INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARIDA MEDIADISKURSNING KOMMUNIKATIV-PRAGMATIK XUSUSIYATLARI

Siddiqova Iroda Abduzuhurovna
Mirzo Ulug‘bek nomidagi
O‘zbekiston milliy universiteti
Filologiya fanlari doktori, professor

Rizayeva Kamola Shuxratovna
Islom Karimov nomidagi
Toshkent davlat texnika universiteti
“Chet tillar” kafedrasi katta o’qituvchisi

Annotatsiya: Mazkur maqolada ingliz va o‘zbek tillaridagi mediadiskurs kommunikativ-pragmatik nuqtai nazardan tahlil etilgan. Ishda zamonaviy ommaviy axborot vositalarining tilshunoslik nuqtai nazaridan kommunikativ funksiyalari, ijtimoiy va madaniy kontekstdagi diskurs strategiyalari, nutq aktlari, intensional ma’no, presuppozitsiya, implicatura va ijtimoiy-pragmatik vositalarning qo‘llanilishi tadqiq qilingan. Mediatekstlarda axborot yetkazish, ta’sir o‘tkazish, e’tiqod shakllantirish kabi pragmatik vazifalarning amalga oshirilish shakllari ingliz va o‘zbek tillaridagi namunalarda qiyosiy tahlil asosida ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: mediadiskurs, kommunikativ-pragmatik yondashuv, diskurs strategiyalari, nutq akti, pragmatika, presuppozitsiya, implicatura, axborot vositalari, til va jamiyat, intermadiallik, madaniy konnotatsiya, milliy til tafakkuri.

Abstract: This article analyzes media discourse in English and Uzbek from a communicative-pragmatic perspective. The work examines the communicative functions of modern media from a linguistic perspective, discourse strategies in a social and cultural context, speech acts, intensional meaning, presupposition, implicature, and the use of socio-pragmatic tools. The forms of implementation of pragmatic tasks such as conveying information, influencing, and forming beliefs in media texts are considered on a comparative basis in English and Uzbek samples.

Keywords: media discourse, communicative-pragmatic approach, discourse strategies, speech act, pragmatics, presupposition, implicature, media, language and society, intermediacy, cultural connotation, national language thinking

Аннотация: В статье анализируется медиадискурс в английском и узбекском языках с комуникативно-прагматическом направлении. В работе рассматриваются коммуникативные функции современных медиа с лингвистической точки зрения, а также стратегии дискурса в социальном и культурном контекстах, речевые акты, интенциональное значение, пресуппозицию, имликатуру и использование социально-прагматических средств. На основе сопоставительного анализа образцов в английском и узбекском языках исследованы формы реализации прагматических задач, таких как передача информации, воздействие и формирование убеждений в медиатекстах.

Ключевые слова: медиадискурс, коммуникативно-прагматический подход, дисурсивные стратегии, речевой акт, прагматика, пресуппозиция, импликатура, СМИ, язык и общество, посредник, культурная коннатация, национальное языковое мышление.

Mediadiskurs ommaviy axborot vositalarida ishlatiladigan tilni o‘z ichiga oladi va bu tildan keng miqyosda ijtimoiy va madaniy kontekstda foydalaniladi. Mediadiskursning asosiy vazifasi-axborot tarqatish, auditoriyani ma’lumot bilan ta‘minlash, fikrlarni shakllantirish va jamiyatda yuz berayotgan voqealar haqida ongni rivojlantirishdir. Mediadiskursda ishlatiladigan til ko‘plab

kommunikativ vositalarni o‘z ichiga oladi. Ushbu diskurs turlari o‘zlarining mazmunini va uslubini turli auditoriyalarga yetkazish maqsadida qo‘llaniladi. Kommunikativ-pragmatik jihatlar esa, mediadiskursning qanday qilib ma‘lum bir kontekst doirasida muloqot qilishini va ma‘lum bir maqsadga erishishini ko‘rsatadi[1].

Qo‘shimcha ravishda, mediadiskursning kommunikativ-pragmatik jihatlari kommunikativ hamda pragmatik xususiyatlarga qaratilgan tahliliy yondashuvlarni anglatadi. Shu bilan bir qatorda, mediadiskursning turli xil kommunikativ maqsadlarga xizmat qilishi va turli kontekstlar, vaziyatlarda qanday pragmatik funksiyalarni bajarishi xususida ham so‘z yuritadi, mediadiskursining ijtimoiy, madaniy va siyosiy ta’sirini chuqurroq tushunish imkonini beradi[2].

