Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

(1). Узбекский мигрант приносит своей стране больше пользы, чем экспорт золота. //https://m.kun.uz/ru/news/2024/12/19/uzbekskiy-migrant-prinosit-svoyey-strane-bolshe-polzy-chem-eksport-zolota.

(2). Усмонхўжаев А. Дорисиз қалб давоси. Абдукарим Усмонхўжаев [масъул муҳаррир Азиз Қаюмов]. Тошкент, “Янги аср авлоди”, 2004.

(3). Козловская М.Л. Врач и больной. Слово как лечебный фактор. БМИК, 2014, № 5, URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vrach-i-bolnoy-slovo-kak-lechebnyy-faktor.

(4). Шилина М.Г. Медиатекст в интернете: теоретико-методологические подходы к исследованию [электронный ресурс]. Электронный архив Северо-Кавказского федерального университета, 2019, режим доступа: http://www.ncfu.ru/uploads/doc/shilina_konfmt.pdf

(5). Германия заключила соглашение с Узбекистаном в области миграции. // https://www.kommersant.ru/ doc/

(6). Behruz. Germaniya hayoti // https://www.instagram.com/germaniyahayoti/

(7). Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, 14-боб, 80-модда. Тошкент, 2023, 40-бет.

(8). Абдуҳалимова З. Нега ўзбек ота-оналари боласини рус синфларига беради? https://kun.uz/kr/87727547.

(9). Устьян Н. Как развивается мозг ребенка: мифы и реальность. // https://kokoro.com.ua/ru/kak-razviva-etsya-mozg-rebenka-mify-i-realnost/

(10). Абдуҳалимова З. Нега ўзбек ота-оналари боласини рус синфларига беради?//https://kun.uz/kr/87727547.

(11). Рева Е. Проблемы этнокультуры и национально-ценностное ориентирование аудитории средствами массовой информации. Филологические науки в России и за рубежом, материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). Под общ. ред. Г.Д.Ахметовой. СПб., Реноме, 2012, с. 195–197.

Qobilova Maxfuza Sherali qizi (Profi University o‘qituvchisi, NDU doktaranti;
maxfuza.qobiova.98@gmail.com)

MEDIADISKURSNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Annotatsiya. *Mediadiskurs ommaviy kommunikatsiyaning o‘ziga xos shakli bo‘lib, jamoatchilik fikri va ijtimoiy qadriyatlarni shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. U bosma nashrlar, televideniya, radio va raqamli platformalar kabi turli mediaturlarini o‘z ichiga oladi, har biri o‘ziga xos lingvistik va tuzilmaviy xususiyatlarga ega. Ushbu maqolada mediadiskursning o‘ziga xos jihatlari ko‘rib chiqilib, uning ommaviy foydalanish imkoniyati, bilvosita muloqot, bir tomonlama ta’sir va kommunikator hamda qabul qiluvchi o‘rtasida rollarning almashinmasligi kabi xususiyatlari yoritiladi. Shuningdek, mediadiskursning ijtimoiy, siyosiy va madaniy jarayonlarga ta’siri tahlil qilinib, uning mafkuralarni shakllantirish, jamoatchilik fikrini yo‘naltirish va til qo‘llanilishiga ta’siri alohida ta’kidlanadi. Tadqiqotda, shuningdek, mediamatnlarida qo‘llaniladigan stilistik va ritorik uslublar, jumladan, sensatsionalizm, kadrlashtirish (framing) va ishontirish strategiyalari, auditoriyaning e’tiborini jalb qilish va axborotni talqin qilish jarayoniga ta’siri ko‘rib chiqiladi. Mediadiskursni anglash mediamazmunini tanqidiy tahlil qilish va uning zamonaviy jamiyatdagi kengroq ta’sirini tushunish uchun muhim ahamiyat kasb etadi.*

Kalit so‘zlar*: mediadiskurs, ommaviy kommunikatsiya, lingvistik xususiyatlar, jamoatchilik fikri, kadrlashtirish, media ta’siri.*

ОСОБЕННОСТИ МЕДИАДИСКУРСА

Аннотация. *Медийный дискурс представляет собой особую форму коммуникации, играющую ключевую роль в формировании общественного восприятия и социальных ценностей. Он охватывает различные виды медиа, включая печатные издания, телевидение, радио и цифровые платформы, каждая из которых обладает уникальными лингвистическими и структурными особенностями. В данной статье рассматриваются особенности медийного дискурса, включая такие его характеристики, как массовая доступность, опосредованная коммуникация, однонаправленное влияние и невозможность обмена ролями между коммуникатором и реципиентом. Кроме того, анализируется влияние медийного дискурса на социальные, политические и культурные процессы, подчеркивается его роль в формировании идеологий, общественного мнения и языковых норм. В исследовании также рассматриваются стилистические и риторические приемы, используемые в медийных текстах, такие как сенсационность, фрейминг и стратегии убеждения, способствующие вовлечению аудитории и интерпретации информации. Понимание медийного дискурса имеет*

важное значение для критического анализа медиаконтента и осознания его более широких последствий в современном обществе.

