

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI FANLAR AKADEMIYASI
MINTAQAVIY BO‘LIMI
XORAZM MA’MUN AKADEMIYASI**

XORAZM MA’MUN AKADEMIYASI AXBOROTNOMASI

Axborotnoma OAK Rayosatining 2016-yil 29-dekabrdagi 223/4-son qarori bilan biologiya, qishloq xo‘jaligi, tarix, iqtisodiyot, filologiya va arxitektura fanlari bo‘yicha doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan

**2025-1/4
Xorazm Ma’mun akademiyasi axborotnomasi
2006 yildan boshlab chop qilinadi**

Xiva-2025

Bosh muharrir:*Abdullayev Ikram Iskandarovich, b.f.d., prof.***Bosh muharrir o'rinbosari:***Hasanov Shodlik Bekpo'latovich, k.f.n., k.i.x.***Tahrir hayati:**

<i>Abdullayev Ikram Iskandarovich, b.f.d., prof.</i>	<i>Najmeddinov Axmad Raxmatovich PhD, dotsent</i>
<i>Abdullayeva Muborak Maxmusovna, b.f.d., prof.</i>	<i>Pazilov Abduvayit, b.f.d., prof.</i>
<i>Abduhalimov Bahrom Abduraximovich, t.f.d., prof.</i>	<i>Razzaqova Surayyo Razzoqovna, k.f.f.d., dos.</i>
<i>Agzamova Gulchexra Azizovna, t.f.d., prof.</i>	<i>Ramatov Bakmat Zaripovich, q/x.f.n., dos.</i>
<i>Aimbetov Nagmet Kalliyevich, i.f.d., akad.</i>	<i>Raximov Raxim Atajanovich, t.f.d., prof.</i>
<i>Ametov Yakub Idrisovich, b.f.d., prof.</i>	<i>Raximov Matnazar Shomurotovich, b.f.d., prof.</i>
<i>Babadjanov Xushnut, f.f.n., prof.</i>	<i>Raximova Go'zal Yuldashovna, f.f.f.d., dos.</i>
<i>Bobojonova Sayyora Xushnudovna, b.f.n., dos.</i>	<i>Ro'zmetov Baxtiyar, i.f.d., prof.</i>
<i>Bekchanov Davron Jumanazarovich, k.f.d.</i>	<i>Ro'zmetov Dilshod Ro'zimboyevich, g.f.n., k.i.x.</i>
<i>Buriyev Xasan Chutbayevich, b.f.d., prof.</i>	<i>Ruzmetov Davron Ibrogimovich, PhD</i>
<i>Gandjayeva Lola Atanazarovna, b.f.d., k.i.x.</i>	<i>Sadullayev Azimboy, f-m.f.d., akad.</i>
<i>Davletov Sanjar Rajabovich, tar.f.d.</i>	<i>Salayev San'atbek Komilovich, i.f.d., prof.</i>
<i>Durdiyeva Gavhar Salayevna, arx.f.d.</i>	<i>Saparbayeva Gulandam Masharipovna, f.f.f.d.</i>
<i>Ibragimov Baxtiyor To'laganovich, k.f.d., akad.</i>	<i>Saparov Kalandar Abdullayevich, b.f.d., prof.</i>
<i>Izzatullayev Zuvayd, b.f.d., prof.</i>	<i>Safarov Alisher Karimjanovich, b.f.d., dos.</i>
<i>Ismailov Is'haqjon Otabayevich, f.f.n., dos.</i>	<i>Sirojov Oybek Ochilovich, s.f.d., prof.</i>
<i>Jumaniyozov Zoxid Otaboyevich, f.f.n., dos.</i>	<i>Sobitov O'lmasboy Tojxmedovich, b.f.f.d., k.i.x.</i>
<i>Jumanov Murat Arepbayevich, b.f.d., prof.</i>	<i>Sotipov Goyipnazar, q/x.f.d., prof.</i>
<i>Kadirova Shaxnoza Abduxalilovna, k.f.d., prof.</i>	<i>Tojibayev Komiljon Sharobiddinovich, b.f.d., akad.</i>
<i>Qalandarov Nazimxon Nazirovich, b.f.f.d., k.i.x.</i>	<i>Xolliyev Askar Ergashevich, b.f.d., prof.</i>
<i>Karabayev Ikramjan Turayevich, q/x.f.d., prof.</i>	<i>Xolmatov Baxtiyor Rustamovich, b.f.d.</i>
<i>Karimov Ulug'bek Temirbayevich, DSc</i>	<i>Cho'ponov Otanazar Otojonovich, f.f.d., dos.</i>
<i>Kurbanbayev Ilhom Jumanazarovich, b.f.d., prof.</i>	<i>Shakarboyev Erkin Berdikulovich, b.f.d., prof.</i>
<i>Kurbanova Saida Bekchanovna, f.f.n., dos.</i>	<i>Ermatova Jamila Ismailovna, f.f.n., dos.</i>
<i>Qutliyev Uchqun Otoboyevich, f-m.f.d., prof.</i>	<i>Eshchanov Ruzumboy Abdullayevich, b.f.d., prof.</i>
<i>Lamers Jon, q/x.f.d., prof.</i>	<i>O'razboyev G'ayrat O'razaliyevich, f-m.f.d.</i>
<i>Maykl S. Enjel, b.f.d., prof.</i>	<i>O'rozboyev Abdulla Durdiyevich, f.f.d.</i>
<i>Maxmudov Raufjon Baxodirovich, f.f.d., k.i.x.</i>	<i>Hajiyeva Maqsuda Sultonovna, fal.f.d.</i>
<i>Mirzayev Sirojiddin Zayniyevich, f-m.f.d., prof.</i>	<i>Hasanov Shodlik Bekpo'latovich, k.f.n., k.i.x.</i>
<i>Matniyozova Hilola Xudoyberganovna, b.f.d., prof.</i>	<i>Xudayberganova Durdona Sidiqovna, f.f.d.</i>
<i>Masharipova Feruza Jumanazarovna, PhD</i>	<i>Yuldashev Xamza Kamalovich, PhD</i>
<i>Mirzayeva Gulnara Saidarifovna, b.f.d.</i>	<i>Zaripova Ranojon Zaripovna, PhD, dotsent</i>

Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi: ilmiy jurnal.-№1/4 (122), Xorazm Ma'mun akademiyasi, 2025 y. – 252 b. – Bosma nashrning elektron varianti - <https://www.mamun.uz/bulletin>

ISSN 2091-573 X

Muassis: O'zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi mintaqaviy bo'limi – Xorazm Ma'mun akademiyasi

Nishonov I.A. Tilshunoslikda “gender” tushunchasi va uning nutq xulq-atvorini shakllantirishdagi roli	132
Norbotayeva G.X. Typological features of word formation in english and uzbek languages	136
Otajonova D.B. Ijtimoiy - siyosiy sohalar proyeksiyasida sud lingvistik ekspertizasi	139
Rahmonova M.R. Xizr obrazi bilan bog'liq afsonalar	142
Rahmonova A.R. Maqollar va ularning madaniy-lingvistik o'rni	145
Rasulov Z.I., Shodiyeva D.S. Media diskursining zamonaviy tilshunoslikda o'rganilishi	148
Raximberganova G. O'zbek tilida mubolag'a bobida ta'riflar	151
Raxmatullaeva U.X. Ingliz va o'zbek tillarida sukut va poza muloqotining noverbal tarkibiy qismi, uning milliy namoyon bo'lishining o'ziga xos xususiyatlari	153
Sharipova N.X. Mehmondo'stlikni ifodalovchi paremiyalarning ingliz va o'zbek tilidagi pragmatik xususiyatlarini qiyosiy talqini	156
Shermatova S.M. Said Asad To'ra yashagan davrda Xorazmdagi madaniy hayot va “Devoni asad” ning o'rganilish zarurati	158
Shodiyeva G.N., Dusmatov Kh.Kh. Classification of word groups in modern english	160
Sotvoldiyev M.A. Sehrli ertaklarning ilmiy o'rganilishidagi umumiy tamoyillar	164
Sultanova D.A. Oshiq Erkin asarlarida badiiy takrorning lingvopoetik tahlili	167
Tillabayeva Z.R. Shevaga xos frazeologizmlarning lug'aviy tarkibi	171
Tojiboyeva N. Ingliz va o'zbek maqollarining lingvokulturologik va semantik xususiyatlariga doir ayrim mulohazalar	177
Tursunov M.M. Mediamatnning mediadiskursdagi funktsional vazifalari	179
Ummatkulova Ch.A. Exploring the impact of podcast technology on the development of communication skills of students in foreign language learning	185
Usmonova M.Q. Ingliz tilida “qiyofa” konseptining maydon nuqtai nazaridan tadqiqi	187
Usmonova M.A. Farg'ona bayozlarining matniy xususiyatlari	190
Valieva N.D. Essential information about ancient russian literature	192
Xaliqulova M.E. Ingliz tilidagi ijtimoiy reklama matnlarining leksik-grammatik xususiyatlari	195
Xandamova F.B. Ingliz va o'zbek tillaridagi diniy turg'un birikmalarning linguamadaniy tahlili	198
Xudoyberdiyeva G.Sh. Bolalar adabiyotining o'ziga xos xususiyatlari va nazariy asoslari	201
Xushmanova Sh.I. Kognitiv tilshunoslik va konseptual tuzilmalar	204
Yandashova D.Sh. Badiiy matnda “yolg'iz ayol” konseptining ifodalanishi	207
Yashnarbekova Sh., Kuldashv A. Scientific theories of english anthroponyms	209
Yuldashev D.T., Ramatova M.G. Shimoliy xorazmdagi ayrim qo'shma tarkibli godonimlar tahlili	213
Zaylobova N.T., Kenjayeva Z.T., Dilbarjonova M.A. Harbiy diskursda ijtimoiy masofa va munosabat	216
Zokirova S.M., Ibroximova X.T. Boshlang'ich sinf darsliklarida berilgan jumboqli matnlarning mazmuniy-semantik guruhlanishi	219
Авлакулов А.И., Шодиев Р.С. Концепт памяти в лингвистическом пространстве интернета и виртуального дискурса	222
Алибекова Л.Р. Роль имен прилагательных в формировании медицинской терминологии при описании клинических случаев, объектов, процессов и состояний	225
Арипова З.Дж. Араб грамматикасида масдар: хусусиятлари ва вазифалари	228
Махмудова У.У. Медиамаи таржимасига лингвомаданияи жиҳатдан ёндашув	230
Расулова М.М. Функция повтора как нарративного приема в творчестве А.Барикко	233
Рахимов Ж.И. Факторы проникновения интернациональных слов в лексический состав русского и узбекского языков	236
Тригулова Т.А. Медиаполитический дискурс Европейского Союза: функции маркеров согласия и несогласия	239
Файзуллина Н.Д. Компьютерно-игровой сленг подростков	242
Хайдарова Ш.Р. Использование фразеологизмов в медицине	245
Ювашева Ш.М. Репрезентация религиозных воззрений в «Кутадгу билиг»	248

qiyosiy tarjimadan foydalanilgan. Negaki, ingliz tilida o'zbek tilida uchraydigan "o'lan" so'zi mavjud emas, semantik jihatdan to'liq ma'no ifodalaydi. Bu maqol ingliz va o'zbek madaniyatida uy va o'z sharoitining inson hayotidagi o'rni haqida bir xil ma'no anglatadi. Geografik, madaniy va lingvistik kontekstlar farqli bo'lsada, o'zbek madaniyatida an'anaviy va madaniy jihatdan yurtga, oilaga bo'lgan mehrni aks ettiradi. Bu maqol har ikkala tilda ham uy va uydagi tinchlik, xavfsizlik, qulaylik va baxtning asosiy manbai sifatida ko'rsatilgan.