Mediamatnlarning maqsadga yo‘naltirilgan ishlari, jumladan axborot berish, ta’sir qilish, ko‘ndirish yoki o‘quvchilarni biror harakatga undash.

1. Implicature: *We need to take back control* – mazkur misolda umummilliy harakat qilish kerakligi nazarda tutilmoqda. *After the CEO‘s announcement, the company’s stock prices plummeted* – salbiy ma’noda CEO reklamasiga shama qilinganini anglashimiz mumkin.

2. Presupposition: *The president addresses the nation’s growing unemployment issue* maqola sarlavhasi o‘quvchiga ishsizlik o‘sib borayotganligi haqida taxmin qilish imkonini beradi. *The Minister Addresses the Nation’s Growing Concerns* da o‘sib borayotgan hamda keng ko‘lamda hal qilinishi kerak bo‘lgan muammo mavjudligiga ishora qilingan.

3. Speech Acts: *Join the millions who have switched to our service*-mazkur misol axborot berish bilan bir qatorda o‘quvchi yoki tinglovchini xizmatidan foydalanishga undamoqda. *Government Declares State of Emergency* –gapida hodisa haqida faqatgina ma’lumot berib qolmay, balki tinglovchilarga yangi rasmiy qarorni e’lon qilmoqda. *City Council to Vote on New Public Park*-misolida esa axborot uzatish bilan birga xalqni qiziqishga ham undash ma’nosi sezilib turibdi.

4. Politeness Strategies: Xaridorga doimo muloyimlik bilan muomala qilish talab qilinadi. Misol uchun, *We’re experiencing a few minor delays* gapini *Your order is late.* o‘rniga ishlatish muloyimlikning belgisidir.

5. Sarcasm: Fikr-mulohazalarni tanqidiy yo‘l bilan ifodalash. *Great job, team, we’ve only lost by 20 points!* gapida jamoani maqtash bilan bir qatorda jamoa xatti-harakati tanqid qilinmoqda.

Keltirilgan misollar pragmatikaning ingliz ommaviy axborot vositalarida qanday hal qiluvchi rol o‘ynashini, siyosiy nutqning nozikliklaridan tortib reklama va mijozlarga xizmat ko‘rsatishda qo‘llaniladigan strategiyalargacha ta’sir ko‘rsatishini namoyon etadi. Pagmatik elementlarni tushunish mediadiskursning murakkab jihatlarini hal qilishning kalitidir.

O‘zbek mediadiskursida pragmatikaga misollar quyidagilar:

1. Salomlashish:

O‘zbek xalqida xabar yoki intervyu boshida salomlashish juda muhimdir. Xabarlarni boshlashda Assalomu alaykum deb boshlash tinglovchi bilan muloqotga kirishishning yoki diqqatni tortishning bir usulidir. Misol uchun, *Assalom Aleykum! Xayrli oqshom, biz nutq madaniyatidan darslarmizni boshladik. #nutqmadaniyati*

[1] Teshaboyeva D., Bakiyeva G., Isroil M., Toshmuhamedova L., Nuritdinova M. Medialingvistika va tahrir. – T.:”O‘ZBEKISTON” NMIU, 2019.

[2] Степанов Г.В. Стихия языка в стихии споров // Литературная газета. – М., 1984. – № 26.; Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М., 1977.; Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994.; Лаптева О.А. Живая телевизионная речь. – М., 1998.; Рождественский Ю.В. Теория риторики. – М.: Добросвет, 1997. – С.477.; Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры. – СПб, 2002.; Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., УРСС, 2005.; Кривенко Б.В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. – Воронеж, 1993.; Арский Ю.М., Гиляревский Р.С. Инфосфера: информационные структуры, системы ипроцессы в науке и обществе. – М., ВИНИТИ, 1996.; Бернштейн С.И. Язык радио. – М.: Наука, 1977.; Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. – М., Воскресенье, 1999.; Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационногообщества. – М., МГУ, 1999.; Teun van Dijk. News as discourse. – NY, 1988.; Bell A. The Language of News Media. – Oxford, 1991.; Montgomery M. An Introduction to Language and Society. – London, OUP, 1992.; Fairclough N. Media Discourse. – London, 1995.; Montgomery M. The Media. British Council, 1996.

