

e-ISSN 3060-5059

DOI: 10.67227



IJTIMOYIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNAL

Scientific and Innovative Research in
Social and Humanitarian Studies

Vol. 3 • Issue 8

2026



Founded in 2024



publishscience.uz



publish_science_journal@mail.ru



PEER REVIEWED • OPEN ACCESS

MEDIAMATNNING LINGVISTIK-SEMIOTIK TABIATI VA ZAMONAVIY MEDIALINGVISTIKADAGI ILMIY TALQINLARI

Ahmedov Davronbek G'ayratbek o'g'li

Andijon davlat chet tillari instituti, mustaqil izlanuvchi.

e-mail: mr.ronenglish@gmail.com .ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2212-5021>

Annotatsiya.

Maqolada mediamatnning tilshunoslikdagi maqomi, media kanali bilan bog'langan semiotik tuzilishi va auditoriyaga yo'naltirilgan kommunikativ tabiati jahon, rus hamda o'zbek olimlarining qarashlari asosida ko'rib chiqiladi. Medialingvistika doirasida shakllangan yondashuvlarni tizimlashtirish, oddiy matn va mediamatnning farqlovchi belgilarini aniqlash hamda mediamatnning ichki qatlamlarini tavsiflash tadqiqotning asosiy maqsadini tashkil etadi. Definitson, qiyosiy va komponent tahlil natijasida mediamatnning lisoniy, semiotik, institutsional, texnologik va madaniy qatlamlari ajratildi. Tahlil mediamatn verbal xabarining o'zi bilan cheklanmasdan, tahririy tanlov, platforma imkoniyati, ko'p kodli ifoda va ommaviy auditoriya munosabatida yuzaga keladigan murakkab kommunikativ birlik ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: medialingvistika, media, mediamatn, media tili, multimodallik, semiotik kod, auditoriya, mediadiskurs.

ЛИНГВИСТИКО-СЕМИОТИЧЕСКАЯ ПРИРОДА МЕДИАТЕКСТА И ЕГО НАУЧНЫЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАЛИНГВИСТИКЕ

Ахмедов Давронбек Гайратбек угли

Андижанский государственный институт иностранных языков, независимый исследователь.

Аннотация.

В статье рассматриваются лингвистический статус медиатекста, его семиотическая структура, обусловленная спецификой медиаканала, и коммуникативная природа, ориентированная на аудиторию, на основе взглядов зарубежных, российских и узбекских исследователей. Основной целью исследования является систематизация подходов, сформировавшихся в рамках медиалингвистики, выявление отличительных признаков обычного текста и медиатекста, а также характеристика внутренних уровней медиатекста. В результате дефиниционного, сравнительного и компонентного анализа выделены лингвистический, семиотический, институциональный, технологический и культурный уровни медиатекста. Анализ показывает, что медиатекст не ограничивается вербальным сообщением, а представляет собой сложную коммуникативную единицу, формирующуюся во взаимосвязи редакционного отбора, возможностей медиаплатформы, поликодового выражения и взаимодействия с массовой аудиторией.

Ключевые слова: медиалингвистика, медиа, медиатекст, язык медиа, мультимодальность, семиотический код, аудитория, медиадискурс.

THE LINGUISTIC-SEMIOTIC NATURE OF MEDIA TEXT AND ITS SCHOLARLY INTERPRETATIONS IN CONTEMPORARY MEDIA LINGUISTICS

Ahmedov Davronbek G'ayratbek o'g'li

Andijan State Institute of Foreign Languages, Independent Researcher.

Abstract.

The article examines the linguistic status of media text, its semiotic structure shaped by the media channel, and its audience-oriented communicative nature based on the perspectives of international, Russian, and Uzbek scholars. The main objective of the study is to systematize the approaches developed within media linguistics, identify the distinguishing features of conventional text and media text, and describe the internal layers of media text. Based on definitional, comparative, and component analyses, the linguistic, semiotic, institutional, technological, and cultural layers of media text are distinguished. The analysis demonstrates that media text is not limited to a verbal message but constitutes a complex communicative unit emerging through the interaction of editorial selection, platform affordances, multimodal expression, and engagement with

a mass audience.