Ayrim maqollar (madaniy konnotatsiyalar) tarjima jarayonida ichki ma'nosini chuqurlashtiradi va uni tushunish jarayonini yanada murakkablashtiradi. Ma'lumki, har bir xalqning tarixiy tajribasi, diniy qarashlari, urf-odatlar va qadriyatlari maqollarda aniq aks etadi. Masalan, ingliz tilidagi *"A rolling stone gathers no moss"* (Aylanuvchi toshga mox bitmaydi) maqoli doimiy harakat va izlanishning foydali ekanligini ta'kidlaydi. O'zbek tilida esa harakatchanlik emas, barqarorlik va sabr-toqat ustuvor o'rin egallaydi, masalan, *"Sabrlilik - oltin kalit"* maqolida sabrning qadri ifodalanadi. Shuningdek, diniy va tarixiy tajribalar ham madaniy konnotatsiyalarda aks etadi. Ingliz maqollarida xristianlik madaniyati, o'zbek maqollarida esa islom dini ta'siri seziladi. Masalan, *"God helps those who help themselves"* (Xudo o'ziga yordam berganlarga yordam beradi) va *"Yordam - Allohdan, harakat - bandadan"* maqollari o'xshash g'oyalarni ifodalaydi, biroq madaniy kontekstlari farqli hisoblanadi. "All are not saint that go to the church in their collections" maqolini so'zma-so'z tarjima qilsak, "Cherkovga borganlarning hammasi ham avliyo bo'lavermaydi" tarjimasi kelib chiqadi. Biroq bu maqolni o'zbek tiliga ekvivalent sifatida "Eshak Makkaga borgani bilan hoji bo'lmas" maqolning mazmuni ochilib, diniy mavzudan chetga chiqmagan holda uslubiyati saqlanib qolgan [3]. Shuningdek, ayrim maqollarni tarjima qilishda obraz va metaforalar boshqa madaniyatda bir xil tushunilmaydi. Metaforalar ko'p hollarda bir madaniyatdan boshqasiga tarjima qilinganda tushunmovchiliklarga sabab bo'lishi mumkin. Metaforalarning asosiy vazifasi abstrakt tushunchalarni aniq obrazlar orqali yetkazishdir. Masalan, ingliz tilidagi *"Every cloud has a silver lining"* (Har bir bulutning kumush qirralari bor) maqoli qiyinchiliklar ortida imkoniyatlar yashiringanligini ifodalaydi. Ammo bu metafora o'zbek tiliga to'g'ridan-to'g'ri tarjima qilinsa, ma'no to'liq anglashilmasligi mumkin. O'zbek tilida esa *"Ko'pni ko'rgan ko'pni biladi"* maqoli hayotiy tajriba va bilimning bog'liqligini anglatadi. Ingliz tiliga so'zma-so'z tarjima qilinganda esa uning obrazli ma'nosi yo'qolishi mumkin. Metaforik ma'nolarni tarjima qilish jarayonida tarjimon nafaqat til, balki madaniy kontekst va obrazlarni ham hisobga olishi kerak. Metaforalar xalqning tarixiy, diniy va madaniy tajribalarini o'zida aks ettirgani sababli, tarjimada ularning asl ma'nosini yo'qotmaslik muhim hisoblanadi.

Xulosa qilib aytganda, ingliz va o'zbek maqollarining lingvokulturologik va semantik xususiyatlari xalqning tarixiy tajribasi, milliy mentaliteti, qadriyatlari va dunyoqarashini aks ettiradi. Maqollar tilda saqlanib qolgan, madaniyatni ifodalovchi boy va qudratli vosita sifatida, har bir xalqning o'ziga xos dunyoqarashini, urf-odatlarini, an'analarni va ijtimoiy hayotini tushunishda muhim o'rin tutadi. Maqollarni chuqurroq tahlil qilish, bizni boshqa madaniyatlarni yaxshiroq tushunishga va ularning tiliga hurmat bilan qarashga undaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Honeck, R. A proverb in mind: the cognitive science of proverbial wit and wisdom. – USA.: Lawrence Erlbaum, 1997. – 277p.
2. Salomov G'. Language and translation. T.: Fan Publishing House. 1966. 267p.
3. Karamatova K.M., Karamatov H.S. Proverbs–Maqollar– Пословицы. – T.: Mehmat, –2000. –398 b.

UO'K 81'255

MEDIAMATNNING MEDIADISKURSDAGI FUNKSIONAL VAZIFALARI

M.M. Tursunov, dots., Buxoro davlat universiteti, Buxoro

Annotatsiya. Mazkur maqolada muallif zamonaviy medialingvistikaning asosiy konseptlaridan biri hisoblangan mediamatnning mediadiskursdagi funktsional vazifalarini ochib bergan. Mediamatn tushunchasiga nazariy hamda amaliy izohlar berilgan, uning klassifikatsiyasi tahlil etilgan. Mediadiskursning turli tiplarida matnlarning taqdim etish yo'llari, uni ommaga yetkazish jarayonidagi ta'sirchanligi holati, axborotni qabul qilish omillari, lisoniy mezonlari izohlangan.

