

## MEDIALINGVISTIKANING OMMAVIY AXBOROTDAGI O'RNI

*Teshabaeva Dilfuza*  
*O'zDJTU, Professor*

**Abstrakt:** ommaviy axborot vositalarini o'rganish tilshunoslikning yangi bo'limining aniqlanishini ajratib ko'rsatdi. Medialingvistika ommaviy muloqot tilini o'rganadi. Zamonaviy xorijiy tadqiqotlar lingvistik imperializmni va Jahon ommaviy axborot vositalarining ta'sirini bizning ommaviy axborot vositalarimiz misolida ko'rib chiqiladi.

**Kalit so'zlar:** medialingvistika, ommaviy axborot vositalari tili, ommaviy kommunikatsiya, dunyo surati, lingvistika imperializm, ingliz ta'siri

Ommaviy kommunikatsiyaning jadal rivojlanishi, kommunikativ makonning kengayishi, axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi hisobiga dunyoni mashhur kanadalik sotsiolog G.Maklyuanning fikricha, "jahon qishlog'i"ga aylantirdi - telekanallar, radiostantsiyalar sonining ortib borishi, bosma nashrlarning onlayn versiyalari va internet nashrlarining paydo bo'lishi bilan jahon axborot maydoni paydo bo'ldi. Zamonaviy G'arb va mahalliy tadqiqotchilar til faoliyatining o'ziga xos sohasi sifatida belgilaydilar. Til fanlarini o'rganishga innovatsion yondashuvni talab qiladi. Ommaviy axborot vositalari tilini faol o'rganish va tilshunoslikning yangi bo'limini aniqlash 20-asrning ikkinchi yarmida chet elda boshlandi. 20-asrning oxiriga kelib, medialingvistika ommaviy axborot vositalari tilini o'rganishda yangi mustaqil yo'nalish sifatida o'zini ishonchli tarzda tasdiqladi. Rossiyada bu atama birinchi marta 2000 yilda T.G Dobrosklonskaya tomonidan doktorlik dissertatsiyasida ishlatilgan. Yangi fanning predmeti ommaviy kommunikatsiya tili, ommaviy axborot vositalari tilini o'rganish edi. Tilshunoslikning ushbu yangi tarmog'i zamonaviy darajadagi malakali mutaxassisni tayyorlash imkonini beradi. Agar an'anaviy tilshunoslik uchun asosiy tushuncha yaxlitlik va izchillikka ega og'zaki matn bo'lsa, u holda media matn nafaqat og'zaki darajada, balki boshqa har qanday belgilardan ham foydalanadi. Shunday qilib, ommaviy axborot vositalarining nutqi og'zaki va ekstralingvistik komponentni bir butunga birlashtiradi. Zamonaviy golland olimi T. Van Deyk nutq tushunchasining kengayishi, unga nutqiy vaziyatning shunday omillarini ijtimoiy kontekst sifatida kiritish zarurligi haqida gapiradi, bu esa muloqot ishtirokchilari va ularning xususiyatlari haqida tushuncha beradi; ishlab chiqarish, axborotni tarqatish va idrok etish xususiyatlari, madaniy va mafkuraviy kelib chiqishi va boshqalar [2]. XX asrning 70-yillarida frantsuz sotsiologi A. Mol ommaviy axborot vositalarining paydo bo'lishi bilan jamiyatning madaniy merosiga bo'lgan munosabat o'zgarishini bashorat qilgan edi. Hatto jamiyatda qabul qilingan asosiy ta'lim tizimi ham xuddi shunday rol

o'ynashni to'xtatadi. Oddiy odam uchun u radioda nima eshitishi, televizor yoki kinoda ko'rishi, afishada yoki gazetada o'qishi, hamkasblari va qo'shnilari bilan suhbatdan o'rganishi muhimroqdir, lekin buning yig'indisi emas. oilada, maktabda yoki kollejda olingan bilimlar muhimroqdir. Shunday qilib, shaxsning dunyoqarashi va tuzilishini tashkil etgan avvalgi ozmi-ko'pmi to'liq bilim va qadriyatlar tizimi ommaviy axborot vositalarining doimiy ta'siri ostida bo'lgan o'zgaruvchan munosabatlar majmui bilan almashtiriladi.

