

MEDIAMATN VA INTERTEKSTUALLIK

Azimova Madinabonu Qurbonali qizi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.22057933>**Annotatsiya.** Hozirgi vaqtda zamonaviy tilshunoslikning turli sohalari rivojlanmoqda.

Asosiy xabarlarini mediamatnlar orqali tez va oson bilib olamiz. Mediamatnlar hayotimizning bir qismiga aylangan, ya'ni bularga: Internet, gazeta va jurnallar, ijtimoiy tarmoqlar misol bo'la oladi. Ushbu maqola mediamatn va uning turlari haqida ma'lumot beradi. Mediamatnlarning tilshunoslikdagi o'rni va ularning uslublari ochib berilgan. Bundan tashqari, mediamatnlarda intertekstual birliklarning qo'llanilishi haqida fikr yuritilgan.

Kalit so'zlar. Mediamatn, intertekstuallik, allyuziya, iqtibos, sarlavha, epigraf, diskurs, telematn, inter matn, ilmiy matn, badiiy matn, falsafiy matn, diniy matn, radiomatn.

Abstract. Currently, various fields of modern linguistics are developing. We can learn the main messages quickly and easily through media texts. Media texts have become a part of our life, i.e. the Internet, newspapers and magazines, social networks are examples of these. This article provides information about media text and its types. The role of media texts in linguistics and their methods are revealed. In addition, the use of intertextual units in media texts and their types are explained through examples.

Key words. Media text, intertextuality, allusion, quotation, title, epigraph, discourse, teletext, inter text, scientific text, artistic text, philosophical text, religious text, radio text.

Абстрактный. В настоящее время развиваются различные области современной лингвистики. Мы можем быстро и легко выучить основные сообщения через медиатексты. Медиатексты прочно вошли в нашу жизнь, примерами тому являются Интернет, газеты и журналы, социальные сети. В данной статье представлена информация о медиатексте и его видах. Раскрывается роль медиатекстов в лингвистике и их методы. Кроме того, на примерах поясняется употребление интертекстуальных единиц в медиатекстах и их виды.

Ключевые слова. Медиатекст, интертекстуальность, аллюзия, цитата, заголовок, эпиграф, дискурс, телетекст, интертекст, научный текст, художественный текст, философский текст, религиозный текст, радиотекст.

Kirish. Tilshunoslikning zamonaviy sohalarida yangi ilmiy tadqiqotlar olib borildi. Buni psixolingvistika, pragmalolingvistika, lingvokulturologiya, matn lingvistikasi va medialolingvistika kabi sohalarda amalga oshirilgan tadqiqotlarning soni ortib borayotganini ko'rish mumkin.

“Medialolingvistika” atamasi nisbatan yaqinda 2000-yillarda paydo bo'lgan bo'lib, birinchi marta rus tilshunosligida T.G.Dobrosklonskayaning medialolingvistikasi nazariyasi va usullari doktorlik dissertatsiyasida qo'llanilgan¹.

Medialolingvistikaning asosi ommaviy axborot vositalari matnlari hisoblanadi. Mediamatn turli media ko'rinishidagi va janrdagi matndir. Bu tushuncha XX asrda ommaviy kommunikatsiya vositalarining rivojlanishi natijasida an'anaviy bosma matnning o'rniga kinomatografiya, radio, televideniya, telefonlar bilan bog'liq bo'lgan matnning yangi turlari sifatida kirib keldi. “Mediamatn” tushunchasi asosan OAV sohasida keng ishlatildi. Bunday matnlarni lingvistik jihatdan tahlil qilish turli til birliklarini qamrab oladi.