Kaliti so'zlar: multimediali platformalar, funksional-uslubiy holat, madaniyat makoni, kontent-tahlil, mediamahsulot, lingvamediali xususiyatlar, pragmatik uslub.

Аннотация. В данной статье автор раскрыл функциональные задачи медиатекста в медиадискурсе, который является одним из основных понятий современной медиалингвистики. Дается теоретическое и практическое объяснение понятию медиатекст, анализируется его классификация. Объясняются способы представления текстов в различных типах медиадискурса, состояние их эффективности в процессе донесения до публики, факторы рецепции информации, лингвистические критерии.

Ключевые слова: мультимедийные платформы, функционально-стилистическое состояние, культурное пространство, контент-анализ, медиaproдукт, лингво-медийные особенности, прагматический стиль.

Abstract. The article reveals the functional tasks of media text in media discourse, which is one of the main concepts of modern media-linguistics. The concept of media text is given with theoretical and practical explanations, its classification is analyzed. The ways of presenting texts in various types of media discourse, the state of their effectiveness in the process of conveying it to the public, the factors of information reception, and the linguistic criteria are also explained.

Key words: multimedia platforms, functional-stylistic condition, cultural space, content analysis, media product, linguistic-media features, pragmatic style.

Kirish. Medialingvistikaning umumiy nazariyasi uchun mediamatnning maxsus konsepsiyasi [5] o'ta muhim masala hisoblanib, u medianutqning deyarli barcha tadqiqotlarida ishtirok etadi. Mazkur konsepsiyaning hal qiluvchi belgisi matnni faqatgina media olamidagi funksional faoliyatiga aloqador bo'lmagan nutq mahsuli sifatida tushunishdan verbal hamda media darajasidagi komponentlar o'rtasidagi uzviy aloqaga ega ommaviy axborot matni sifatida tan olish sanaladi.

Asosiy qism. Hozirgacha tilshunoslikda matn tushunchasiga juda ham ko'plab nazariy ta'riflar berilgan albatta, ulardan eng ko'p maq'ullangani quyidagicha: "o'zaro bog'langanlik va yaxlit butunlik asosiy xarakterli xususiyati hisoblanadigan matn belgi birliklari ketma-ketligi asosida ma'no munosabati bilan bog'langan unsurdir" [7]. O'z-o'zidan, masmedia sohasida matn tushunchasi verbal daraja chegarasidan chiqib ketib, faqatgina verbal belgilar emas, balki har qanday ketma-ketlikga ega semiotik jihatdan asoslangan shakl deb izohlanadi.

Ommaviy kommunikatsiya darajasi matnning funksional qamrovini sezilarli masshtabda oshirib, uni yarimkodli (kreolashtirilgan, video-verbal, multimediali) shaklga aylantiradi hamda u yoki bu OAV vositasiga xos media-texnologik unsurlarga asoslangan holda unga yangi struktur-ma'noviy xarakterli xususiyatlarni taqdim etadi. Masalan, televediniyadagi matn bir vaqtning o'zida bir nechta darajalarda namoyon bo'ladi – u verbal, videoformat va ovoz foni yordamida keng qamrovlilik hamda ko'p qatlamlilik kabi xususiyatlarni paydo qilib, bir umumiy, yaxlit shaklni yaratadi. Radiomatnlar esa verbal matnni muzika va audioeffektlar yordamida yaxlit bir material sifatida tinglovchilarga taqdim etadi. Gazeta diskursidagi matnlar o'ziga xos grafik bezaklar hamda turli illustratsiyalarga egaligi bilan ajralib turadi.

Mediamatnni tarkibida verbal hamda media darajasidagi elementlarni o'z ichiga olgan yarimkodli shakl sifatida qabul qilishda yuzaga kelgan jiddiy o'zgarishlar Internetning shiddat bilan tarqalishi sababli yuzaga keldi. Internetning paydo bo'lishi bilan bir qatorda yangi multimediali platformalarning yaratilishi ham professional ham oddiy Internet ishlatuvchilariga kontentni yaratish, uni tarqatish imkoniyatini beruvchi innovatsion instrumentlarni taqdim etdi. Internet olamida mavjud bo'la boshlagan matnlar yoki set matnlar (Internet olamida qo'llaniladigan matnlar) an'anaviy OAV media vositalari bilan integrallashgan holda umumiy mediadiskursdagi axborot ma'lumotlar olamini kerakli unsurlar bilan boyitdi. Internet bu jarayonni multimedia texnologiyalari bilan amalga oshirayotganligi sababli uning mashhurligi tobora ortib bormoqda. Internet olamidagi matnlarni tasvirlashda qo'llaniladigan eng mos terminlar "multimedia" hamda "gipertekst" hisoblanadi [8], ular verbal hamda media unsurlarining o'zaro birgalikda ishlashishining yangi mexanizmlarini ifodalaydi. Multimedia hamda gipertekstlar virtual olamda matn yaratish hamda uni shakllantirish, tarqatishning yangi xarakterli xususiyatlariga ishora etadi. Mashhur kanadalik sotsiolog Marshall Makklyuenning

masmediadagi kanalning texnologik xususiyatlari hamda axborotning xarakterini baholar ekan “the medium is the message” degan jumlanı ishlatgan, ya’ni bu fikr axborot va uni ommaga taqdim etadigan masmedia kanali o’rtasidagi aloqa uzviy, hal qiluvchi ekanligiga ishora etmoqda [9].