Keywords: media linguistics, media, media text, media language, multimodality, semiotic code, audience, media discourse.

Kirish. Raqamli texnologiyalar kundalik axborot almashinuvini jadallashtirgani sari tilning ommaviy kommunikatsiyadagi vazifasi ham kengaydi. Bugun xabar faqat matn ko'inishida tarqalmaydi: u tasvir, ovoz, video, grafika, havola, sahifa dizayni va texnik format bilan birgalikda qabul qilinadi. Shuning uchun media tilini faqat publitsistik uslubning bir ko'inishi sifatida tavsiflash yetarli emas. Media muhitida til axborotni bayon etadi, voqelikni saralaydi, muallif yoki tahririyat nuqtayi nazarini ifodalaydi hamda auditoriyaning munosabatini shakllantiradi. Ana shu holat media tili, mediamatn va mediadiskursni mustaqil ilmiy muammo darajasiga olib chiqdi.

Medialingvistika mazkur jarayonlarni o'rganuvchi fanlararo yo'nalish bo'lib, uning doirasida til birliklari media kanalidan ajratilgan holda emas, balki aynan shu kanal, janr, auditoriya va tahririy sharoit bilan birgalikda tadqiq etiladi. J. Korner medialingvistikani ommaviy axborot vositalari tiliga oid tadqiqotlarni bir maydonga jamlovchi yo'nalish sifatida izohlagan. T. G. Dobrosklonskaya esa uning markaziga ommaviy axborot vositalarida tilning faoliyat ko'rsatishini qo'yadi. Bu ikki qarash medialingvistikaning, bir tomondan, tilshunoslikka, ikkinchi tomondan esa jurnalistika, semiotika, sotsiologiya va madaniyatshunoslikka tutashishini ko'rsatadi.

Tadqiqotning o'rganilganlik darajasi. D. Perrin va G. Jakobs media orqali uzatiladigan ommaviy diskursda tilning kasbiy jihatdan ishlab chiqilishi, tahririy amaliyot va auditoriya ehtiyojlari bilan bog'liq jihatlarni yoritgan. M. Talbot mediadiskursni reprezentatsiya va interaktsiya munosabatida tekshiradi: birinchisi voqelikning qanday tasvirlanishini, ikkinchisi esa mediamatn bilan auditoriya o'rtasidagi aloqani anglatadi. S. Skovronek media omillarini lingvistik tahlilning tashqi sharti emas, balki tilning tuzilishi va qo'llanishini belgilovchi omil deb biladi. L. R. Duskayeva esa medialingvistikani media nutqi grammatikasi, mediastilistika, mediadiskurs va media nutqi tanqididan iborat yo'nalishlar tizimi sifatida ko'rsatadi.

Mediamatn nazariyasida A. Bellning qarashlari alohida o'rin tutadi. Olim yangilik materialining jurnalist va muharrir tomonidan tanlanishi, qayta ishlanishi va muayyan auditoriyaga moslashtirilishini ta'kidlab, sarlavha, lid, asosiy qism, manba, iqtibos hamda fon ma'lumotlarini uning tarkibiy qismlari sifatida ko'rsatadi. R. Fowler matbuot tilidagi nominatsiya va grammatik tanlovni ijtimoiy-ideologik talqin bilan bog'laydi. N. Fairclough mediamatnni matn, diskursiv amaliyot va ijtimoiy amaliyotning birligi sifatida tahlil qiladi. Bu yondashuvlar mediamatn tayyor gaplar yig'indisi emasligini, balki u yaratilish, tahrir, tarqatish va qabul qilish jarayonlarida mazmun kasb etishini anglatadi.

Rus tilshunosligida G. Ya. Solganik matn bilan mediamatnning mushtarak va farqli tomonlarini belgilab, mediamatnning ommaviy axborot sohasiga mansubligi, muallif-adresat munosabati va matniy modalligini ajratib ko'rsatadi. S. I. Smetanina jurnalistik matnni muayyan davr va madaniy muhit mahsuli sifatida izohlaydi; uning "voqea – mediavoqea – mediamatn" ketma-ketligi axborotning tanlanishi va qayta talqin qilinishini ko'rsatadi. M. Yu. Kazak mediamatnga ommaviylik, mediallik, semiotik integrativlik va intertekstuallik belgilarini xos deb biladi. N. I. Klushina esa mediamatnning multimediallik, polikodlik va gipermatnlilik xususiyatlarini mediadiskurs bilan bog'laydi.