Assalomu alaykum hurmatli tinglovchilar! Oltin vodiy sadolari yana efirda, boshlovchingiz Dilso‘z. Ishlayotgan, dam olayotgan, yo‘lda ketayotgan xullas barcha-barchaga yaxshi kayfiyat tilab qolgan holda navbatdagi viktorina savolini boshlaymiz.

2. Murojaat qilish:

O‘zbek mediadiskursida e’lon, xabar yoki maqolalarda murojaat qilish usullari pragmatikaga misollar bo‘la oladi. Masalan, *Hurmatli iste’molchilar! Kommunal to‘lovlarni vaqtida amalga oshirishni unutmang*! *Hurmatli yig‘ilish ishtirokchilari! Bugun tabiiy boyliklardan tog‘ri foydalanish, kelgusi avlodga ham yetkazish masalalari ko‘rib chiqiladi.*

3. Xabar va reklamalarni takrorlash:

O‘zbek mediadiskursida xabar, reklama va intervyularda takrorlash ham amalga oshiriladi. Masalan, *Bu maqolani takror chop etaylik, Bu e’lonni bir necha marta e’lon qilish kerak* kabi takrorlash usullaridan foydalanish pragmatikaga misol sifatida ko‘rsatilishi mumkin.

Mazkur misollar, o‘zbek mediadiskursida pragmatikaga oid ba’zi ko‘rinishlarni aks ettiradi. Pragmatika mediatilida kommunikatsiyani amalga oshirishda muhim ahamiyatga ega bo‘lib, foydalanuvchilarga xabarning maqsadi, munosabatini hamda boshqa muhim ma’lumotlarni tushuntirishga yordam beradi.

Ijtimoiy tarmoqlar: Ijtimoiy media platformalari, foydalanuvchilarning turli xil maqsadlarda kommunikativ strategiyalardan foydalanadigan virtual makoni hisoblanadi. Masalan, foydalanuvchilar o‘z postlarida heshtaglar (#) dan foydalanadilar, bu esa ularning xabarlarini ko‘proq odamlar ko‘rishi va muhokama qilishi uchun qulay vositadir. Shuningdek, emoji va giflar kabi vizual elementlar ham foydalanuvchilarning xabarlarini yanada ifodali va ta’sirchan qiladi.

Feeling grateful for the opportunity to partner with XYZ brand! Their products have truly transformed my skincare routine. Swipe up to shop now! #ad.

Yangi taom makonimiz @Lapiyola restoranida! Mmm, maza! 🥰🍲 *#Oshxonalar #Oshpazlik #YangiMenu*

Yangilik sarlavhalari qisqa va ta’sirchanligi bilan o‘quvchilarni jalb qilish uchun mo‘ljallangan. Pragmatik jihatdan, sarlavhalar o‘quvchining diqqatini tortish uchun tanlangan so‘zlar va iboralardan foydalanadi. Misol uchun, *To‘fon Yaqinlashmoqda: Minglab Kishilar Xavfsiz Joylarga Ko‘chirilmoqda* sarlavhasi darhol xavf darajasini ko‘rsatadi va o‘quvchilarni voqea haqida o‘qishga undaydi.

Ushbu turlar til xususiyatlaridan kelib chiqqan holda yanada kichikroq guruhlarga ajratildi aynan shu guruhlar ingliz va o‘zbek tillaridagi mediadiskursining qisman izomorfik hamda to‘laqonli allomorfik xususiyatlarini namoyon etishga xizmat qilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии. – М.: Смысл: Академия, 2010. – 309 с.
2. Милевская Т.В. О понятии «дискурс» в русле коммуникативного подхода // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. – Пятигорск: ПГЛУ, 2002. – Ч. 1. – С. 188–190.
3. Кибрик А. А., Паршин П. Б. Дискурс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/ enc/gumanitarnye_ nauki/lingvistika/DISKURS.html.
4. Рыжкова Л. П. Французская прагматика. – М.: URSS, 2007. – 236 с.
5. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. –М.: Прогресс,1999. – 413 с.
6. Степанов Г.В. Стихия языка в стихии споров // Литературная газета. –М.,1984.–№26.
7. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М., 1977.
8. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994.
9. Лаптева О.А. Живая телевизионная речь. – М., 1998.
10. Рождественский Ю.В. Теория риторики. – М.: Добросвет, 1997. – С.477.