Medianutqning o’ziga xos xususiyatlarini o’rganish asnosida xorijiy olimlar XX asrning 70-90 yillarida mediamatn tushunchasiga ilmiy asoslarni taqdim etishdi. Teun Van Deyk, Martin Montgomeri, Alan Bel, Norman Feyerklaf, Robert Fauler, S.I.Bernshteyn, D.N.Shmelyov, V.G.Kostomarov, Yu.V.Rojdestvenskiy, G.Ya.Solganik, S.I.Treskova va boshqa tilshunoslar turli maktab va til nazariyasi yo’nalishlari nuqtai-nazaridan axborot vositalaridagi matnlar, mediamatnlar, ularning nazariy asoslarini yaratilishiga hamda rivojlanishiga, tadqiq metod va usullarini shakllantirishga o’z hissalarini qo’shganlar. Olimlar mediamatnni sotsiolingvistika, funksional stilistika, diskurs nazariyasi, kontent-tahlil, kognitiv tilshunoslik, ritorik tahlil kabi soha va yo’nalishlar nuqtai-nazaridan tadqiq etishgan. Mediamatn nazariy jihatdan asoslana boshlangan o’sha davrda bir nechta ilmiy masalalar olimlar nigohida bo’lgan – OAV tilining funksional-uslubiy holatini aniqlash, mediamatnning turli tiplarini tavsiflashda qo’llaniladigan metodlarni belgilash, medianutqga ijtimoiy-madaniy faktorlarning ta’sirini aniqlash hamda medianutqning ommaga ta’sir etishning lingvomeduviy texnologiyalarini shakllantirish. Medialingvistikaning asosiy kategoriyasi sifatida mediamatnning nisbatan to’liqroq shakldagi konsepsiyasi birinchi marta T.G.Dobrosklonskaya tadqiqotlarida shakllantirilgan [6].

Qolaversa, mediamatnlarning asosiy kategoriyalari, mediamatn tuzish tamoyillari, ommaviy axborot vositalari tili va uslubini o’rgangan qator yurtimiz olimlari sirasiga A. Abdusaidov, G.X. Bakiyeva, D.M. Teshabayeva kabilarni kiritish mumkin. Shuningdek, so’nggi yillarda himoya qilingan milliy dissertatsiyalarda ham mediamatnning lisoniy xususiyatlari alohida tahlilga tortilmoqda, ular turkumiga quyidagilarni kiritish mumkin: S.A. Atkamovanning “Frazologizm mediamatnda ifodalash va baholashning uslubiy vositasi sifatida (turli tizimli tillar gazeta matnlari asosida)” mavzusidagi dissertatsiyasi [1], Sh.A. Usmonovanning “Mediadiskursda gazeta tili tendensiyalari (o’zbek va ingliz tillari misolida)” nomli ilmiy ishi [2], N.S. Nasrulloevanning “O’zbek va ingliz tillarida kompyuter va internet jargonlarining chog’ishtirma tadqiqi”ga oid izlanishlari [4], va M. R. Artikovanning “Mediamatnda presedent fenomenining lingvomadaniy aspekti (o’zbek va ispan gazetalari misolida)” nomli tadqiqotlari aynan mediadiskurs, mediamatnga oid lisoniy muammolar yechimiga qaratilgan [3].

Yuqorida ta’kidlab o’tilganidek, mediamatn konsepsiyasining asosida verbal hamda mediaga tegishli birliklarning o’zaro aloqador shakllari yotadi. Ko’plab inglizabon olimlarning tadqiqotlarida ham mazkur g’oya barcha OAV matnlariga tegishli degan qarashlar ko’p uchraydi. Misol uchun, Alan Bell “Approaches to media discourse” kitobida quyidagilarni yozadi: “mediamatnlarga beriladigan izoh shubhasiz an’anaviy qarashlardan mutlaqo farq qiladi, matn bu qog’ozda yozilgan yoki gazetada nashr etilgan so’zlar ketma-ketligi degan qarash albatta eskirgan. Mediamatn tushunchasi ancha keng qamrovlidir: u ovoz xususiyatlari, musiqa hamda tovush effektlari, vizual obrazlarni o’z ichiga oladi, boshqacha qilib aytganda, mediamatnlar ularni yaratish hamda tarqatishda qo’llanilgan jamiki texnologiyalarni namoyon etadi. Bugungi kunda, mediamatn verbal hamda media komponentlarining ajralmas aloqadorligiga asoslangan murakkab darajali hodisa sifatida ham xorijiy ham mahalliy olimlar tomonidan tan olinadi.

Medialingvistika nuqtai-nazaridan mediamatn bu ma’lum bir mediaformatda ifodalangan hamda umumiy bir ma’noda mujassamlashgan verbal, media darajalardagi lisoniy birliklarning ketma-ketlik bilan bog’lanish jarayonidir. Zamonaviy ommaviy axborot vositalari oddiy matnlarga misli ko’rilmagan qo’shimcha funksiyalarni taqdim etadi, shunchaki so’zlardan iborat matn ommaning e’tiborini tortadigan, uning butun vujudini o’ziga tortadigan qudratli qurolga aylanishi mumkin, buni amalga oshirish uchun zamonaviy texnologiya, kompyuter grafikasi yordamida har qanday illustratsion, grafik ottenkalarni qo’shishning imkoni bor.

Shu o’rinda, matnning verbal hamda media komponentlari o’zaro chambarchas bog’liq va aloqador ekanligini ta’kidlab o’tishimiz kerak, zero, ular turli tamoyillar asosida bir-biriga uyg’unlashadi: qo’shimcha qilish, ma’noni kuchaytirish, ifoda etish, ajratib ko’rsatish, biror bir bildirilgan fikrga qarshi asosni izohlab berish va hokazo. Mana shu tamoyillarga asoslangan

komponentlar bir-birini to'ldiradi va ajralmas, yagona birlikni hosil qilib, mediamatn tushunchasining asosini hosil qiladi.

