar va stilistik xususiyatlar, talqin qilish xususiyatlari, madaniyatga xos xususiyatlar, g'oyaviy modallik, pragmalingvistik qadriyat. Media lingvistikasining asosiy nazariy asosi ommaviy axborot vositalari matni tushunchasi bo'lib, unda mediamatn ko'p qatlamli, ko'p bosqichli hodisani ifodalovchi lingvistik va media xususiyatlarning dialektik birligi sifatida qaraladi. Ommaviy axborot vositalari nutqining asosiy darajalariga og'zaki matn darajasi, video ketma-ketligi yoki grafik tasvir darajasi, ovozi hamrohlik darajasi kiradi. Turli xillik deb tushuniladi.

Media lingvistikasi uchun muallif o'ziga xos shaxs, uning qarashlari, ijtimoiy mavqei sifatida muhimdir. Tadqiqotchilar tajribasini inobatga olgan holda, biz medialingvistika maktabi doirasida "mualliflik" tushunchasi bilan ishlashni ma'qul ko'ramiz. Qiyosiy tahlilni amalga oshirar ekanmiz, shuni aytish kerakki, nemis tilida modallikni ifodalash usullari, matnning stilistik belgilaridan qat'i nazar, modal fe'llar tizimining semantik salohiyati bilan bog'liq bo'lgan alohida aniqlik bilan tavsiflanadi. Nemischa modal fe'llar - harakatning o'ziga emas, balki harakatga munosabat bildiruvchi fe'llar guruhi.

Shuning uchun nemis tilidagi modal fe'llarning rus tilidagi ekvivalentlari ko'pincha *können*, *brauchen*, tipidagi predikatlar guruhida uchraydi, shuningdek, nemis tilidagi modal predikatlarning o'zbekcha qo'shimchalar va qo'shimchali iboralar bilan semantik o'xshashligi mavjud, *ehtimol*, *bo'lishi kerak*, *majburiy* va boshqalar; masalan: Bu ortiqcha mablag'ni biror joyga investitsiya qilish kerak va Manchester Siti jozibador bo'lishi mumkin bo'lsada, aylanib o'tish uchun futbol klublari yetarli emas. « Bu ortiqcha mablag'ni biror joyga investitsiya qilish kerak va «ManchesterSiti» jozibador bo'lsada, hamma uchun futbol klublari yetarli emas. Shu bilan birga, shuni ta'kidlash kerakki, o'zbek tilidagi ushbu ekvivalentlardan nemis tilidagi modal fe'llardan foydalanish mavzuni nomlamaslik texnikasiga mos

keladi. Ammo nemis tilidagi modal tuzilmalarni o'zbek tiliga mos keladigan modal fe'llar va indikativ kayfiyatdagi fe'llar shaklida tarjima qilish juda mumkin. Shunday qilib, umuman olganda, o'zbek va nemis tillari o'rtasidagi tipologik farqlarga qaramay, umumiy konseptual ma'no saqlanib qolgan.

Medialingvistika tilning media sohadagi faoliyatini o'rganuvchi fan bo'lib, nisbatan yaqinda paydo bo'lgan. U ikki fanning chorrahasida vujudga kelgan, demak, u o'ziga xos xususiyatlarni o'zida mujassam etgan: bir tomondan, lingvistik tadqiqotlar bazasidan foydalansa, ikkinchi tomondan, medialogiyaning umumiy tizimiga kiritilgan. ommaviy axborot vositalarini o'rganish. Uning asosiy toifasi bir qator xarakterli xususiyatlarni o'zida mujassam etgan murakkab va murakkab hodisa bo'lgan ommaviy axborot vositalari matnidir.

Adabiy tilning funksional uslublari til vositalarini ijtimoiy faoliyat sohalarida ma'lum an'ana va qonuniyatlar bo'yicha qo'llash tizimidir. Bu funksional tizimlar ixtisoslashgan til vositalari va ulaming imkoniyatlari majmuini, har bir uslubga xos matniy qurilish xususiyatlarini ham qaror toptiradi. Demak, ommaviy muloqot uslubi ham o'ziga xos tarixiy-ijtimoiy asoslar va an'anasiga, axboriy ko'lam va uni uyushtirish va uzatishning usul va shakllari hamda qonuniyatlariga ega. Uning matniy qurilish usullari va shakllari turfa xil janrlar bilan uzviy bog'liq. Zero, har qanday nutq uslubi muayyan janrlarda ifodalanadi. Ommaviy muloqot uslubi boy janrlar silsilasiga ega bo'lib ulaming har biri o'ziga xos matniy qurilish tartiblari orqali tavsiflanadi. Jumalist dolzarb mavzuni tanlash, ishonchli faktlarni topish va qayta ishlash jaryonida uning maqbul ifoda shaklini ham tanlaydi. Ifodaning bu shakli va uslubi janr hisoblanadi. U jarayon ham jumalist mahoratiga daxldor, chunki nutqiy ifoda qurilishi (kompozitsiya) asosiy maqsadni o'ziga xos rejalashtirish va boshqarish tizimi vazifasini o'taydi.

O'zbek media nutqini radio tili misolida pragmalingvistikaning yuqorida keltirilgan yo'nalishlarida tadqiq etish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Ma'lumki, jahon tilshunosligida ommaviy axborot vositalarining rivojlanishi uning tili va

uslubini o'rganishdek yo'nalishni yuzaga kelishiga sabab bo'ldi. Natijada o'tgan asrning oxirlarida tilshunoslikda medialingvistika tushunchasi vujudga keldi.

Jahon miqyosida olimlar mediamatnlarni o'rganish sohasida radio va televideniya misolida izlanishlar olib borganlar. Radio va teleefir nutqi B.H.Bgajnokov, S.V.Svetana, S.I.Bernshteyn, A.A.Iyontev, O.A.Lapteva, L.L.Sondler, G.N.Ivanova-lukyanova, B.D.Gaymakova, Zarva M.V va boshqa tadqiqotchilar tomonidan turli aspektlarda o'rganilgan.

Medialingvistika yangi tushuncha sifatida ommaviy axborot vositalari, jurnalistika va tilshunoslik fanlari bilan bog'liq holda tadqiqot obyektiga aylandi. Tilshunoslikda mediamatn tushunchasiga turlicha tavsif beriladi. Masalan, G.S.Melnikning fikricha: "mediamatn tushunchasi ostida ommaviy auditoriyaga mo'ljallangan istalgan shakldagi va janrdagi, ya'ni u xoh gazeta maqolasi bo'lsin yoki teledastur, videoklip, reklama xabari yoki bo'lmasa film ko'rinishidagi mediamahsulot tushunilishi"ni ta'kidlaydi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

- 1 Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 151-162 b.
- 2 Tohirov Z.T. Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo'stoni, Choipon NNMIU, 2012. 12-16 b.
- 3 Shoabdurahmonov SH., Asqarova M., Hojiev A. va boshqalar. Hozirgi o'zbek adabiy tili. T.: O'qituvchi, 1990. 7-22 b.
- 4 Toshaliyev I. Hozirgi o'zbek tili uslubiyati. T.: Universitet, 2001. 40 b. 14
- 5 Toshaliyev I. E , Abdusattorov R., Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 14-16 b.
- 6 G'ulomov A., Asqarova M. Hozirgi o'zbek adabiy tili. Sintaksis. T.: O'qituvchi, 1978. 6, 12, 33, 37-bb.