O'zbek tilshunosligida D. M. Teshaboyeva va G. X. Bakiyeva mediamatnni mediamakonda yaratilgan, ommaviy auditoriyaga yo'naltirilgan va media kanali orqali tarqatiladigan kommunikativ birlik sifatida izohlaydi. S. X. Shamaqsudova mediamatnni umumiy matn nazariyasidagi matn turi, ommaviy kommunikatsiyada yuzaga keladigan maxsus shakl hamda jurnalistika, reklama va PRni birlashtiruvchi umumiy mahsulot sifatida ko'radi. M. I. Isroil mediamatn leksikasining tarixiy-ijtimoiy o'zgarishini sotsiolingvistik davrlashtirish orqali ochib beradi. A. A. Abdusayidov gazeta janrlarining axboriy va tahliliy shakllarini farqlasa, Y. Odilov globallashtirish davri publitsistikasidagi o'zlashmalar, terminlar va yangi nominatsiyalarni til taraqqiyoti bilan bog'laydi.

Tadqiqot materiallari va usullari. Maqola uchun jahon, rus va o'zbek medialingvistikasida media hamda mediamatnga berilgan ta'riflar, ularning tasniflari va metodologik mezonlari tanlandi. Definitson tahlil yordamida ta'riflarning tayanch semalari ajratildi; qiyosiy usul turli ilmiy an'analardagi ustuvor yo'nalishlarni aniqlashga imkon berdi; komponent tahlil esa mediamatnning ichki qatlamlarini tizimlashtirishda qo'llanildi. Nazariy qarashlar shaxsiy kuzatuvlar bilan almashtirilmadi, aksincha, mavjud yondashuvlarning o'zaro tutash va farqli jihatlari umumlashtirildi.

Mediamatn nazariyasidagi asosiy ilmiy yo'nalishlar

Mediamatn haqidagi ta'riflarning mazmuni umumiy bir nuqtaga borib taqaladi: u ommaviy kommunikatsiya muhitida yaratiladi va media kanalini hisobga olmasdan to'liq tavsiflab bo'lmaydi. Shu bilan birga, olimlar uning turli jihatlarni markazga qo'yadilar. Ayrim tadqiqotlarda til va janr, boshqalarida tahririy ishlov, auditoriya, mafkuraviy talqin yoki ko'p kodli tuzilish ustuvor o'rin egallaydi. Quyidagi jadval ushbu qarashlarni yagona tizimda aks ettiradi.

1-jadval. Mediamatn nazariyasidagi yetakchi yondashuvlar

№	Olim yo'nalish	Asosiy talqin	Tahlil markazi
1	J. Korner	Media tiliga oid tadqiqotlarni birlashtiruvchi fanlararo yo'nalish	Media tili va ilmiy chegaralar
2	T. Dobrosklonskaya	OAVda tilning faoliyat ko'rsatishi	Til, janr, media kanal
3	M. Talbot	Representatsiya va interaktsiya birligi	Voqelik talqini va auditoriya
4	A. Bell	Tanlangan va auditoriyaga moslashtirilgan yangilik hikoyasi	Tahririy ishlab chiqish va kompozitsiya

№	Olim yoki yo'nalish	Asosiy talqin	Tahlil markazi
5	R. Fowler va N. Fairclough	Ijtimoiy-ideologik va diskursiv amaliyot mahsuli	Leksik tanlov, hokimiyat, ijtimoiy sharoit
6	G. Ya. Solganik va M. Yu. Kazak	Ommaviy, medial va polikod kommunikativ matn	Matniy modallik va semiotik integrativlik
7	D. M. Teshaboyeva va G. X. Bakiyeva	Mediamakonda yaratilgan ommaviy kommunikativ birlik	Nutq madaniyati, kanal va auditoriya