¹ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. – Москва: Флинта: Наука, 2008.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili va tadqiqot metodologiyasi. Mediamatnlar va ommaviy axborot vositalari diskursi tadqiqi borasida xorijda olib borilgan ilmiy izlanishlarning sirasiga ukrain olimi Y.V.Litkovichning zamonaviy mediadiskursida pleonazmlar tahliliga oid ishini, G.A.Grigoryanning zamonaviy ingliz tilidagi ijtimoiy tarmoqlarda egalik va o'zlik olmoshlarning pragmatik ahamiyatiga oid qarashlarini kiritish mumkin². Qolaversa, mediamatnlarning asosiy kategoriyalari, mediamatn tuzish tamoyillari, ommaviy axborot vositalari tili va uslubini o'rgangan qator xorijiy va yurtimiz olimlari sirasiga T.G.Dobrosklonskaya, M.N.Volodina, T.V.Chernishova, Y.N.Zasurskiy, A.N.Baranov, A.Abdusaidov, G.X. Bakiyeva, D.M.Teshabayeva kabilarni kiritish mumkin³. С.И.Сметанина "Медиатекст в системе культуры" nomli monografiyasida medialingvistikaning olti asosiy bo'limga ajralganini e'tirof etadi. 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, Sh.A.Usmonovanning "Media diskursda gazeta tili tendensiyalari (o'zbek va ingliz tillari misolida)" nomli ilmiy ishi⁴, N.S. Nasrulloevaning "O'zbek va ingliz tillarida kompyuter va internet jargonlarining chog'ishtirma tadqiqi"ga oid izlanishlari, va R.Artikovanning "Mediamatnda presedent fenomenining lingvomadaniy aspekti (o'zbek va ispan gazetalari misolida)" nomli tadqiqotlari aynan mediadiskursiga oid lisoniy muammolar yechimiga qaratilgan⁵. Mediamatn universal, muayyan, tipologik hamda mislsiz maqsadlarni o'zida mujassam etgan ko'p tomonlama tadqiqotlar markazida bo'lib kelmoqda. Ingliz ilmiy adabiyotlarida mediamatn (media text) termini o'tgan asr oxirlarida ommaviy kommunikasiya tekstlarini tahlili borasida qo'llanila boshlandi. N.Fairclough "mediamatn" terminini keng ma'noda qo'llashni taklif qiladi va unga bosma matbuot maqolalari, intervyu, televizion ko'rsatuvlar va veb sahifalarni kiritadi⁶.

Tahlil va natijalar. Mediamatn - turi va janridan qat'i nazar har qanday ommaviy axborot vositalarining matni hisoblanib, uning sharofati bilan ommaviy kommunikasiya sohasida nutqiy muloqot amalga oshiriladi. G.Y. Solganikning mediamatn haqidagi fikrlari quyidagicha: "Mediamatn – ommaviy auditoriyaga mo'ljallangan hamda ommaviy axborotga taalluqli muallif tomonidan xarakterlangan o'ziga xos usulga ega turli ko'rinishdagi matnlardir"⁷.

Bugungi kunda mediamatn qaysidir ma'noda oddiy matndan ahamiyatliroqdir. Bu matnni har tomonlama va yanada aniq ifodalovchi grafika, shu bilan birga, voqealarni kadrlarda mujassam etgan televizion ovozli matn hamdir. Mediamatn universal xususiyatlarga ega. Uning o'ziga xosligi shundaki, u turli media tuzilmalarga kiritilishi mumkin. M.Y.Kazak mediamatnning asosiy xususiyatlariga quyidagilarni ta'kidlaydi:

² Литкович Ю. В. Плеоназмы в современном медиа-дискусе: структура, семантика, функции: Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. – Киев, 2016. – В. 20.

³ Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. – Москва, 2010. – С. 286.

⁴ Усмонова Ш.А. Медиадискурса газета тили тенденциялари (ўзбек ва инглиз тиллари мисолида): Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. – Тошкент, 2022. – В. 56.

⁵ Ataboyev B. Mediamatnlar tilning ijtimoiy ifodasi hamda til boyishining asosiy resursi sifatida. O'zbekiston xorijiy tillar. 2024-yil, 10-jild. – В.60-75.