Bu shuni anglatadiki, ma'naviy hayotning butun tuzilishi o'zgartiriladi, unda eng yangi ma'lumot vositalari ustunlik qiladi: ijtimoiy tarmoqlar, forumlar va bloglar, televidenie, radio, kino va matbuot (va bizda ular mavjud). hozirgi paytda jamiyatdagi ahamiyatini pasaytiradi). A. Molening bashorati, ba'zi boshqa evropalik mutafakkirlar singari, bugungi kunda amalga oshirilmoqda. Axborotni qayta ishlash va uzatishning kompyuter-kosmik texnologiyalari asosida yaratilgan "ekran madaniyati" dunyo manzarasini shakllantirishning yetakchi vositasiga aylanadi. Uning baynalmilalligi, til to'siqlarining yo'qligi milliy-davlat chegaralarini yo'q qiladi va yagona global axborot makonini shakllantiradi. Yozma og'zaki komponent og'zaki nutq, video ketma-ketligi musiqa, animatsiya va boshqalar bilan to'ldirilishi mumkin. Bularning barchasi har qanday matnni ham, har qanday dasturni ham ko'p qirrali va boshqariladigan bo'lishga imkon beradi (matn va "rasm" to'ldirishi mumkin va hatto olib yurishi mumkin. qarama-qarshi yoki noto'g'ri ma'lumotlar - talqin, sharh, ikki tomonlama standartlar siyosati). Shunday qilib, bir ma'noli va bir yo'nalishli axborot oqimi o'rniga, media diskursi boyib ketdi va shu bilan birga ma'naviy jarayonlarning oqimi va mazmuniga, bilim shakllarini egallashga ta'sir qila boshladi. Faylasuflar yuqori texnologiya va insoniyat davrida o'z qobiliyatlari va ijodini rivojlantirishga intiladigan ko'p qirrali madaniyat odamiga aylanishiga umid qilishgan. E. Fromm o'zining XX asr G'arb jamiyatiga bag'ishlangan "To bor yoki to be" nomli mashhur asarida jamiyat va uning ishlab chiqaruvchi kuchlarini rivojlantirish uchun qadriyatlar ustuvorligini o'zgartirish zarurligini yozgan. "To have" so'zi "to be" ni berishi kerak. Ammo, afsuski, ommaviy madaniyatning g'alabasi tufayli jamiyatning ma'naviy asoslari buziladi, u boshqa narsalar qatorida jahon ommaviy axborot vositalari, o'yin-kulgiga sig'inish, kontrmadaniyat harakatlarining turli xil variantlari orqali tarqaladi. Axborot jamiyatida dunyo manzarasining shakllanishi deyarli butunlay ommaviy axborot vositalariga bog'liq. Tasvirlar va talqinlar, takrorlanadigan ommaviy axborot vositalari, yangiliklar matnlarining global klişesi mutaxassisdan voqealarni har xil ko'rinishda aks ettirishni va dunyoning axborot manzarasini dinamikada va shu bilan birga tizimli va barqaror tartibdagi mantiqiy va barqaror ko'rinishni talab qiladi. tematik havolalar. Axborot tashkiloti makonining milliy va madaniy o'ziga xosligi ega bo'lishi kerak, nafaqat mazmun darajasida namoyon bo'ladi. Mahalliy va ingliz tilidagi ommaviy axborot vositalarini (AQSh, Buyuk Britaniya) taqqoslash sizga mavzularni tanlashdagi

o'xshashlikni ham, farqlarni ham ko'rish, Rossiya media bozorining ustuvor yo'nalishlari bilan tanishish imkonini beradi. Mutaxassis sharh berishi, ma'lum bir axborot muhitini yaratishi kerak. Mashhur italyan jurnalisti J.Kyeza shunday yozgan edi: "Faktlar fondan boshqa narsa emas, asosiysi sharhdir". Medialingvistika sizga media tasvirlarini yaratishda lingvistik texnologiyalar bo'lgan voqealarni media talqinining qanday mexanizmini o'rganish imkonini beradi.