Jadvaldagi qarashlar mediamatnni besh o'zaro bog'liq qatlamda ko'rib chiqish imkonini beradi. Lisoniy qatlam leksika, grammatika, sintaksis, uslub va matn kompozitsiyasidan tashkil topadi. Semiotik qatlam verbal birliklarni tasvir, ovoz, rang, grafika, kadr va dizayn bilan bog'laydi. Institutsional qatlam jurnalist, muharrir, tahririyat siyosati va nashr me'yorlarini qamrab oladi. Texnologik qatlam axborotning bosma nashr, radio, televideniya yoki internet orqali uzatilish shartlarini belgilaydi. Madaniy-aksiologik qatlam esa matnning ijtimoiy qadriyatlar, tarixiy xotira va baholash tizimi bilan aloqasini ifodalaydi.

Oddiy matn va mediamatnning farqlovchi belgilari

Matn va mediamatn o'rtasidagi farq, ularning har ikkisi ham til birliklaridan tuzilganligi sababli, dastlab yaqqol sezilmasligi mumkin. Har ikkisi ham mazmuniy yaxlitlik, kommunikativ maqsad, mualliflik va adresatga yo'naltirilganlik xususiyatlariga ega. Farq esa ularning yaratilish muhiti, mualliflik tuzilishi, kodlar tarkibi va tarqatish kanalida namoyon bo'ladi. Oddiy matn yakka muallifning ilmiy, badiiy yoki rasmiy faoliyati mahsuli bo'lishi mumkin, mediamatn esa ko'pincha jurnalist, muharrir, dizayner, operator, montajchi faoliyati hamda platforma talablarining uyg'unlashuvi natijasida yuzaga keladi.

2-jadval. Matn va mediamatnning differensial xususiyatlari

№	Mezon	Oddiy matn	Mediamatn
1	Yaratilish muhiti	Turli kommunikativ sohalar	Ommaviy kommunikatsiya instituti
2	Mualliflik	Ko'pincha yakka muallif	Yakka yoki jamoaviy tahririy mualliflik
3	Kod tarkibi	Asosan verbal	Verbal, vizual, audial va grafik kodlar
4	Tarqatish kanali	Qo'lyozma, kitob, hujjat va boshqalar	Matbuot, radio, televideniya, internet
5	Auditoriya	Tor yoki umumiy adresat	Ommaviy va oldindan hisobga olingan auditoriya
6	Yangilanish	Nisbatan barqaror	Tez tahrirlanishi va yangilanishi mumkin
7	Interaktivlik	Ko'pincha bilvosita	Internetda izoh, ulashish va qayta talqin imkoniyati mavjud
8	Asosiy vazifa	Mazmunni ifodalash	Axborot berish, talqin qilish va jamoatchilik munosabatini shakllantirish

Mediamatnning ko'p kodliligi barcha kanallarda bir xil darajada namoyon bo'lmaydi. Bosma nashrda yozuv, sarlavha, surat, rasm osti izohi va sahifa kompozitsiyasi birgalikda ma'no hosil qiladi. Radioda nutq, ovoz, intonatsiya, pauza va musiqiy fon yetakchi o'rin tutadi. Televideniya verbal axborotni tasvir, kadr, montaj va boshlovchi imidji bilan uyg'unlashtiradi. Internet mediamatni esa bularning barchasiga gipermatnlilik, havola, doimiy yangilanish va auditoriya ishtirokini qo'shadi. D. Kristal internet tilini yozma va og'zaki nutq imkoniyatlari tutashgan yangi kommunikativ muhit sifatida ko'rishini bejiz emas.

Media kanalining xususiyati matn shakliga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi. Efir matni vaqt bilan chegaralanganligi sababli talaffuzga qulay va bir eshitishda anglashiladigan bo'lishi kerak. Bosma matnda o'quvchi oldingi qismga qayta oladi, internetda esa havola orqali boshqa matnlarga o'tadi, izoh bildiradi va materialni ulashadi. Natijada mediamatnning lingvistik tuzilishi texnik vositaning imkoniyatlari bilan birga belgilanadi. Media texnologiyasi tilni faqat tashqi qobiq bilan ta'minlamaydi; u axborotning hajmi, ketma-ketligi, takrorlanishi va qabul qilinish usuliga ham ta'sir ko'rsatadi.

