

MEDIA LINGUISTICS: PRAGMATIC APPROACH TO CREATING MEDIA TEXT

Teshabaeva Dilfuza Muminovna
UzSWLU, PhD, professor

Abstract

No matter how information is received, it is still expressed through language. The study of the selection, adaptation and use of language tools in the media requires its identification and refinement, given the possibility of the characteristic pragmatic impact of each mass communication. There will also be an opportunity to implement a goal-oriented language policy.

The status of media language depends on two factors, namely how we understand the term language and how the language of the media is among the functional types of national language. In this article, pragmatic approach to media text is examined.

Key words: Medialinguistics, media text, pragmatic approach, mass media, language.

Глобаллашув жараёнини бошидан кечираётган ҳозирги жамиятнинг бирор бир соҳасини медиа тилисиз тасаввур этиш қийин. ОАВда техник имкониятларнинг кенглиги ижтимоий соҳалар етказиб бераётган ахборотларни бир вақтнинг ўзида фақат лисоний эмас, балки нолисоний усулларда ҳам ифодалашга ёрдам беради. Шу туфайли уни илм-фан, публицистика ва маданият тили деб ҳам таърифлашади.

Ҳозирги вақтда жамият сон-саноксиз ОАВ орқали янгиликлардан тезда воқиф бўлишдек катта ва тезкор имкониятларга эга бўлди. Ахборот қандай тарзда қабул қилинмасин, у, барибир, тил воситалари орқали ўз ифодасини топади.

Медиада тил воситаларини танлаш, мослаштириш ва ишлатишни ўрганишда ҳар бир оммавий коммуникациянинг характерли прагматик таъсири имконидан келиб чиққан ҳолда, уни аниқлаш ва такомиллаштириш талаб этилади. Шунингдек, мақсадга йўналтирилган тил сиёсатини амалга ошириш имконияти туғилади.

Медиа тилининг мақоми икки омилга, яъни биз тил истилоҳини қайси

маънода тушунишимиз ва ОАВ тили миллий тилнинг функционал турлари орасида қандай ўрин эгаллаб турганлигига боғлиқ бўлади. Н. Маҳмудовнинг фикрича: “... тил миллат деган бирликнинг тамал тоши, у бой берилса, миллат ҳам бой берилади. ... миллатнинг борлиги ва бирлигининг бош белгиси тилдир”.

Ҳозирда ОАВ тили миллий тилнинг барча функционал турлари орасида ҳукмрон ўринни эгалладики, унда барча функционал услубларнинг ресурслари мужассамлашган. Бошқача қилиб айтганда, ОАВ тили бугунги кунда, буни хоҳлаймизми, йўқми, миллий тилнинг жамлама образидан иборатдир.

Ҳозирги кунда оммавий ахборот воситалари нутқнинг энг таъсирчан ва мақбул шакли, жамоатчилик фикри, қарашлари ва кайфиятларини шакллантиришнинг самарали механизми сифатида намоён бўлаётганлиги эътироф этилмоқда.

Яна шуни ҳам қайд этиш жоизки, атрофимиздаги оламнинг публицистик шарҳи турли таъсирчан воситалар қўлланганлиги туфайли инсонларга кучли таъсир кўрсатади. В.Ф. Петренко “Агар ахборот сизни қизиқтирса ёки у одамлар хатти-ҳаракатига таъсир кўрсата олади, деб ҳисоблансагина ахборот етказиш содир бўлади” деб ҳисоблайди.

Медиадаги воқеаларни узатишда уларни оммавий онгга самарали таъсир ўтказиш нуктаи назаридан тадқиқ этиш ва баҳолаш ҳам беқиёс амалий аҳамиятга эга. Зеро, оммавий ахборот воситаларининг ўзига хос лисоний ва нолисоний хусусиятлари орқали яратилган дунёнинг публицистик манзараси бошқа турдаги дунё моделларига қараганда кучлироқ таъсир этиш хусусиятига эга. Маълумки, тил фақатгина тафаккурнинг аксигина эмас, балки унга етарлича таъсир ўтказувчи воситадир.

Матбуот матнларини яратиш публицистик дискурс сифатида тавсифланади ва коммуникатив, услубий ва тил меъёрларига мувофиқ равишда яратилади. Таъсирчанлик функцияси – газета-публицистик услуби учун энг муҳим вазифа саналади. Шу боисдан публицистиканинг табиати, ифодали восита ҳамда манбалари ҳақидаги масаланинг тўғри ҳал этилиши фақат назарий эмас, балки катта амалий аҳамиятга ҳам эгадир.

