



ЗАМОНАВИЙ МЕДИА ТИЛИГА НАЗАРИЙ ҚАРАШЛАР

Ёдгорова Зебо Ғаффоровна

Қарши Давлат Университети, Ўқитувчи

Ҳозирги даврда замонавий инсонлар олами медиа воситалари орқали англайди. Шунинг билан бирга, медиамаконда тилнинг имкониятлари кенглигини у орқали дунёда содир бўлаётган воқеа ҳодислари ёритилиши, аудиторияга миллий маданиятни синдириш, тил менталлиги масалаларини коммуникацион вазиятда воқеаланишини ўзида мужассам қилади. Зеро, ягона медиа майдонида барча ахборотларни қабул қилувчилар оммавий аудитория ҳисобланганлиги учун ҳам уни тарқатиш коммуникатив жараён сифатида баҳоланади.

Албатта, жамиятда тил коммуникация воситаси сифатида ахборот узатиш орқали, оммага дунёни англаш, дунё қарашни шакллантириш, хулоса чиқариш каби хусусиятлар сиёсий ижтимоий, иқтисодий, маданий ахборотни ёритиш негизида олиб борилади.

Бутун дунёда ҳозирда юз бераётган воқеаларни тил бирликлари орқали ёритиш, англаш нафақат журналистиканинг услубий кўриниши шунингдек, унинг баъзи муҳим тил хусусиятларини белгилайди. Зеро, тилнинг барча шакллари, функциялари ва мавжудликнинг барча босқичларида узвий боғлиқлиги билан жамият ҳаёти ва фаолиятининг барча соҳаларида хилма-хил равишда қайд этилади.

Биз ҳар бир даврда бўлгани каби, ҳар бир жамият, ҳар бир маданият ўз медиаси, бу борада ўз тажрибаси ва аудиторияга ахборот узатишда ўз модели, ўз тили (миллий)га эгаллиги ҳамда ундан фойдаланиши тилнинг, жамиятнинг қадриятлари, менталитети билан боғлиқ деган ғояни илгари сурамыз. Ахборотнинг мавжудлиги медиа тилининг шаклланишида устувор аҳамиятга эга. Маълумки, ахборот узатишда тилдан фойдаланувчи(журналист) – аудитория(омма)нинг этник белгиси, менталитети, миллий-маданий қадриятлари, дунёқараши ва руҳияти каби хусусиятларини инобатга олади. Шу боис ҳам, ахборот оқимини бошқариш, қайта ишлаш, узатиш каби экстралингвистик воситалар негизида медиа лисоний тизими ҳамда ушбу тизимда акс этувчи миллий-маданийлик тамойили бизнинг ишимизнинг объекти сифатида белгиланмоқда.

ОАВ имкониятларининг кенглиги уларнинг фаолияти ва тараққиёти, ахборот орқали аудиторияга таъсирини ҳар томонлама чуқур ўрганишни талаб этади. ОАВ ахборот орқали билим тарқатувчи сифатида ҳам қаралади. ОАВда ахборот алмашинуви учун фақат тил хизмат қилмайди. Ахборотни, шунингдек, новербал воситалар, тасвирлар орқали ҳам олиш мумкин.





“Ахборот” тушунчаси кенг қамровда қўлланилиб, журналистнинг аудитория билан қилинадиган мулоқот қуроли сифатида эътироф этилади. Мазкур мулоқот усули турли жанрларга бўлинади ҳамда ушбу шакллар орқали тартибланади. Айнан ахборот термини аниқ бир жанр сифатида шаклланиб улгурган⁴². Зеро, «Дунё ахборот ичида яшайди, дунё ахборот уммонида мавжуд. Дунё ахборотдан ташқарида мавжуд бўлолмайди, зеро, ахборотнинг борлиги – дунёнинг борлиги, ахборотнинг йўқлиги – дунёнинг ҳам, ҳаётнинг ҳам йўқлиги демакдир»⁴³.

“Ахборот бу – асраш, узатиш, ўзгартириш объекти бўлиб хизмат қилувчи маълумотлардир”⁴⁴. ОАВхилма-хил мазмундаги ахборотларни кенг оммага етказиб берувчи воситалар – даврий матбуот, радио, телевидение ва ҳ.к. умумлашма номидир⁴⁵.