Yana bir zamonaviy media tadqiqotchisi professor O.Boyd-Barret media imperializmni ma'lum bir mamlakatdagi ommaviy axborot vositalarining mulkiy huquqlari, tuzilishi, taqsimoti va mazmuniga boshqa, media iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar tomonidan sezilarli ta'sir ko'rsatadigan holat sifatida ta'riflaydi. Va ta'sir assimetrik, nomutanosib va bir tomonlama [1: 251]. Xullas, bu jarayon milliy mediamahsulotning ichki bozordagi ulushining qisqarishi bilan kechayotganini hatto G'arb olimlari ham qayd etishmoqda. Shunday qilib, medialingvistika bizga ommaviy axborot vositalaridagi umumiy til holatini baholashga o'rgatadi. Anglo-Amerika ommaviy axborot vositalarining til darajasiga kuchli ta'siri lug'at darajasida hamma uchun ayon bo'lib, rus tilshunoslarining ko'plab ishlari ingliz tilidan qarz olish muammosiga bag'ishlangan. Ammo ko'pgina ommaviy axborot vositalari matnlari ushbu lug'atdan asossiz foydalanadi, u ko'pincha begona sifatida qabul qilinadi, ba'zida umumiy inklyuziya tushunchasiga mos kelmaydi. Ommaviy aloqa manziling hisobi, uning tushunarsiz yoki hatto zerikarli so'zlarga bo'lgan munosabati prognozi zarur. Rus tilini himoya qilish va milliy madaniyatni saqlash har bir insonparvarlik mutaxassisining kasbining o'ziga xos xususiyatidan qat'i nazar, vazifalaridan biri bo'lishi kerak. Axborot urushlari va mojarolari sharoitida ishlayotgan ikki tomonlama standartlar siyosati jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi mutaxassislardan, jurnalistlardan ham format va mazmun darajasida, ham o'z mamlakati va jamiyati maqsadlari uchun ishlashni talab qiladi. til, chunki gap o'zaro yo'naltirilgan ta'sir haqida emas, balki ingliz tilidagi media matnlarning ham global axborot makoniga, ham Qozog'iston media landshaftiga ustun ta'siri haqida bormoqda. nutqning intonatsion tomoni televizion nutqda ingliz ta'siriga duchor bo'ldi. Ingliz tilidagi nutqning ortib borayotgan intonatsiyasi odatda faol qiziqish, dialog o'tkazishga tayyorlik bilan bog'liq. Ko'pgina teleboshlovchilar Larri King yoki boshqa mashhur G'arb televideniyesi yulduzlariga taqlid qilib, o'z nutqlarida bu ko'tarilgan intonatsiyani takrorlaydilar. Ammo rus tilida turli xil so'zlashuv turlari bilan bog'liq etti intonatsion konstruktsiya mavjud va yuqoriga ko'tarilgan intonatsiya savolni, xabarning to'liq emasligini, hayratni, qayta intervyu va hatto sherikning hisobotini ifodalashi mumkin. Intonatsiya talaffuzdagi tematik munosabatlarni, asosiy va ikkilamchi iboralarni va boshqalarni o'tkazishi mumkin, shu bilan maqsadsiz foydalanishda ommaviy aloqa manzili tomonidan nutqning ma'nosini idrok etishni kuchaytiradi yoki yo'q qiladi. Chet tilidagi vositalardan asossiz nusxa ko'chirish tomoshabinlar, ayniqsa uzoqdagi bilan



aloqani buzishi mumkin. Yangi fan uning paydo bo'lishi va tilshunoslikning mustaqil bo'limiga bo'linishining nazariy asoslari va umumiy asoslarini o'rganadi. U lingvistik jarayonlar dinamikasida ommaviy axborot vositalarining roli va ommaviy axborot vositalarining funktsional-stilistik holatini o'rganadi, media matnlarning asosiy turlarini, ularning tuzilishi va dinamikasini o'rganadi, yangiliklarning lingvistik-format xususiyatlarini tahlil qiladi, axborot-tahliliy, jurnalistik, reklama matnlari va madaniyatlararo muloqotning media matnlarini o'rganadi.

### Adabiyotlar ruyxati:

1. Boyd-Barret O. Media Imperialism: Towards an international framework for an analysis of media systems. Ch. 5 in Mass Communication and Society. London, 1997.
2. Dyke Teun van. Language. Cognition. Communication. B.: BGK by I.A. Baudouin de Courtenay, 2000.
3. Dobrosklonskaya T.G Medialinguistics: a systematic approach to learning language of the media: a modern English media outlet. M.: Flint: Science, 2008.
4. Kostomarov V.G. Language taste of the era. Analysis of speech practice mass media. M., 1993.
5. Chiesa D. From the side of the best // Novaya Gazeta. № 11, 1997.
6. Lapteva O.A. Live Russian speech from the TV screen. M., 2000.