Дунёнинг исталган қиёфаси – субъект, вақт ва макон каби асосий таркибий қисмлардан иборат. Дунёнинг публицистик суратини таҳлил қилиш орқали публицистик нутқнинг энг муҳим омиллари – муаллиф, вақт ва маконнинг ўзига хосликлари, публицистикада инсон образи, унинг тасвир тили ҳақида чуқурроқ илмий тасаввурга эга бўлиш мумкин.

И.М. Кобозева қайд этишича, ОАВ тилини лингвистик нуктаи назаридан тадқиқ қилар эканмиз, биз нутқий фаолиятнинг бу соҳасида юзага келадиган ибораларни ҳаракатлар сифатида қараб, эътиборни адресат онгига

режалаштирилган таъсирни таъминловчи тил воситалари ва техникага қаратишимиз лозим.

А. Урус “биз ўз нутқимизни қурганимизда ибораларимизни муайян жанр схемаси ва индивидуал нутқий ғоя шаклида намоён этамиз. Биз сўзларни ипга тизгандек тизмаймиз, сўздан-сўзга бормаймиз, балки керакли сўзлар билан муайян бўшлиқни тўлдиргандек бўламиз”, деб таъкидлайди.

Ахборотнинг аҳамиятли эканлиги унинг прагматик хусусияти ҳисобланади. Ҳар қандай ахборотнинг қадри, унинг прагматик савияси (даражаси) ушбу ахборот қўйилган мақсадга эришишга қанчалик хизмат қилишига боғлиқ бўлади. Чунки мулоқот аниқ коммуникатив ният (интенция) билан бевосита боғлиқ. Мазкур ҳолат эса, бу каби талабларга жавоб берувчи тил воситаларини танлашда алоҳида стратегия кераклигини асослайди.

Масс-медиаларнинг тилнинг ички миқёсидаги таъсирини ўрганиш ОАВнинг бир лисоний-маданий доирада тилнинг қўлланишига таъсирини тадқиқ этишга асосланган.

Журналистика фаолиятининг асосий мақсади – долзарблиқни баҳолаш ва ушбу баҳолашни омма онгига сингдириш. Журналистлар фаолияти доираси – долзарблиқ доираси. Унинг вазифаси (функцияси) – омма онгига аниқ долзарб воқеалар асосида баҳолашларни сингдириш ҳисобланади

Журналистлик матнининг умумий функционал эффективлиги аудитория қизиқишини қондириш даражаси ва ахборотнинг тўғри дозалаштирилганлигига боғлиқ. Бу журналистлик меҳнати, унинг ўзига хос ва профессионал хусусиятларининг оммавий аҳамиятини белгилаб беради. Матн яратишда журналист учун муҳим бўлган нарса ахборотнинг нотўғри интерпретация қилиниши, белгиланган психологик тўсиқларни топиш ва уларни бартараф этиш билимига эга бўлишдир.

Замонавий коммуникацион жамиятнинг оммавий жараёнида публицистик коммуникация муҳим ўринни эгаллаб бормоқда. Турли маданият ва билимлар мавжуд бўлган кўп қиррали дунё ягона билим ва периферия маркази билан алмашади. Ушбу марказ ўз тармоқларига эга бўлиб, улар керакли билимлар билан марказ томонидан таъминланади. Замонавий коммуникацион жамиятнинг бу каби тўқнашув билан характерланиши ҳаётимизни тубдан ўзгартиради. Бу ўзгаришлар жамият фикрининг ўзгаришига кўра намоён бўлади.

Журналистик матнда мавжуд таъсир кучига эришиш учун етарли маълумотларни тўплаш керак, бундай хусусиятлар сифатни ва ва маълумот қабул қилиш самарадорлигини оширади. Бунинг натижасида матн оммавий аудиторияда амалий ва ташкилий оммавий таъсирларни келтириб чиқаради. Томошабиннинг ишонарли хатти-ҳаракатини рағбатлаштириши ёки ўқувчиларнинг фикри, мулоҳазалари, ҳис-туйғулари ва ўзига хос

журналистика қийматини ташкил этадиган муайян муҳитга мослашишидир. Махсус таълимга эга бўлмаган, журналистик матндаги жанрлар хусусиятини билмай туриб биринчи марта қалам тебратаётган муаллиф профессионал журналист эмас. Улар ўз асарларини умумлаштирилган журналистик матн қоидаларига мувофиқ қурадилар. Фикрлаши орқали турли маълумотларни тўплашга, у орқали омма эътиборини жалб қилишга интлади. Аммо буни тўла-тўқис журналистик асар дейиш қийин.