Medialingvistikaning nazariy asoslarini shakllantirish uchun katta rol o'ynaydigan masalalardan biri shundan iboratki, matnni to'g'ri, obyektiv tushunish, qabul qilish nafaqat lisoniy birliklar hamda til bog'lovchilari yordamida ta'minlanadi, balki zarur umumiy bilimlar foni (majmui), kommunikativ fon asosida ham amalga oshiriladi [7]. Medianutqlar tahlil qilinganda aynan kommunikativ fon yoki umumiy bilimlar majmui (common background knowledge) kabi tushunchalarga ko'proq murojaat etishga to'g'ri keladi, zero, har bir inson u yoki bu axborot bilan tanishar ekan, avvalambor uni o'zida mavjud bo'lgan bilimlar asosida tahlil qiladi, ma'lum bir xulosaga keladi. Kommunikativ fon yoki umumiy bilimlar majmui u yoki bu jamiyatga tegishli bo'lgan tarixiy, ijtimoiy xarakterdagi ma'lumotlar to'plami hisoblanib, kommunikatsion kontekstning umumiy strukturasiga tabiiy ravishda integrallashadi hamda mediamatnni yaratish, tarqatish, uni namoyish etishga aloqador barcha o'ziga xos jarayonlar, holatlarni o'z ichiga oladi, ya'ni mediamatnning so'zga aloqador barcha tamoyillari bilan bevosita va bilvosita aloqadordir.

Mediamatnlarni tipologik nuqtai-nazardan o'rganish medialingvistika doirasidagi muhim tadqiqot muammolaridan sanaladi. Mediamatnlarni tipologik jihatdan tahlil qilishning turli usullari bu masalada ko'plab mezonlarni hamda klassifikatsiyalarni taqdim etadi. Biroq, mediamatnlarni tipologik jihatdan izohlashning medialingvistika doirasida shakllangan parametrlari mavjudki, ular ushbu masalaning asosiy tushunchalariga urg'u beradi. Quyida ushbu parametrlarni havola etamiz:

- 1) Biror bir materialni yaratish usuli (muallif tomonidan – korporativ, og'zaki - yozma);
- 2) Biror bir materialni yaratish shakli (og'zaki, yozma);
- 3) Biror bir materialni taqdim etish shakli (og'zaki, yozma);
- 4) Biror bir materialni tarqatish kanali (aniq OAV vositasi, gazeta, radio, televediniya, multimediamiy internet platformalari orqali);
- 5) Matnning funksional tipi, janri;
- 6) Qaysi universal mediatopikga tegishli ekanligi (siyosat, savdo-sotiq, ta'lim olish, madaniyat, sport va hokazo hamda tematik dominant).

Yuqorida ko'rsatib o'tilgan parametrlarga chuqurroq o'talib o'tadigan bo'lsak, avvalambor axborotni yaratish uslubiga ko'ra u necha kishi tomonidan tayyorlanganligiga urg'u beriladi. Informatsion mahsulotning oxirida muallif ko'rsatib o'tilishi yoki o'tilmasligi ham mazkur masalada muhim hisoblanadi. Har qanday mediamahsulot yakka muallif tomonidan yaratilishi mumkin, muxbirning maqolasi, jurnalistning reportajida muallif ko'rsatib o'tiladi. Kollegial yaratilgan matnga misol tariqasida yangiliklardan iborat axborotlarni keltirishimiz mumkin, unda bir mediamaterial informatsion agentliklarning korporativ muallifi nomidan tarqatiladi, bularga misol tariqasida CNN, Reuter, UZA va boshqalarni keltirishimiz mumkin. Biror bir materialni tarqatish shakli haqida gap borganda bu yerda dixotomik jarayon borligini ma'lum qilamiz, zero og'zaki hamda yozma shaklda axborotni taqdim etish masalasi biroz murakkabroqdir. OAVlardagi matnlarni tipologik jihatdan ifodalashda qo'llaniladigan eng muhim parametrlardan biri bu – matnning qaysi funktsiya va janrga tegishli ekanligini aniqlash masalasi sanaladi. Bugungi kunda OAV sohasida nutq qo'llashning dinamikasi shunchalik jadalki, uning janridagi o'zgarishlar ham juda ham ko'p sonlarda amalga oshmoqda. Medialingvistikaning nazariy asoslari doirasida OAV matnlarini tipologik jihatdan ifoda etishning parametrlari bo'yicha aniq bir klassifikatsiyaning mavjud emasligi va bu jarayon doimiy tarzda o'zgarishini inobatga olish kerak, shunday bo'lsada, quyida mediamatnning asosiy tiplarini ajratib ko'rsatadigan klassifikatsiyani taqdim etamiz:

- Yangiliklar
- Axborot tahlili va izohlari
- Mualliflik huquqi asosida tayyorlangan tematik materiallar (ingliz medialingvistikasida "features" termini bilan nomlanadi)
- Reklama

Yuqoridagi klassifikatsiya tarkibidagi unsurlar akademik V.V.Vinogradovning til va nutq uslublari tadqiqot natijalariga rioya qilgan holda tilning funksional-stilistik differentsiatsiyasi asosida shakllangan va shuning uchun ham mediamatnning u yoki bu tipidagi axborotni taqdim etish, uning

ommaga ta'siri jarayonlarida axborot funksiyalarning real aloqadorligini namoyish etishga imkon beradi. Shunday qilib, yangiliklar – matnlar hisoblanib, tilning asosiy funksiyalaridan birini bajarishiga zamin yaratadi, ya'ni axborot berish, axborot yetkazish; shu bilan bir qatorda ommaviy axborot vositalarining ham informativ missiyasini amalga oshirishini ta'minlaydi.

