



## MEDIAMAKONDA MENTALLIK KATEGORIYASI

*Isakova Dilafruz Faxridinovna*

[dilyafruzisakova@gmail.com](mailto:dilyafruzisakova@gmail.com)

*Uzbek State World Languages University teacher*

**Annotasiya:** *Ushbu maqolada zamonaviy media makonida mentallik kategoriyasining shakllanishi, o'zgarishi va ijtimoiy ongga ta'siri tahlil qilinadi. Globalizatsiya va raqamli kommunikatsiya sharoitida mentallik tushunchasining o'ziga xos jihatlari, ayniqsa ommaviy axborot vositalari orqali tarqatilayotgan axborotlar orqali qanday tarzda o'zgarayotgani ko'rib chiqiladi. Maqolada shuningdek, milliy identitet, an'anaviy qadriyatlar va zamonaviy media diskurslari o'rtasidagi o'zaro aloqalar yoritiladi. Media orqali shakllanayotgan ijtimoiy ong va tafakkur o'zgarishlarining tahlili orqali, mentallikni axborot makonida aks ettirishning ijtimoiy-psixologik jihatlari asoslab beriladi. Tadqiqot natijalari mediamakonda milliy o'zlik va ijtimoiy qadriyatlarning uyg'unligini saqlab qolish zaruratini asoslaydi.*

**Kalit so'zlar:** *mediamakon , mentallik , mentalitet , ommaviy axborot vositalari , madaniyat.*

**Absract:** *This article analyzes the formation, change and impact of the category of mentality in the modern media space. In the context of globalization and digital communication, the specific aspects of the concept of mentality are examined, especially how it is changing through information disseminated through the media. The article also highlights the interrelationships between national identity, traditional values and modern media discourses. Through the analysis of changes in social consciousness and thinking formed through the media, the socio-psychological aspects of reflecting mentality in the information space are*



*substantiated. The results of the study substantiate the need to maintain the harmony of national identity and social values in the media space.*

**Keywords:** *media space, mentality, mental set up, media, culture.*

Ma'lumki, ommaviy axborot vositalarining jamiyat uchun asosiy funksiyalaridan biri bu ommaviy axborot vositasini mamlakat ichidagi va xorijdagi voqealar to'g'risida xabardor qilish, doimiy ravishda malum bir yangiliklar oqimini ushlab turishdir.

Zamonaviy OAV tilini har jihatdan talqin qilgan professor G. Ya Solganikning fikriga ko'ra ommaviy axborot vositalari sohasining inson ongiga tasiri shubhasizdir, shuning uchun "jamiyatda, madaniyatda, siyosatda, mafkurada sodir bo'layotgan jarayonlarni hisobga olgan holda, yangi sharoitda ommaviy axborot vositalari tilining rolini chuqur anglash zarurati mavjud.

Til va madaniyat o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni talqin qilib Bakieva G. H. hamda Teshaboeva D. M. lar quyidagi fikrni bildirdi: " Har bir halq muayyan geografik hududda yashaydi, iqlimi, landshafti va boshqa xususiyatlariga ko'ra boshqa halqlardan farq qiladi. Mana shu omillar birligi boshqalardan farqli dunyoqarashi shakllantiradigan mentalitetni vujudga keltiradi. Til ham bu jarayonda ishtirok etib , bir tomondan, ta'sirga uchraydi, boshqa tomondan esa , odatiy muhitdan tashqarida sodir bo'layotgan voqealarga nisbatan til reaksiyasini shakllantiradi".

Til va madaniyat o'zaro chambarchas bog'liqligini o'rganib, o'z ishlarida yoritgan yana bir rus tadqiqotchisi T. V Jarkovanning nazarida til milliy madaniyatning tarkibiy qismi, odamlarni aniqlash vositasi, madaniy qadriyatdir. U manaviy madaniyatni to'playdi va shu bilan birga xalqning urf-odatlari, dunyoqarashini aks ettiradi. Madaniy qadriyatlarning shakllanishi va ona tilida



so‘zlashadigan keyingi avlodlarning xulq-atvor taktikasi ko‘p jihatdan tilning qanchalik toza bo‘lishiga bog‘liq. "Hozirgi paytda ommaviy axborot vositalari mentalitetga, qadriyat tizimiga va tildan foydalanish normalariga global tasir ko‘rsatish vositasidir", shuning uchun "ommaviy axborot vositalarida kuzatilayotgan adabiy meyorlarning buzilishi spikerlarning nutq madaniyati darajasiga tasir qiladi".