Медиа тили яратган дунё манзараси хабаретказиш, ишонтириш ва таъсир ўтказишга мўлжалланган. У кўпгина адресатларнинг мафкуравий, сиёсий мақсад ва қарашлари билан белгиланади. Шунинг учун ҳам ОАВ бир даврнинг ўзида бир эмас, балки (чексиз миқдорда) бир неча дунё манзараларини яратишга қодир. Мазмунан улар бир бирига қарама-қарши ҳам бўлишлари мумкин. Бунда фақат ОАВ учун хос бўлган тезкорлик, долзарблик, ҳаракатчанлик каби хусусиятларгина умумий бўлиши мумкин, холос. Прагматик ёндашув нутқ яратувчи – субъект (адресант) ва нутқ объекти(адресат)нинг ўзига хос сифатларини чуқурроқ ўрганиш имконини беради. Бу, ўз навбатида, Медиа тилининг табиати, стилистик йўналганлиги, эмоционаллиги, экспрессивлиги ва баҳолаш каби қатор хусусиятларини ҳам аниқлашга ёрдам беради.

Прагматик жиҳатдан тил инсоннинг мақсадга йўналтирилган фаолиятини амалга ошириш воситаси сифатида қаралади. Муайян ахборотни етказиш воситаси бўлган тил мулоқот жараёнида коммуникантларга шу тариқа таъсир кўрсатади. Шу маънода тил белгили воситаларнинг алоҳида системаси сифатида талқин этилади, яъни инсоний фаолият соҳасида киши ҳулқини ўзига хос равишда бошқаради.

Прагматик нуқтаи назардан тил инсон фаолиятини амалга ошириш қуроли сифатида ўрганилади. Муайян бир ахборотни узатиш воситаси бўлгани ҳолда тил мулоқот чоғидаги коммуникантларга таъсир ўтказади. Бунда тил инсон фаолиятида унинг хатти-ҳаракатларини муайян даражада тартибга солувчи белгили воситалар системаси сифатида қаралади.

Прагматика инсоният томонидан лисоний белгилардан фойдаланишнинг барча шарт шароитларини, вазиятларини ўрганишни кўзда туттади. Шарт - шароитлардан, вазиятлардан фойдаланиш дейилганида, лисоний воситалардан уларга мос келадиган, адекват воситалардан фойдаланиш, бу орқали суҳбатдошга коммуникатив таъсир қилиш усул ва воситалари тушунилади.

Ахборотнинг прагматик хусусияти унинг қиммати билан белгиланади. Ҳар қандай ахборотнинг қиммати, яъни унинг прагматик даражаси ахборотнинг қўйилган мақсадни қанчалик амалга ошира олгани билан боғлиқ. Чунки мулоқот “аниқ коммуникатив мақсад (интенция) билан бевосита боғлиқ”. Бу – мана шундай талабларга жавоб берувчи тил

воситаларини танлашда махсус стратегияни талаб этади.

Таъкидлаб ўтиш жоизки, журналистикада универсаллик ҳар доим ҳам барча масалаларга ечим бўлавермайди. Айнан аниқ бир мақсадга эришиш лозим бўлса, профессионал янгиликка таяниш керак. Маълумотларни йиғиш, манбаларни қайта ишлаш, матн моҳиятини ўйлаб кўриш ҳамда уни маълум жанрлар ва шакллар тарозисига солишда журналистдан универсаллик, қолаверса, аниқ бир соҳага йўналганлик талаб этилади.

АДАБИЁТЛАР РЎЙҲАТИ:

1. Абдуазизова Н. Мустақил Ўзбекистон журналистика тарихи. – Тошкент.: АКАДЕМИЯ, 2007. – С.90-91.

2. Маҳмудов Н. Ўқитувчи нутқ маданияти. – Тошкент: Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси, 2007. – Б.3.

3. Петренко В.Ф. Телевидение и психология // Телевидение вчера, сегодня, завтра. – М., 1986.

4. Лисоченко О.В. Риторика для журналистов: перцентентность в языке и в речи. – Ростов-на Дону.: Феникс, 2007. -С . 256.

5. Кобозова И.М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ. – М.: Академический прокт, 2008. - С. 221.

6. Урус А. Д. Информация и мышление. – М., 1970. -С. 23.

7. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000. -С .14.

8. Доброслонская. Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. – М., 2005.

9. Кубрякова Е.С, Демьянкова В.З., Панкрац Ю. Г. Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М., 1996.

10. Рахилина Е.В. Основные идеи когнитивной семантики // Фундаментальные направления современной американской лингвистики – М., 1997.

11. Каримов Р. Тижоат хатларининг лингвопрагматик аспекти (инглиз ва ўзбек тиллари материалида). Филол.ф.бўйича... фалсафа док. (PhD)дисс. 2018. –Б. 43.

12. Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа термина и терминологическая номинация: Дис. ... д-ра филол. наук: – М.: 2005. – С.12.