Axborotga beriladigan izohlar medialingvistika sohasida mediaanalitika deb ataladi. U axborotning jamiyatda yanada ommalashishiga, targ'ib qilinishiga, kishilarga yanada kuchliroq ta'sir etishiga zamin yaratuvchi unsur sanaladi, u fikr bildirish hamda baho berish kabi muhim jarayonlardan iboratdir.

“Features” guruhiga mansub matnlar yoki publisistika asosiy OAVlar taqdim etadigan keng qamrovli, turli tematik materiallarni o'z ichiga oladi. U badiiy-estetik shaklda ommaga ta'sir etishda ulkan qudratga ega mediamaterial hisoblanadi. Reklama til hamda ommaviy axborot vositalari uslubi sifatida ommaga ta'sir etish vazifasi va qudratiga ega. Birinchi jarayonda reklama tildagi ko'plab ekpressivlik hamda emotsionallik xususiyatlariga ega bo'lgan lingvostilistik vositalar bilan qurollangan holda jamiyatdagi kishilarga ta'sir etishga harakat qiladi, har qanday leksik birlikning boshqacha kontekstda, kuchliroq shaklda, noan'anaviy pragmatik uslubda ishlatilishi kishilarning diqqatini jalb qila oladi. Bunday “lisoniy hiyla”lardan reklama unumli foydalanishga va o'zining asosiy maqsadi hisoblanadigan savdo-sotiq intensiyasini bajarishda davom etadi. Ikkinchi jarayonda esa reklama u yoki bu OAV turidagi mediatexnologiyalardan unumli foydalanib, ommaga ta'sir etishga, ularni diqqatini o'ziga tortishga harakat qiladi. Reklamalar har qanday mediamatnni ifoda etish xususiyatiga ega, bunda u ham lisoniy ham mediaviy xarakterlaridan foydalanadi.

Shu o'rinda mediamatnlarning asosiy to'rtta tiplarining o'ziga xos lingvamediali xususiyatlariga ham to'xtalib o'tishimiz zarur. Avvalambor, har bir mediamatn tipining maqsadi axborotni ommaga yetkazish hamda u yoki bu jamiyat guruhlariga ta'sir o'tkazish hisoblanadi. T.Dobrosklonskaya yuqorida nomlari tilga olingan mediamatn tiplarining “axborot-ommaga ta'sir o'tkazish” funksiyasini bajarish bo'yicha shartli shkalani taqdim etadi [6]:

-sxema: mediamatn tiplarining “axborot-ommaga ta'sir o'tkazish” funksiyasini bajarish bo'yicha shartli shkala

Yangiliklar		Informatsion-analitik matnlar		Publisistika	Reklama matnlari

Axborot

Shubhasiz, mediamatnlarning asosiy tiplaridan biri bu - yangiliklar hisoblanadi, zero, turli mediadiskurslarda dunyo bo'yicha bir kunda minglab, millionlab axborotlar ommaga taqdim etiladi. Lekin shu o'rinda, ommaviy axborot vositalarida hamma sodir bo'layotgan voqea-hodisalar ham o'rin olmasligini ta'kidlab o'tishimiz kerak. Gazeta, radio, televediniyada namoyish etiladigan yangiliklar “axborot qiymat”iga (news value, news worthiness) ega bo'lishi zarur. Har bir ommaga taqdim etiladigan yangilik mutaxassislar tomonidan aynan maxsus kriteriyalar asosida tahlil qilinadi hamda eng zarur, muhim axborotlar e'fir yuzini ko'radi. U yoki bu axborot quyidagi faktorlar asosida “axborot qiymat”iga ega yoki ega emasligi aniqlanadi: berilayotgan xabarning yangi ekanligi, bugungi jamiyat uchun dolzarbligi, informatsiyani qabul qiluvchi bilan psixologik yaqinlik borligi, ahamiyatliligi, ommaviy auditoriya uchun uning ehtimoliy oqibatlari, insonning u yoki bu ma'lumotga qiziqishi, ziddiyatliligi. Zamonaviy gazeta o'quvchisi, radiotinglovchi yoki teletomoshabin shubhasiz juda ham talabchan sanaladi, uning qiziqishi, xoishi inobatga olinmasa, u taqdim etilayotgan yangilikga nisbatan befarq bo'ladi.

Yangilik(lar) (axborot) matnlari milliy-madaniy kontekstning muhim qismi hisoblanib, u yoki bu jamiyat a'zolarining nutqiy faoliyatining natijasi sanaladi. U milliy-madaniy xususiyatga ega ko'plab leksik birliklarning mavjudligi bilan xarakterlanadi. Bundan tashqari yangiliklar yuqori darajadagi axborotni tayyorlash va tahlil qilish vositasi bo'lgan ideologik (g'oyaviy) modallik xususiyatiga egaki, ma'lum bir qadriyatlar hamda chiziqlar tizimini namoyon etuvchi unsur sifatida qabul qilinadi. Ideologik (g'oyaviy) modallik ham ekplisit (baholash hamda izohlashda

Ta'sir etish

qo'llaniladigan iboralar yordamida) ham implisit (turli faktlarni tanlab olish hamda yangilikning axborot qiymatini aniqlashda) tarzda namoyon bo'ladi.