Тил – бу “мавхум тизим эмас, балки ҳар доим махсус контекстда жойлаштирилган. Бу муайян контекстларда ва вазиятларда коммуникатив эҳтиёжлардан ривожланадиган бир қатор амалиётлар сифатида қаралиши мумкин. Тилнинг ҳар бир қисми бирон бир мақсадга эга”⁴⁶ ягона медиа майдонида барча ахборотларни қабул қилувчилар оммавий аудитория ҳисобланганлиги учун ҳам уни тарқатиш коммуникатив жараён сифатида баҳоланади.

Бугунги кунда ОАВлар тили илмий тадқиқотларнинг истиқболли соҳасидир⁴⁷. Маҳаллий тилшуносликда ушбу тадқиқот соҳаси энг нуфузли ва, айни пайтда, энг муаммоли илмий йўналишлардан бири – медиа тилшунослиги бўлиб, унинг вазифаси оммавий ахборот воситаларида тилдан фойдаланишнинг турли жиҳатларини мажмуавий ўрганиш ҳисобланади⁴⁸. Ҳар бир жамият, ҳар бир даврда бўлгани каби, ҳар бир маданият ўз медиаси, ўз тажрибаси ва ўзаро мулоқот қилиш модели ва ўз тилига эга.

Медиа муҳит “хатти-ҳаракатлар стратегияси, истаклар, сезувчанлик, қарашлар тузилиши”ни юзага келтиради⁴⁹. Медиа кундалик тузилмаларга ўз тартиби, ўз онг модели, билим ва ҳодисалар мантиғи, ўз вақт ва макон кўламини қатъий киритиб, ўз параметрларини ижтимоий воқелик ва инсоннинг ўзига юклайди.

Оммавий ахборот нашри қабул қилувчи (ўқувчи) олдида профессионал бўлмаган қабул қилувчи томонидан идрок этиш даражасида изчил матн ҳосил қилмайдиган мустақил материаллар тўплами сифатида гавдаланади. Аслида,

⁴² Прохоров Е.П. Введение в журналистику. – М. 1978, – С.12.

⁴³ Дўстмухаммад Х. Ахборот – мўъжиза, жозиба, фалсафа. – Т.: Янги аср авлоди, 2013. – Б. 20.

⁴⁴ Теория информации // Сборник рекомендуемых терминов. Вып.64. – М., 1964. –С.-5.

⁴⁵ Ўзбек тилининг изоҳли луғати. III - жилд. -Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2007. –Б.123.

⁴⁶ Page R., Barton D., Unger J. W., Zappavigna M. 2014. Researching Language and Social Media. London and New York: Routledge, 202. (in English).P.28.

⁴⁷ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., Флинта: Наука, 2008.;

⁴⁸ Добросклонская Т.Г. 2000. Теория и методы медиалингвистики: На материале ан-глийского языка. Дис. ... доктора филологических наук. М., 368.

⁴⁹ Савчук В.В. Объективной информации нет, не было и не будет! URL: <https://lenizdat.ru/articles/1070177>. (дата обращения: 2 марта 2017).





ҳар қандай босма орган ва ҳар қандай оммавий коммуникациялар материаллари барча бутун тизим каби асосий сўзлар ҳамда ижобий ва салбий аҳамиятга эга (“рамзий соябон” деб аталади)⁵⁰тоифалар тизимига бирлашган ва ўз-ўзидан ахборотлар ёки алоҳида мулоҳазаларишора ва бирикмалар тизими орқали талқин этилади. Шунинг учун оммавий ахборот воситалари ушбу оммавий ахборот тизимида қабул қилувчи томонидан танқид қилинмайди. Юқорида айтиб ўтилганидек, замонавий газеталарнинг тили прагматик таҳлил учун беками-кўст материал ҳисобланади, чунки оммавий коммуникациялар воситаси маълум даражада ижтимоий вазиятга қараб тил ресурсларини танлайдиган инсоннинг нутқий хулқ-атворини моделлаштиради.

