

**MEDIAMATNLARNING INTRALINGVISTIK VA
EKSTRALINGVISTIK XUSUSIYATLARI**

Xodjayorov Malik Berdimurodovich

Qarshi davlat universiteti o'qituvchisi

mkhodjayorov@gmail.com

Annotatsiya: ushbu maqolada mediamatnlarning intralingvistik va ekstralingvistik xususiyatlari tahlil etiladi.

Kalit so'zlar: mediamatn, intralingvistik xususiyatlar, ta'lim, ekstralingvistika.

**ВНУТРИЯЗЫКОВАЯ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ
ХАРАКТЕРИСТИКА МЕДИАТЕКСТА**

Ходжаёров Малик Бердимуродович

Преподаватель Каршинского государственного университета

mkhodjayorov@gmail.com

Аннотация: в статье анализируются внутрилингвистические и экстралингвистические особенности медиатекстов.

Ключевые слова: медиатекст, внутрилингвистические особенности, образование, экстралингвистика.

**INTRALINGUISTIC AND EXTRALINGUISTIC
CHARACTERISTICS OF MEDIA TEXTS**

Khodjayorov Malik Berdimurodovich

Teacher of Karshi State University

mkhodjayorov@gmail.com

Abstract: this article analyzes intralinguistic and extralinguistic features of media texts.

Key words: media text, intralinguistic features, education, extralinguistics.

Medialingvistika nazariyasida mediamatn asosiy kategoriya bo'lib, bir nechta ta'riflarga ega. Ommaviy axborot vositalari matnini belgilaydi va bunday matn kreolizatsiyalanganligini ta'kidlaydi (og'zaki va og'zaki bo'lmagan komponentlardan iborat): "ma'lum bir media formatida aktuallashtirilgan va umumiy ma'no, og'zaki va media darajadagi belgi birliklarining izchil kombinatsiyasi bilan birlashtirilgan". A.Bell mediamatnning multimedia teksturasi haqida shunday yozadi: "Ommaviy axborot vositalari matnining ta'rifi matn yoki qog'ozda yozilgan so'zlar ketma-ketligi sifatidagi an'anaviy ko'rinishidan farq qiladi. Mediamatn tushunchasi ancha kengroq: u ovoz sifati, musiqa va ovoz effektlari, vizual tasvirlarni o'z ichiga oladi - boshqacha qilib aytganda, mediamatnlar aslida ularni ishlab chiqarish va tarqatish uchun ishlatiladigan texnologiyalarni aks ettiradi". Kuzmina mediamatnni media muhitidagi nutq aloqasining birligi sifatida ko'rib chiqadi: "yuqori darajadagi dinamik murakkab birlik, u orqali ommaviy kommunikatsiyalar sohasida nutq aloqasi amalga oshiriladi". Zamonaviy lingvistik tushunchada nutq va matn faoliyati tushunchalari sinonimdir". Antropotsentrik paradigma (stilistikaning yangi tarmog'i) doirasida o'zi ishlab chiqqan media stilistikasi qoidalari, xususan, media matni va aloqa kanali muallifining niyatlari asosida izohlaydi: "Ommaviy auditoriyani xabardor qilish, ishontirish va ko'ngil ochish niyatini amalga oshirish bilan bog'liq stilistik xususiyatlarga ega bo'lgan matn (intralingvistik xususiyatlar), shuningdek u mavjud bo'lgan media platformaning texnologik xususiyatlari (ekstralingvistik xususiyatlar) "

Shunday qilib, mediamatnlar deganda og'zaki va multimedia komponentlardan tashkil topgan, ommaviy auditoriya uchun ma'lum bir maqsad

(niyat) bilan yaratilgan va ommaviy axborot vositalari orqali uzatiladigan kreollashtirilgan, polikodli matnlar tushuniladi. Shuni ta'kidlash kerakki, mediamatndagi og'zaki va multimedia komponentlarining nisbati muallifning niyatiga, ma'lum bir tarqatish kanaliga va undagi potensial qabul qiluvchilarning media xatti-harakatlariga bog'liq. Bir qator tadqiqotchilarning fikricha, mediamatnning asosiy toifalari: "OAV (matnning ma'lum media vositalari yordamida gavydalanishi, uni kanalning formati va texnik imkoniyatlari bilan aniqlash), ommaviy xarakter (ikkala sohada ham) yaratish va ommaviy axborot vositalari mahsulotlarini iste'mol qilish sohasida), integratsiya yoki polikod, matn (turli semiotik kodlarni yagona kommunikativ butunlikka birlashtirish), matnning ochiqligi barchasini o'z ichiga oladi". Zamonaviy mediamatnni tahlil qilishda uning mavjudligining ham intralingvistik, ham ekstralingvistik omillarini hisobga olish kerak. Mediamatnlar faoliyatining ekstralingvistik xususiyatlariga quyidagi omillar kiradi: ommaviy axborot vositalari tomonidan tarqatiladigan ma'lumotlarning maxsus turi (ijtimoiy ahamiyatga ega, ommaviy auditoriya uchun muhim); - bir martalik foydalanish, takrorlanmaslik (mediamatnining aktualligi "chiqarilgan sana bilan belgilanadi"

- jamoaviy mediamatn ishlab chiqarish (uni yaratish va chiqarish bo'yicha jamoaviy ish);
- muloqot vositachiligi va fikr-mulohazalarning o'ziga xos xususiyati;
- cheklangan, minimallashtirilgan yoki umuman yo'q, vaqt va makonda kechiktirilgan, taqlid xarakteriga ega;
- mediamatn yaratadigan texnik vositalar;
- ommaviy axborot vositalari;

-ommaviy axborot vositalarining matni tarqatiladigan, ommaviy auditoriya tomonidan qabul qilinadigan platforma (kengroq aytganda, aloqa kanali);

- moliyaviy nashr siyosati (ommaviy axborot vositalari matnining mazmuni va texnik amalga oshirilishining xususiyatlarini belgilaydi) va boshqalar.