Mazmuniga ko'ra ham yangiliklar ma'lum bir klassifikatsiyaga ega bo'lib, asosan ikkita dioxotomik kategoriyalarga asoslanadi: hard news-soft news, home news-world news, shuningdek, ular ma'lum bir tematik bloklarga ham bo'linadi, bunda axborot mazmunining sohasiy, mavzuiy bo'linishiga urg'u beriladi: siyosat, din, madaniyat, sport, iqtisod va hokazo. "Hard news-soft news" kategoriyasidagi axborotlar bir-biriga qarama-qarshi qo'yilib, qat'iy faktologik asosga ega bo'lib, nima, qayerda, qachon savollariga javob izlaydigan (hard news) hamda hamdardlik, hayrat, g'urur kabi hissiyotlarni uyg'otishga qaratilgan insonning xoish-istaklari faktoriga asoslangan (soft news) ikkinchi guruh yangiliklaridan iborat bo'ladi. Hard news tipidagi axborotlar har qanday yangiliklarning asosini tashkil etsa, soft news turkumidagi ma'lumotlar umuminsoniy qadriyatlar, his-tuyg'ularga murojaat qilgan holda hard news xabarlaridagi murakkabliklarni yumshatishga, yengillashtirishga harakat qilib, qandaydir bir axborot olamidagi qo'shimchalarni mediamakonga olib kiradi. Misol uchun, biror bir davlatda bo'lib o'tgan saylovlar natijalari e'lon qilinsa, hard news turkumidagi yangiliklar, Buyuk Britaniya bosh vaziri oilasiga tegishli mushukning g'ayrioddiy harakatlari to'g'risidagi xabar soft newsga tegishlidir. Home news-world news kategoriyasidagi yangiliklar o'z-o'zidan o'z davlatida sodir bo'layotgan xabarlar tasviri (home news) hamda xorijdagi voqea-hodisalarning taqdimotini (world news) ifodalaydi. Mazkur kategoriyaning milliy mediamakonlarda qanday darajada ishlatilishi u yoki bu jamiyatning madaniy xarakterini belgilaydi va aynan uning kontenti u yoki bu mamlakatdagi olamning milliy-madaniy manzarasini ifodalaydigan o'ziga xos obraz hamda xususiyatlarni tushunib olishga imkon beradi.

Xulosa. Bir so'z bilan aytganda, mediamatn zamonaviy mediadiskurs makonida keng qamrovli funksiyalarni bajarib, medialingvistikadagi eng muhim tushunchalaridan biridir. Ommaga turli mediadiskurs tiplari yordamida taqdim etilishi ko'zda tutilgan mediamatn xoh og'zaki xoh yozma shaklda bo'lsin barcha lisoniy hamda nolisoniy, uslubiy talablarga javob bergan holatdagina ommaga taqdim etiladi. Tahlillardan namoyon bo'ldiki, mediadiskurs makonida beriladigan mediamahsulot omma tomonidan qabul qilinishi bir nechta omillarga bog'liq. Matn ta'sirchanligi, lisoniy sofligi, axborot haqqoniyligi va hokazolar uning OAV vositalari orqali xalqqa yetib borishini osonlik bilan amalga oshirilishini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Аткамова С.А. Фразеологизм медиаматнда ифодалаш ва баҳолашнинг услубий воситаси сифатида (турли тизимли тиллар газета матнлари асосида): Филол. фан. фалс. д-ри (PhD) дисс. автореф. — Тошкент, 2022. — 58 б.
2. Усмонова Ш.А. Медиадискурса газета тили тенденциялари (ўзбек ва инглиз тиллари мисолида): Автореф. дисс. ...канд. филол.наук. — Тошкент, 2022. — 56 б.
3. Artikova M.R. Mediamatnda precedent fenomenining lingvomadaniy aspekti (uzbek va ispan gazetalari misolida) (Linguistic aspect of the present tense phenomenon in media text (in the case of Uzbek and Spanish newspapers)), extended abstract of candidate's thesis, Tashkent, 2022, 54 p.
4. Nasrulloeva N.S. Uzbek va ingliz tillarida kompyuter va internet jargonlarining chogishtirma tadqiqi (A cross-sectional study of computer and internet jargon in Uzbek and English), extended abstract of candidate's thesis, Samarkand, 2021, 57 p.
5. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., URSS, 2005.
6. Добросклонская Т. «Медиалингвистика: теория, методы, направления», монография, М., Паратайп, 2020
7. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990, с.507.
8. Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. М., ЛКИ, 2010
9. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. The MIT Press. 1994
10. Lotman Ju. M. Vnutri mysljashhiv mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istorija (Inside the Thinking Worlds. Man – text – semiosphere – history), Moscow, 1988, 464 p

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI FANLAR AKADEMIYASI
MINTAQAVIY BO‘LIMI
XORAZM MA’MUN AKADEMIYASI**

**XORAZM MA’MUN AKADEMIYASI
AXBOROTNOMASI**

**№1/4 (122)
2025 y., yanvar**

O‘zbekcha matn muharriri:	Ro‘zmetov Dilshod
Ruscha matn muharriri:	Hasanov Shodlik
Inglizcha matn muharriri:	Xamrayev Nurbek, Lamers Jon
Musahhih:	O‘rozboyev Abdulla
Texnik muharrir:	Shomurodov Jur‘at

“Xorazm Ma’mun akademiyasi axborotnomasi” O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi
Xorazm viloyat boshqarmasida ro‘yxatdan o‘tgan. Guvoxnoma № 13-023

Terishga berildi: 06.01.2025
Bosishga ruxsat etildi: 15.01.2025.
Qog‘oz bichimi: 60x84 1/8. Adadi 70.
Hajmi 13,4 b.t. Buyurtma: № 1-T

Xorazm Ma’mun akademiyasi noshirlik bo‘limi
220900, Xiva, Markaz-1
Tel/faks: (0 362) 226-20-28
E-mail: mamun-axborotnoma@academy.uz
xma_axborotnomasi@mail.ru



(+998) 97-458-28-18