⁶ Fairclough N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. — Routledge. 2003. — 288p.

⁷ Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. — Серия 10. Журналистика. — 2005. — №2. — С. 7–1

1. Mediaviylik - matnning u yoki bu mediavositalar yordamida mujassamlashuvi, tarqalish kanalining formati va texnik imkoniyatlarini o'z ichiga oladi.

2. Ommaviylik - mediamahsulotlar ishlab chiqarilishi barobarida ommaga taqdim etilishi.

3. Integrativlik - turli semiotik kodlarning yagona kommunikativ yaxlitlikka birlashuvi bilan kechadigan jarayon bo'lib, mediamatnni yaratishda uning mazmun-mohiyati, tuzilishi va belgisi ravishda ochiqqligini ta'minlaydi.

Media nutqi quyidagi o'ziga xos xususiyatlarga ega:

1. Guruhga aloqadorlik (adresat o'z guruhining fikrlarini baham ko'radi).

2. Oshkoralik (ochiqlik, ommaviy adresatga yo'naltirilganlik).

3. Polemik yo'nalish (keyingi muhokama bilan polilog yaratish).

4. Sahnalashtirish va ommaviy xususiyat (bir vaqtning o'zida bir nechta adresat guruhlariga ta'sir qilish).

5. Axborot globalligi va murakkabligi.

6. Dunyoning geomadaniy rasmidagi presedent o'rni va boshqalar⁸

Shuningdek, K.J. Kumar mediadiskursda paydo bo'ladigan mediamuloqot hajmi o'zining vositalari soni va ko'lamining oshib borayotgani bilan kengayib borayotganligini e'tirof etadi. Mediamuloqot vositalari sirasiga quyidagilarni kiritadi:

1. Televideniye

2. Internet

3. Radio

4. Nashr (gazeta va jurnallar)

5. Kino va video materiallar

6. Kitoblar⁹.

"Mediamatn" tushunchasi hozirgi kunda zamonaviy jamiyatdagi real voqelikni tasvirlash uchun kommunikatsiya, jurnalistika nazariyasi, sotsiologiya va boshqa sohalarda qo'llaniladi.

Ma'lum bir ma'noda "mediamatn" tushunchasi turli ko'rinishlari va belgilari bilan farqlanadi. Masalan, jurnalistik matn, reklama matni, internet matni tur va ko'rinishiga, janr va shakliga ko'ra tasniflanadi, ammo ularning barchasi mediamatn sifatida ifodalanadi.

Mediamatnlar tur va ko'rinishlariga ko'ra quyidagicha tasniflanadi:

1. OAV turlari bo'yicha mediamatnlarning yaratilishi, tuzilishi va qo'llanilishiga ko'ra:

- bosma nashrlar matni (an'anaviy jurnalistik janr turlari, masalan, yangilik, reportaj, maqola, sharh va boshqalar);

- telematn (shunga ko'ra janr turlari bo'yicha va an'anaviyga qo'shimcha maxsus janrlar, masalan, tok-shou va boshqalar);

- radiomatn (janr turlari bo'yicha);

- kinomahsulot (janr turlari bo'yicha);

- ijtimoiy tarmoqlar matni (SMS, chat);

- internet matni (an'anaviy janr turlari va maxsus janr turlari bo'yicha farqlanadi);

vab-nashrlar, masalan, blog, post va ijtimoiy tarmoqlarda sharh, shakl bo'yicha - gipermatn va ijtimoiy tarmoqlarda nashr ichidagi giperhavasiz post, multimediali nashrlar va boshqalar);

2. Qabul qilish usuliga ko'ra:

⁸ Лассан Э. Лингвистика ставит диагноз... Очерк «духа эпохи» в свете данных лингвистического анализа. - Вильнюс: Изд-во Вильнюсского университета, 2011. - С. 252.