Юқорида айтилганларнинг барчаси газета тилида учрайдиган нутқ ҳаракатларига ундайдиган коммуникатив-прагматик таркибий қисмнинг ўзига хос хусусиятини шакллантиради, уларнинг шахсий барқарор хусусиятлари (ёши, маълумоти, тарбия даражаси, хулқ-атворини белгилайдиган коммуникантларнинг ўзаро шахсий ва коммуникатив муносабатлари каби турли хил вазиятдаги параметрлари (расмийлик/ норасмий мулоқот, коммуникантларнинг танишиш даражаси, мулоқотга қизиқиш ва келишувга эришиш, бўйсунувчанлик, сўзлашувчи ва адресатнинг жисмоний ҳолати, бағрикенглик ёки низоли ҳолатларда мулоқотни ривожлантириш) бундай омилларнинг таъсирини сезиларли даражада камайтиради⁵¹.

Функционал-семантик ёндашув тил пайдо бўлиши, нутқ ва уларнинг маънолари шаклланиш нуқтаи назаридан кўриб чиқилганда аниқ ва яширин воситалар тўплами билан ифодаланган рағбатлантирувчи модалликнинг кўп қиррали таркиб режаси намоён бўлишига ёрдам беради. Тиллараро қиёсий таҳлил, ўз навбатида, “бир турдаги вазиятни турли тиллар орқали тасвирлаш усуллари”⁵²ни кўрсатувчи нафақат “универсал типологик экспликаторларнинг модал аҳамиятга эга истагини, балки дунёдаги тил манзарасининг идеоэтник (миллий ўзига хос) хусусиятларини ҳам аниқлашга ёрдам беради”⁵³.

Бироқ, медиа доирасида шаклланган тилнинг хусусиятларини англаш нафақат, медиа сўзини ишлаб чиқариш ва тарқатиш усуллари ҳақида, балки бугунги кунда жамият ҳаётида қандай роль ўйнаши ҳақидаги саволга жавоб топиш билан ҳам боғлиқ.

⁵⁰Зятькова, Л. Я. Точка зрения и прагматическая установка в газетных статьях // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингв. чтения, 2002: матлы ежегодной регион. конф. 1–2 февраля 2002. – Екатеринбург, 2002. – № 15. – С. 53–54.

⁵¹Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2003; Palmer, F. R. Modality and the English Modals. – London and New York: Longman Group Ltd., 1979. – P. 13.

⁵²Гак, В. Г. Сопоставительные исследования и переводческий анализ // Тетради переводчика. – М., 1979. – Вып. 16. – С. 17.

⁵³Ранинен А. А. Категория модальности на страницах газет как объект анализа языка СМИ. Вестник югорского государственного университета. 2011 г. Выпуск 1 (20). С. 90.





АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Гак, В. Г. Сопоставительные исследования и переводческий анализ //Тетради переводчика. – М., 1979.
2. ДобросклонскаяТ.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., Флинта: Наука, 2008.;
3. Добросклонская Т.Г. 2000. Теория и методы медиалингвистики: На материале ан-глийского языка. Дис. ... доктора филологических наук. М., 368.
4. Дўстмуҳаммад Х.Ахборот – мўъжиза, жозиба, фалсафа. – Т.: Янги аср авлоди, 2013.
5. Зятькова, Л. Я. Точка зрения и прагматическая установка в газетных статьях // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингв. чтения, 2002: матлы ежегодной регион. конф. 1–2 февраля 2002. – Екатеринбург, 2002. – № 15.
6. Иссерс, О. С. Коммуникативныестратегииитактикирусскойречи. – М., 2003;
Прохоров Е.П.Введение в журналистику. –М.1978.
7. Ранинен А. А. Категория модальности на страницах газет как объект анализа языка СМИ. *Вестник югорского государственного университета.* 2011 г.
8. Савчук В.В. Объективной информации нет, не было и не будет! URL: <https://lenizdat.ru/articles/1070177>. (дата обращения: 2 марта 2017).
9. Теория информации // Сборник рекомендуемых терминов. Вып.64. –М., 1964.
10. Ўзбек тилининг изохли луғати. III - жилд. -Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2007.
11. Page R., Barton D., Unger J. W., Zappavigna M. 2014. *Researching Language and Social Media.* London and New York: Routledge, 202. (in English).
12. Palmer, F. R. *ModalityandtheEnglishModals.* – LondonandNewYork: LongmanGroupLtd., 1979.