Turli tadqiqotchilarning fikrlarini umumlashtirib, E.N. Basovskaya OAV matnlarining boshqa ogʻzaki xususiyatlari qatorida Basovskaya "intertekstuallik, dialogizm, soʻzlashuv nutqining kengayishi, istehzo va ogʻzaki tajovuzkorlikning yuqori darajasi, til oʻyin usullaridan faol foydalanish va boshqalar" kabi xususiyatlarni aniqlaydi.

I.A. Veshchikovaning soʻzlariga koʻra, biz "bu asosiy omillar mediamatnlarni yaratishning umumiy tamoyillarini belgilaydi - standart va ijtimoiy baholash kombinatsiyasini belgilaydi. Nutq amaliyotida ular adabiy vositalarning barcha toifalari uchun ochiqlikda va bundan tashqari, ayrim adabiy boʻlmagan elementlarning maʼlum sharoitlarda ruxsat etilganligida amalga oshiriladi".

Mediamatnlarni tasniflashda medialingvistik yondashuv ularning media kommunikatsiyasining uchta yoʻnalishi boʻyicha faoliyat koʻrsatish mezonlariga asoslanadi: jurnalistika, reklama va jamoatchilik bilan aloqalar (PR), mos ravishda uchta turdagi matnlar mediamatn sifatida tushuniladi: jurnalistik, reklama va PR. Ushbu tadqiqot ishida "mediamatn" va uning sinonimi "mediadiskurs" tushunchalaridan foydalangan holda biz faqat professional nashrlar mualliflari tomonidan yaratilgan publitsistik matnlarni nazarda tutamiz. Jurnalistik matn ommaviy axborot vositalari matnining yetakchi institutsional turi sifatida, oʻz

navbatida, axborot tarqatish kanali tomonidan belgilangan matn turlarini birlashtirib, gazeta, jurnal, radio, televideniye va internet matnlarini o'z ichiga oladi.

Biroq, Internetni ommaviy auditoriyadan ma'lumot olishning asosiy manbai sifatida ustuvorligi va buning natijasida an'anaviy ommaviy axborot vositalari tomonidan tarmoq muhitining jadal rivojlanishi sharoitida mediamatnlarning tarmoq gazetalari matnlari, tarmoq radio matnlari va tarmoq televizion matnlari klassik va raqamli shakllarini integratsiyalashuvi sodir bo'lib, ularning gibridlanishiga olib keladi.

Ommaviy axborot vositalarida va Internet olamida mediamatn axborot uzatishda vositachi hisoblanadi. Lingvistik materialni ma'lum bir tarzda o'zgartirganda, bu bir qator oldin ishlatilgan atamalarning umumiy tushunchasini sanab o'tsak: "jurnalistik matn", "gazeta matni" va boshqalar. Shu bilan birga, "mediamatn" atamasi media ishlab chiqarish natijasini aks ettiradi va til va media xususiyatlarining dialektik birligi ko'rinishidagi ma'lum bir media janridagi xabar (maqola, sharh, insho va boshqalar)ni o'z ichiga oladi. Media tadqiqotlari sohasida ishlaydigan olimlarning fikriga ko'ra, mediamatnni tavsiflovchi asosiy mezon - bu uning lingvistik o'ziga xosligi bo'lib, u asosan ommaviy axborot vositalari matnining ommaviy auditoriyaga ta'sirining xarakterli yo'nalishini belgilaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Добросклонская, Т. Г. Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / Добросклонская Татьяна Георгиевна. – М., 2000. – 368 с. 135 б

2. Дускаева, Л. Р. Аналитическая речевая деятельность журналиста / Л. Р. Дускаева // Медиалингвистика в терминах и понятиях : Словарь-справочник. – 2-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2020а. – С. 179–188.
3. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров – М. : Изд-во МГУ, 1971. – 267 с. , Солганик, Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития / Г. Я. Солганик // Мир русского слова. – 2008. – № 2. – С. 9–18..
4. Басовская, Е. Н. А есть ли медиатекст? Вместо введения / Е. Н. Басовская // Редактирование медиатекста : коллектив. моногр. / С. А. Арасланова [и др.]. – М., 2020а. – С. 4–18. – 6 б
5. Вещикова, И. А. Медиаречь в координатах функциональной стилистики / И. А. Вещикова // Актуальные проблемы стилистики. – 2020. – № 6. – С. 41–49. – 45б
6. Клушина, Н. И. Интернет-текст в современной медиастилистике / Н. И. Клушина // Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. – 2020б. – № 3(132). – С. 25–31. -28б
7. Bell, A. Approaches to Media discourse / A. Bell. – London : Wiley, 1996. – 304 p. 3б
8. Sherkulov, S. (2023). The study of Utkir Hashimov's work in comparative literature.