

MEDIA LINGVISTIKASINING TILSHUNOSLIKDAGI O'RNI, MAQOMI VA TAVSIFI

Anorjonova Zulfizar Mirfoziljon qizi

Andijon davlat chet tillari instituti magistranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada “Ommaviy axborot vositalari” (OAV) va “tilshunoslik” terminlari o‘rtasidagi munosabat asosida vujudga kelgan zamonaviy tilshunoslik yo‘nalishlaridan hisoblangan “Media lingvistikasi” haqida gap boradi. Xususan, “Media lingvistikasi”ning ichki tuzilishi, bugungi kundagi ijtimoiy mavqeyi va boshqa yo‘nalishlar bilan mavjud o‘zaro a‘loqalari tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: Ommaviy axborot vositalari, Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, Media lingvistikasi, medialogiya tizimi.

“Ommaviy axborot vositalari” (OAV) 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 [1].

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 [2].

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, pragmlingvistik 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, ovozli 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, ingliz 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. Inglizcha modal fe’llar - harakatning o’ziga emas, balki harakatga munosabat bildiruvchi fe’llar guruhi. Shuning uchun ingliz tilidagi modal fe’llarning rus tilidagi ekvivalentlari ko’pincha can, need, required, tipidagi predikatlar guruhida uchraydi, shuningdek, ingliz tilidagi modal predikatlarning o’zbekcha qo’shimchalar va qo’shimchali iboralar bilan semantik o’xshashligi mavjud, ehtimol, 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 [3].

Shu bilan birga, shuni ta’kidlash kerakki, o’zbek tilidagi ushbu ekvivalentlardan ingliz tilidagi modal fe’llardan foydalanish mavzuni nomlamaslik texnikasiga mos keladi. Ammo ingliz 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 ingliz tillari o’rtasidagi tipologik farqlarga qaramay, umumiy konseptual ma’no saqlanib qolgan.

Xulosa o’rnida shuni ta’kidlash kerakki, 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. Uning asosiy toifasi bir qator xarakterli xususiyatlarni o’zida mujassam etgan murakkab va murakkab hodisa bo’lgan ommaviy axborot vositalari matnidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Dobroslonskaya T.G. Media lingvistikasi nazariyasi va usullari. – Moskva, 2000.
2. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты (англицизмы в русском языке). – Л., 1978. 152 с.
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-diskursa-v-ramkah-medialingvistiki>