Ключевые слова: *медийный дискурс, массовая коммуникация, лингвистические особенности, общественное мнение, фрейминг, влияние медиа.*

THE DISTINCTIVE FEATURES OF MEDIA DISCOURSE

Annotation. *Mediadiscourse is a distinct form of communication that plays a crucial role in shaping public perception and societal values. It encompasses various types of media, including print, television, radio, and digital platforms, each with unique linguistic and structural features. This article explores the peculiarities of media discourse, highlighting its characteristics such as mass accessibility, indirect communication, one-way influence, and the inability of role exchange between communicator and recipient. Additionally, it examines the impact of media discourse on social, political, and cultural processes, emphasizing its power in constructing ideologies, framing public opinion, and influencing language use. The study also addresses the stylistic and rhetorical techniques employed in media texts, such as sensationalism, framing, and persuasive strategies, which contribute to audience engagement and interpretation. Understanding media discourse is essential for critically analyzing media content and recognizing its broader implications in contemporary society.*

Keywords*: mediadiscourse, mass communication, linguistic features, public opinion, framing, media influence.*

Kirish. Bugungi kunda odamlar dunyo haqidagi ma'lumotlarning asosiy qismini gazetalar, jurnallar, teleko'rsatuvlar, internet va boshqa ommaviy axborot vositalari orqali oladilar. Ushbu vositalar insonlarning haqiqatni idrok etish shakllari, jamoatchilik fikri va ijtimoiy munosabatlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Media nafaqat axborotni yetkazib berish, balki uni qanday talqin qilish va qanday anglash kerakligini ham belgilash orqali jamiyatning dunyoqarashiga yo'nalish beradi. Mediaga xos bo'lgan bir qator muhim jihatlar mavjud. Ular quyidagilardan iborat:

1. Keng auditoriyaga ega bo'lishi. Ommaviy axborot vositalari millionlab odamlar tomonidan iste'mol qilinadi. Ular chegarasiz auditoriya uchun mo'ljallangan bo'lib, har qanday ijtimoiy qatlam, yosh guruh va madaniy muhit vakillariga ta'sir o'tkazishi mumkin. Bu xususiyat medianing kuchli ta'sir doirasiga ega ekanligini ko'rsatadi.

2. Bilvosita muloqot. An'anaviy muloqot shakllaridan farqli o'laroq, media orqali axborot bevosita emas, balki joy va vaqt bo'yicha ajralgan holda yetkaziladi. Masalan, televizion yangiliklar yoki gazeta maqolalari avval tayyorlanadi, so'ng auditoriyaga taqdim etiladi. Shu sababli axborot iste'molchilari va uni yetkazuvchilar o'rtasida real vaqt rejimida aloqa mavjud emas.

3. Ta'sir yo'nalishining bir tomonlama bo'lishi. Ommaviy axborot vositalarida axborot oqimi, odatda, kommunikatordan (axborotni taqdim etuvchidan) iste'molchiga tomon harakat qiladi. Auditoriya o'z fikr-mulohazalarini bevosita media orqali bildira olmaydi, balki u tayyorlangan kontentni qabul qilishga yoki uni rad etishga majbur bo'ladi. Ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi ushbu jarayonda ba'zi o'zgarishlar kiritgan bo'lsa-da, an'anaviy ommaviy axborot vositalari hanuz bir tomonlama ta'sir mexanizmini saqlab qolmoqda.