⁹ Kazak M. J. Global Media Journal, available at: http://test.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm

- bosma-qog'oz matni;
- audiomatn;
- telematn;
- veb-nashr.

3. Subyekt va faoliyat turlariga ko'ra:

- kasbiy jurnalistik matnlar (bular o'z o'rnida badiiy-publitsistik, tahliliy, axboriy, ko'ngilochar janr turlari bo'yicha farqlanadi);
- nokasbiy (bloggerlik, fuqarolik) jurnalistik matnlar;
- reklama matnlari (janr turlari bo'yicha reklama e'loni, buyurtma maqola va boshqalar);
- PR-matnlar (janr turlari bo'yicha);
- targ'ibot matnlari (janr turlari bo'yicha — varaqadan tortib OAVdagi maqolagacha);
- ilmiy, ixtisoslashgan ekspert matnlar (turli ko'rinishlari – ilmiy maqola, qo'llanmadan u yoki bu sohada ekspert sharhigacha)

4. Mediamatnlar uslubiga ko'ra:

- hujjatli-publitsistik matn;
- ilmiy matn;
- badiiy matn (ommaviy madaniyat va san'atga oid matnlar);
- ommaviy-ko'ngilochar matn.

5. Mediamatnlar uslubiga ko'ra:

- ommaviy-siyosiy matn;
- ijtimoiy-muammoli matn;
- tarixiy matn;
- badiiy matn;
- madaniyatshunoslik matni;
- falsafiy matn;
- diniy matn¹⁰.

Shubhasiz, matnlarning bunday tasniflanishi shartli hisoblanadi va bu ularni asosiy toifalarga bo'linishini ta'minlaydi. Mediamatnlarni o'rganishda ularni toifalarga ajratish yaxshi samara beradi.

Demak, mediamatnlarning turlari o'zining til xususiyatlariga ega. Bunday matnlar ham og'zaki va yozma ko'rinishda mavjud bo'ladi. Mediamatnlarda matn kategoriyalaridan biri "intertekstuallik" alohida ahamiyatga ega.

"Intertekst – bu matnlarning asrlar osha rivojlanib kelayotgan majmuasidir; bu majmua yo ideal yo virtual saviyada yo kitob darajasida mavjud bo'lib, o'ziga xos doirani tashkil qiladi.

Ahamiyatli tomoni shundaki, doira ichida matnlar yaratilishi vaqti, o'z janri, ma'no va mazmun yetkazish usuli, qo'llanish yoxud tatbiq qilinish sohasi, eng muhimi, tillar bo'yicha guruhlariga ajratiladi" – deydi N.N.Belozerova¹¹. Intertekstuallik haqida jiddiy izlanishlar olib borgan rus olimasi N. Fateeva esa badiiy matndagi intertekst turlari sifatida quyidagilarni belgilaydi:

1. Allyuziya
2. Reminissensiya
3. Epigraf

¹⁰ Красноярова О.В. Текст и медиатекст: проблема дифференциации понятий. // Вопросы теории и практики журналистики, 2013. – Т. 4. – №1

¹¹ Белозерова Н.Н. Интегративная поэтика. Тюмень, 1999.

4. Sarlavha
5. Havola (sitata)
6. Aforizmlar
7. Maqol, matal¹²

Intertekstual birlik mediamatning jarnlarida turlicha namoyon bo'ladi. Asosan og'zaki mediamatnlarda maqol, matallarni ko'proq qo'llanishini ko'rishimiz mumkin. Bu asosan televideniya ko'rsatuvlarida qo'llaniladi. Mediamatnda bunday birliklarni tahlil qilishda intervyu, reportaj, ocherk kabi yozma va og'zaki namoyon bo'la oladigan janrlarda allyuziya, iqtibos kabi intertekstual birliklar qo'llanilishi mumkin.