Qadriyatlar mavjud madaniyatning elementlari sifatida inson xatti-harakatining asosiy meyorlari rolini o‘ynaydi va insonning dinamik motivasiya tizimining eng muhim elementlaridir.

"Til madaniyatdan tashqarida mavjud bo‘la olmaydi, yani u ijtimoiy meros qilib olingan hayot tarzimizni belgilovchi amaliy ko‘rinishlar va g‘oyalar to‘plami" dan iborat ekanligi F. Humboldt tomonidan qayta qayta takidlab o‘tilgan.

I.V.Annenkova fikricha, bugungi kunda ommaviy axborot vositalarida juda katta obro‘ga ega va ommaviy axborot vositalari orqali (ma‘lum voqealar va dalillarni taqdim etgan holda) ommaviy auditoriya uchun dunyo manzarasini shakllantiradi, bu esa tomoshabinlarga iloji boricha taqdim etiladi. Shunday qilib, ommaviy axborot vositalarining ustuvor ahamiyati tufayli ular va ular tomonidan tashkil etilgan nutq "zamonaviy odamlar hayotida madaniyatni shakllantiruvchi omilga" aylanadi.

G. Ya. Solganikning so‘zlariga ko‘ra, "ommaviy axborot vositalari tili adabiy til bilan bir xil emas. Barcha funksional uslublar bilan o‘zaro aloqada bo‘lish, amaldagi ko‘rsatmalarga muvofiq ularning birliklarini assimilyasiya qilish va tozalash, ommaviy axborot vositalari zamonaviy tilda ro‘y berayotgan muhim jarayonlarni aniqlaydigan yangi haqiqatni yaratadi. OAV tili milliy va adabiy til o‘rtasidagi o‘ziga xos ko‘prikdir."



Madaniyat mutaxassisi N.B. Kirillova takidlaganidek, "biz ommaviy axborot vositalari dunyosida yashayapmiz - ommaviy kommunikasiyalarning kengayib borayotgan tizimi, "malumot portlashi" (kanadalik sosiolog Marshall Mak Luyuean tomonidan belgilanadi), uning asosiy xususiyatlari tasodifiylik, cheksizlik va ko'plikdir. Shu munosabat bilan bizning ijtimoiy aloqalarimiz va post-zamonaviy shaxsiyat modellari yanada murakkablashmoqda va bizni yana bir bor "ommaviy axborot vositalarini tushunish" ga qaytishga majbur qilmoqda.

Mediya nutqining tuzilishi va mazmuni turli xil maktablar va yo'nalishlar: sosiologiya nuqtai nazaridan, pragmatika, semiotika, psixolingvistika, funksional stilistika, diskursiv tahlil, tarkibiy tahlil, kognitiv tilshunoslik, lingvokulturologik va boshqalar doirasida o'rganildi.

Ommaviy axborot vositalari madaniyati, xususan, uning ajralmas tarkibiy qismi - jurnalistika uchun "o'zi va jamiyat uchun yangi mavzularni, shuningdek, jamoat, xususiy shaxslar va muassasalar faoliyatining aspektlarini ishlab chiqish" eng muhim vazifa hisoblanadi. Matbuotda mavjud bo'lgan vositalar ro'yxati doimiy ravishda to'ldirilib, qayta ko'rib chiqilishi, yangilanishi, mavjud til normalari tizimiga kiritilishi kerak. Yangilikning rivojlanishi hodisaga nom bera oladigan va ushbu nomni matnda izohlangan keng aksiologik, pragmatik va sintagmatik birikmalarga kirita oladigan til modellarini izlash bilan bog'liq".