4. Rol almashishning imkonsizligi. An'anaviy mediatizimida axborotni yetkazuvchi va uni iste'mol qiluvchi o'rtasida rollar o'zgarishi deyarli mumkin emas. Masalan, jurnalist yoki teleboshlovchi o'z axborotini taqdim etadi, biroq tomoshabin yoki o'quvchi shu zahotiyoq unga javob bera olmaydi. Natijada mediajarayonlarida faol va passiv ishtirokchilar o'rtasidagi farq saqlanib qoladi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiyasi. Anne O'Keeffe mediadiskursni ommaviy axborot vositalari orqali uzatiladigan yozma yoki og'zaki nutq deb tushuntiradi [6]. Professor Dobrosklonskaya mediadiskursni ommaviy kommunikatsiya sohasida til faoliyatining jarayonlari va mahsulotlari majmuyi sifatida ko'rib chiqadi, bu jarayonlar va mahsulotlar o'zaro murakkab va turli shakllarda o'zaro ta'sir qiladi.[2] Mediadiskurs ommaviy axborot vositalarida shakllanib, keng auditoriyada axborot almashunuvi uchun xizmat qiladi va yangiliklar matnlari, intervyular, teleko'rsatuvlar, reklama va internet postlari kabi formatlarda namoyon bo'ladi. Mediamatnlari turli janrlar, uslublar va kommunikatsiya vositalari bir biri bilan bog'liq bo'ladi. Masalan, siyosiy nutq gazetalarda yoritilishi ijtimoiy tarmoqlarda muhokama qilinishi yoki teleko'rsatuvda sharhlanishi mumkin. Bu esa mediadiskusning ko'p qirrali va dinamik ekanligini ko'rsatadi. Yana bir tadqiqotchi olim Faircloughning fikricha, mediadiskursni eshitish yoki yozma shaklda uzatiladigan platformalar orqali sodir bo'ladigan muloqot bo'lib, u bevosita hozir bo'lmagan o'quvchi, tinglovchi yoki tomoshabinga yo'naltirilgan. Ya'ni, mediadiskurs – bu ommaviy, sun'iy yaratilgan yoki yozib olingan muloqot shakli hisoblanadi [5]. Asosan, televideniya va gazetalar uchun tayyorlanadigan axborotlar audito-

riya uchun doim oldindan yozib olinadi va bu ommaviy axborot vositalarining asosiy tamoyilidan biri hisoblanadi. Mediadiskursi zamonaviy axborot maydonining muhim qismi bo'lib, uning o'ziga xos xususiyatlari jamiyatga ta'sir qilish usullari bilan belgilanadi. Mediadiskursning lingvistik, semiotik, pragmatik va sotsiologik jihatlari matn, obraz va kontekst orqali qanday ma'no hosil qilinishini tushunishga yordam beradi. Turli metodologik yondashuvlar – diskurs tahlili, semiotik tahlil, kontent tahlili va sotsiologik tadqiqotlar – media tarkibining tuzilishi va ijtimoiy ta'sirini chuqur o'rganish imkonini beradi.

Natijalar va muhokamalar. XX asr o'rtalarida matn va diskurs nazariyalari tilning kommunikativ xarakteri bilan birgalikda o'rganilgan bo'lib, so'nggi tadqiqotlar uni lingvistk va ekstralingvistik tamoyillar asosida tushuntirib kelmoqda. An'anaviy ravishda diskurs uchta keng guruhlarga bo'linadi: 1) badiiy; 2) institutsional (media, siyosiy va boshqalar); 3) akademik yoki ilmiy.

Diskurs tushunchasi bir necha xil ma'nolarda tushunilishi mumkin. Bir jihatdan, u shaxslar va guruhlarning o'zaro muloqot qilish uslubini anglatadi. Biroq chuqurroq ma'noda u insonlarning dunyoni qanday tushunishi va talqin qilishi bilan bog'liq fikrlar va e'tiqodlar tizimini ifodalashi mumkin. Media orqali shakllangan diskursning birinchi ma'nosi ommaviy axborot vositalari tomonidan foydalaniladigan turli platformalarni (gazetalar, jurnallar, televizor, radio va internet) o'z ichiga oladi. Agar diskurs media chiqishlarini boshqaruvchi e'tiqodlar sifatida tushunilsa, u holda obyektivlik yoki mafkuraviy tarafkashlik kabi tamoyillar eng yaxshi tavsiflovchi bo'lishi mumkin.

"Mediadiskurs" atamasi tilshunoslikda ikki xil turda ta'riflanadi. Mediadiskurs axborot sohasida muayyan nutqning ifodalanish uslubidir. Shu bois ham mediadiskurs boshqa diskurs turlaridan (siyosiy, diniy, ilmiy va boshqalar) farqlanadi. Ikkinchi yondashuv esa mediadiskursni ommaviy kommunikatsiyada ishlatiladigan hamda media tomonidan yaratilgan diskurs sifatida ifodalaydi [1]. Zamonaviy media turli formatlarda, jumladan, bosma media (kitoblar, jurnallar, gazetalar), televizor, filmlar, video o'yinlar, musiqa, mobil telefonlar, turli dasturiy ta'minot turlari va internetda namoyon bo'ladi. Har bir media turi mazmun va ushbu mazmunni yetkazib beradigan qurilma yoki vositani o'z ichiga oladi. M.R.Jeltuxina mediadiskursning o'ziga xos xususiyatlarini quydagicha turlarga ajratadi:

1. Guruh bilan bog'liqlilik – muallif o'z guruhi mulohazalarini bo'lishadi.
2. Ommaviylik – axborotning keng ommaga yo'naltirilganligi.
3. Nizo yo'nalishi – mojarolar yaratish va ularni muhokama qilish.
4. Sahnalashtirish va ommaviy yo'nalishlar, bir vaqtning o'zida, bir necha guruhlarga ta'sir ko'rsatish [3].

Ma'lumki, mediadiskursdagi matn yoki og'zaki nutq, asosan, ma'lum bir guruhga xos bo'ladi va aynan o'sha guruhning dunyoqarashi hamda qadriyatlarini inobatga olgan holatda shakllantiriladi. Masalan: siyosatchilarning nutqi yoki partiya vakillarining nutqi o'z partiyasi a'zolari qarashlari va fikrlaridan kelib chiqqan holatda tayyorlanadi. Bundan tashqari, mediamatnlari, asosan, ko'proq auditoriyani qamrab olishga harakat qiladi. Bunda nutq ta'sirchanligini oshirish va omma e'tiborini tortuvchi nutq turlariga katta ahamiyat beriladi. Televideniya orqali efirga uzatiladigan axborotlar aynan shu maqsadda ishlanadi. Keng omma e'tiborini tortishning asosiy vositalaridan biri nizoviy voqealarni muhokama qilishdir. Bunda tok-shoular, siyosiy debatlar orqali e'tiborni tortish va mavzuni keng muhokama qilishga erishiladi. Umumiy ma'noda bir necha auditoriyaga ta'sir ko'rsatish ham mediadiskursning o'ziga xos jihatlaridan hisoblanib, bunga misol sifatida katta kompaniyalarning mahsulot taqdimotlarini keltirish mumkin. Chunki bu kabi nutqlar matbuot, iste'molchi va investor e'tiborini jalb qilishi mumkin.

Bell ta'kidlaganidek, mediata'lim va tadqiqot olish uchun boy ma'limot manbayi hisoblanib, madaniyat, siyosat, ijtimoiy hayotni aks ettiradi va uni shakllantiradi. Media tilini o'rganish tilshunoslik, sotsiolingvistika, diskurs tahlili, semiotika, kommunikatsiya tadqiqotlari, sotsiologiya va ijtimoiy psixologiya kabi ko'plab fanlar doirasida dolzarb hisoblanadi [4].

Ingliz tilshunosi Bell media tilini o'rganishning bir necha sabablarini taklif qilgan [4]:

▪Tahlil qilish uchun qulay manba – ommaviy axborot vositalari keng miqdorda yozma va og'zaki materiallarni taqdim etadi. Tilshunoslar va tadqiqotchilar ushbu materiallardan leksik, grammatik, pragmatik va stilistik jihatlarni o'rganishda foydalanishlari mumkin. Mediamatnlarining doimiy mavjudligi, ularning qayta ko'rib chiqilishi va tahlil qilinishi ilmiy izlanishlar uchun muhim manba hisoblanadi.

▪Media tilidan foydalanish usullari – ommaviy axborot vositalarida so'z tanlovi, sintaktik tuzilma, metaforalar, ritorik usullar va kommunikativ strategiyalar qanday qo'llanilishi katta ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotchilar turli mediajanrlarida (masalan, yangiliklar, reklamalar, intervyular, tahliliy maqolalar) til qanday ishlatilishini o'rganib, xalqaro va milliy media tilining o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashlari mumkin.

▪Media jamiyat tiliga ta'siri – media tilga va uning rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Televideniya, radio, bosma va raqamli nashrlar orqali tarqatiladigan til namunalarining ko'pchiligi jamiyat tomonidan qabul qilinib, ommaviy til madaniyatiga singib boradi. Media, shuningdek, yangi so'z va iboralarni keng ommaga yetkazib, ularning tez tarqalishiga hissa qo'shadi.

▪Jamiyat va madaniyat ko'zgusi sifatida – mediamatnlari jamiyatning ijtimoiy qadriyatlari, urf-odatlari va madaniy me'yorlarini aks ettiradi. Matbuot, televideniya va internetdagi kontent orqali turli ijtimoiy guruhlarning dunyoqarashi, stereotiplari va axloqiy tamoyillari shakllanadi va tarqaladi. Shu sababli media tili madaniyat va jamiyatning o'zgarishlarini kuzatish va tushunish uchun muhim vosita bo'lib xizmat qiladi.