Xulosa va takliflar. Mediamatlar ommaviy muloqotda media ma'lumotlarni, ommaviy axborot vositalari manbalarini yetkazish, saqlash uchun foydalaniladigan aloqa vositalari sanaladi. Bunday ommaviy axborot vositalari matnlari tilshunoslikning yaqinda paydo bo'lgan sohasi, medialingvistikasining asosiy, muhim predmeti hisoblanadi. Zamonaviy insonning hayotini internet va televideniyasiz, radio va zamonaviy aloqa vositalarisiz tasavvur qilib bo'lmaydi, ular yordamida odamlar eng so'nggi va eng dolzarb yangiliklarni tezda bilib oladilar va bir-birlarini qisqa vaqt oralig'ida istalgan masalada ba'zi voqealar haqida xabardor qilishlari mumkin. Bunday matnlarda intertekst turlaridan foydalanish matn mazmunini o'zida ifodalashi, emotsional-ekspressiv imkoniyatlarining yarq etib ko'zga tashlanish imkonini beradi. Shu o'rinda aytib o'tish joizki, intertekstuallik bu kodlangan ma'noning o'quvchi tomonidan tushunilishidir. Shu bois ham intertekstlar oldindan keng omma uchun tanish matnlar bo'lishi kerak, aks holda matnni tushunish jarayonida kommunikativ muvaffaqiyatsizlik yuz beradi.

Intertekstning xalq ichida mashhurligi, uni o'qishi yoki eshitishi bilan o'quvchi ongida o'ziga xos reaksiya paydo bo'lishi nazarda tutilishi matnning kommunikativ muvaffaqiyatini ta'minlagan omillardan biridir

Demak, intertekstlar kitobxonni matn mazmuni tomon yo'naltiradi. Ya'ni avval kitobxon uchun tanish bo'lgan matn idrok qilinadi, undan keyin berilgan asl matn mazmuni bilan qo'shib idrok qilinadi. Bu holat o'quvchiga muallif niyatini, berilgan matnning g'oyasini chuqurroq anglashga imkon beradi.

Media nutqining asosiy shakllari esa yangiliklar matnlari, reklama matnlari va boshqa turdagi media matnlardir. Bunday matnlarda intertekstual birliklarning qo'llanishi mediamatn mazmunini to'la ochib bera oladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Хомидова М. Бадиий матн перцепциясида интертекстуаллик. PhD. илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Т., 2021.
2. Йўлдошев М. Бадиий матннинг лингвопоетик тадқиқи. Фил. фан. доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Т., 2010.
3. Худойқulov М. Журналистика ва публицистика. О'quv qo'llanma. – Toshkent: Universitet, 2010.
4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. – Москва: Флинта: Наука, 2008.
5. Литкович Ю. В. Плеоназмы в современном медиа-дискусе: структура, семантика, функции: Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. — Киев, 2016.

¹² Хомидова М. Бадиий матн перцепциясида интертекстуаллик. PhD илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Т., 2021. – Б. 36-37.

6. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. — Москва, 2010. — 286 с.
7. Усмонова Ш.А. Медиадискурса газета тили тенденциялари (ўзбек ва инглиз тиллари мисолида): Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. — Тошкент, 2022.
8. Краснаярова О.В. Текст и медиатекст: проблема дифференциации понятий. // Вопросы теории и практики журналистики, 2013. — Т. 4. — №1
9. Kazak M.J. Global Media Journal, available at:
10. Fairclough N. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. — Routledge. 2003. — 288p.
11. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. — Серия 10. Журналистика. — 2005. — №2. — С. 7–1.
12. qizi Xomidova, M. F. (2019). INTERTEXTUALITY AND LITERARY TRANSLATION. *Scientific Bulletin of Namangan State University*, 1(6), 309-311.
13. Xomidova M. F. The problem of intertextuality in modern linguistics //Central Asian Problems of Modern Science and Education. — 2019. — Т. 3. — №. 4. — С. 259-263.