OAV ning millat mentalitetiga tasirini o'rganar ekan, E. B. Neshinaning fikriga ko'ra ommaviy axborot vositalari "dunyoning jurnalistik surati" deb nomlanuvchi haqiqatning o'ziga xos ko'rinishini yaratadi. Jurnalistlar ommaviy ongni rivojlantirishga qaratilgan va malumotni har bir ona tilida gaplashadigan har bir kishi tushunadigan darajaga etkazishadi. Ularni kundalik ongning dunyoqarashi stereotiplarining manbai, shu jumladan boshqa mamlakat mentalitetini shakllantirish vositasi sifatida ko'rib chiqish mumkin.



OAV tilini har tomonlama o'rgangan, xususan lingvokulturologik tahlil qilgan D. M. Teshaboeva quyidagicha fikr bildiradi: "Mentalitet- bu ommaviy axborot vositalarining etakchi xususiyati, sodir bo'lgan voqealarni baholashdagi muayyan stereotiplar va ananalarga sodiqlikdir. Tilning hozirgi holati jamiyatning barcha sohalarida yuz berayotgan tub o'zgarishlarning tasiri ostida yuz beradigan o'zgarishlar bilan tavsiflanadi. Bu borada ommaviy axborot vositalarining barcha turlari alohida rol o'ynaydi".

Axborotlashgan jamiyat sharoitida madaniy va lingvistik tasir ommaviy aloqa kanallari orqali eng faol amalga oshirilmoqda.

S. I. Smetanina OAV matnini aniqlamaydi, balki uni madaniy tizimda tahlil qilib shunday fikr bildiradi: "Manaviy impulslar va inson faoliyatining moddiy sohasi, jamiyatni rivojlantirish tamoyillari to'g'risida malumot manbaidir"

D. M. Teshaboevaning fikriga ko'ra tahririyat faoliyat yo'nalishini ko'rsatishda mentalitet ham hal qiluvchi rol o'ynaydi. O'zbekiston ommaviy axborot vositalarida milliy mentalitetni aks ettirishning asosiy mezonini axloqiy masaladir. OAV matnlarida salbiy va ifodali iboralar, jargon deyarli yo'q.

G. X. Bakieva va D. M. Teshaboeva o'z tadqiqotlarida : "Ko'rinadiki tilni tadqiq qilib, mentalitetni o'rganish mumkin. Mentalitet milliy fikrlash tarzining madaniy jihatdan asoslangan ko'rinishi hisoblanadi. Biz kundalik hayotimizda shunday odatlar, shunday til shakllariga duch kelamizki, ular bizni boshqa halqlar tomonidan dunyoni o'zgacha qabul qilish tarzi, boshqa millatlarga xos betakror xususiyatlarga ro'baro etadi. Ko'pincha biz o'z mental odatlarimizni boshqalarniki bilan solishtirganimizdagina boshqa millatlar bilan farq qilishini sezib qolamiz" degan xulosaga keladilar.



### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. Teshabaeva D. M. “Mental’nost’ yazyka v mediaprostranstve” Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki. Vyp. 2 (818) / 2019
2. Solganik G. Ya. “O strukture i vazhneyshikh parametrx publitsisticheskoy rechi (yazyka SMI)” // Yazyk sovremennoy publitsistiki. Moskva, 2005. B. 13–30.
3. Zharkova T. V. Yazyk SMI kak pokazatel’ rechevoy kul’tury sovremennogo obshchestva // Nauchnye trudy SWORLD. 2013. № 4. B. 75–79.
4. Gumboldt V. fon. Izbrannye trudy po yazykoznaniyu. – M.: Progress. – b. 193.
5. Annenkova I. V. O mediaritorike kak chastnoy ritorike yazyka SMI // Stilistika zavtrashnego dnya. Sbornik statey k 80-letiyu professora Grigoriya Yakovlevicha Solganika. – M.: MediaMir, 2012. – B. 11–18.
6. Smetanina S. I. Media-tekst v sisteme kul’tury (dinamicheskie protsessy v yazyke i stile zhurnalistiki kontsa XX veka): nauch. izd. SPb.: Izd-vo Mikhailova V. A., 2002. – B. 35.
7. Bakiyeva G., Teshaboyeva D. Mediamakonda matn. – Toshkent, 2019. – B. 179–180.
8. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyy podxod k izucheniyu yazyka SMI. Moskva, 2008. – B. 175.