▪Ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga ta'siri – mediajamiyatdagi turli masalalar bo'yicha ommaviy fikrni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ular orqali ma'lumotning qanday yoritilishi, qanday muhokama qilinishi va qanday taqdim etilishi insonlarning qarashlari va munosabatlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Yangiliklarning mazmuni, til uslubi va vizual taqdimoti orqali jamoatchilikda muayyan ijtimoiy, siyosiy va madaniy hodisalarga nisbatan tasavvur hosil bo'ladi.

▪Mediatilining mavjudligi va qulayligi – mediamateriallari katta hajmda mavjud bo'lib, ularni yig'ish, saqlash va tahlil qilish ancha oson. Masalan, gazeta va jurnal maqolalari, teleko'rsatuv matnlari, internet xabarlari yoki radioeshittirish transkriptlari tilshunoslik tadqiqotlari uchun boy manba bo'lib xizmat qiladi. Oddiy og'zaki muloqotlarni yozib olish va tahlil qilish qiyinroq bo'lsa, media tili katta hajmda va hujjatlashtirilgan holda mavjudligi bilan ajralib turadi.

▪Media va til haqida ma'lumot berishi – media tili faqat tilshunoslik nuqtayi nazaridan emas, balki ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos xususiyatlarini ham o'rganish imkonini beradi. Masalan, yangiliklarning neytrallik darajasi, propaganda usullari, ommaviy kommunikatsiya strategiyalari va ma'lumotni yetkazish shakllari media sohasining qanday ishlashini tushunishga yordam beradi.

Xulosa. Mediadiskurs jamoatchilik fikrini shakllantirish, ijtimoiy haqiqatlarni o'rnatish va raqamli asrda kommunikatsiyaga ta'sir ko'rsatishda muhim rol o'ynaydi. Uning o'ziga xosligi multimodal tabiatida namoyon bo'lib, til, vizual va ritorik elementlarning birikishi orqali ma'no yaratadi. Mediadiskursni o'rganish turli fanlararo yondashuvni talab qiladi, jumladan, diskurs tahlili, semiotika, kontent tahlili va sotsiologik tadqiqotlar axborot qanday tuzilgani va qanday qabul qilinishini tushunishga yordam beradi. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi va ijtimoiy tarmoqlarning ortib borayotgan roli bilan media diskursi yanada interaktiv, parchalanib boruvchi va global miqyosda bog'langan holga kelmoqda. Ushbu dinamik xususiyat mediadiskursining jamiyatga ta'sirini chuqurroq anglash va tanqidiy media savodxonligini rivojlantirish uchun doimiy tadqiqot olib borish zarurligini ta'kidlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

(1). Montgomery, M., Kostomarov, V.G., &Dobrosklonskaya, T.G. Mediadiscourse as a basic notion of media-linguistics group, p. 27, 40.

(2). Dobrosklonskaya, T. (2018). Medialinguistics approach to analyzing language in the media. Язык, литература и культура как грани межкультурного общения.

(3). Zheltuhina, M.R., & Magomadova, T.D. (2016). Military metaphor as means of modern media knowledge communication. In Metaphor as means of knowledge Communication, p. 120–121.

(4). Bell, A. (1991). The Language of News Media. Oxford, Blackwell.

(5). Fairclough, N. (1995). Media Discourse. London, Edward Arnold.

(6). Anne O'Keeffe, Media and discourse analysis, University of Limerick, p. 441.

Jabbarova Xabiba Kuvandikovna (Samarqand davlat Chet tillar instituti katta o'qituvchisi, PhD)

GENDER TENGLIKNING ETNIK MADANIY XUSUSIYATLARI

Annotatsiya. *Maqolada gender tenglikning jinsga bog'liq jihatlari va uning jamiyatdagi ahamiyati muhokama qilinadi. Gender tenglik jamiyatdagi barcha shaxslarning, ularning jinsiy mansubligidan qat'i nazar, teng huquq va imkoniyatlarga ega bo'lishini ta'minlovchi asosiy tamoyil hisoblanadi. Gender tenglikning jinsga bog'liqligi faqat inson huquqlari sohasida muhim bo'lib qolmay, balki jamiyatning iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy rivojlanishini ham belgilab beradi.*

Kalit so'zlar: *tenglik, gender tenglik, jins, ayol va erkak, siyosat, ma'naviyat, oilaviy munosabatlar, ijtimoiy stereotiplar, xotin-qizlar.*