Auditoriya omili ham mediamatnning ajralmas qismidir. T. L. Kaminskaya ta'kidlaganidek, ommaviy kommunikatsiyada adresat obrazi matn tanlovi va bayon usulini belgilaydi. Nashr auditoriyaning bilim darajasi, qiziqishi, yosh xususiyatlari va ijtimoiy ehtiyojlarini hisobga olib, terminlarni izohlashi, murakkab gaplarni soddalashtirishi yoki ekspressiv sarlavhalarni tanlashi mumkin. Shu sababli mediamatnning "ommabopligi" ilmiy aniqlikning yo'qolishi emas, balki mazmunni ommaviy qabul sharoitiga moslashtirish jarayonidir.

Natijalar va muhokama. Nazariy manbalarni qiyoslash mediamatnning yagona belgi bilan cheklanmasligini ko'rsatdi. Uni faqat OAVda chop etilgan matn, faqat polikod tizim yoki faqat jurnalistik nutq deb ta'riflash tushunchaning bir tomoninigina yoritadi. To'liq tavsif uchun lisoniy tuzilish, semiotik kod, tahririy institut, texnologik kanal va madaniy kontekst birgalikda ko'rib chiqilishi lozim. Shu asosda mediamatnni ommaviy kommunikatsiya institutida yaratiladigan, media kanalining texnik-semiotik imkoniyatlari orqali shakllanadigan, tahririy ishlovdan o'tgan va keng auditoriyaga yo'naltirilgan ko'p qatlamli kommunikativ matn deb ta'riflash mumkin.

Bu ta'rif mediamatn bilan mediadiskursni ham farqlash imkonini beradi. Mediamatn muayyan shaklda tayyorlangan media mahsulotidir; mediadiskurs esa uning yaratilishi, tarqalishi, qabul qilinishi, sharhlanishi va ijtimoiy muomalaga kirishini o'z ichiga oladi. Demak, matn diskursning moddiy ko'rinishi bo'lsa, diskurs uni o'rab turgan kommunikativ va ijtimoiy jarayonlar tizimidir.

XULOSA

Mediatilshunoslikning shakllanishi media tilini alohida janr yoki uslub doirasida emas, balki ommaviy kommunikatsiyaning murakkab muhiti bilan birga o'rganish ehtiyojidan kelib chiqqan. Ingliz tilshunosligida reprezentatsiya, tahririy ishlov va ideologik tanlov; rus tadqiqotlarida mediallik, polikodlik, madaniy muhit va matniy modallik; o'zbek tilshunosligida esa nutq madaniyati, kanal, janr, auditoriya va leksik yangilanish masalalari yetakchi yo'nalishlar sifatida ko'zga tashlanadi.

Mediamatn oddiy matnning texnik vosita orqali tarqatilgan nusxasi emas. U lisoniy, semiotik, institutsional, texnologik va madaniy qatlamlarning birligida shakllanadi. Ushbu qatlamlardan birini e'tibordan chetda qoldirish mediamatnning kommunikativ tabiatini to'liq ochishga imkon bermaydi. Mediamatnni ana shunday ko'p sathli birlik sifatida o'rganish internet yangiliklari, reklama, televideniya, radio va ijtimoiy tarmoq materiallarini yagona metodologik asosda tahlil qilish uchun nazariy zamin yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Corner J. The Scope of Media Linguistics // BAAL Newsletter. – 1998.
2. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс: теория, методы, направления. – Ridero, 2020. – 180 с.
3. Perrin D. Investigating Language and the Media: The Case of Newswriting // AILA Review. – 2013. – Vol. 26, No. 1. – P. 57–78.
4. Talbot M. Media Discourse: Representation and Interaction. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. – 198 p.
5. Skowronek B. Media Linguistics: An Interdisciplinary Approach to the Study of Language and Media // Медиалингвистика. – 2014. – № 1(4). – С. 16–24.
6. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта // Медиалингвистика. – 2014. – № 1(4). – С. 5–16.
7. Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell Publishers, 1991. – 296 p.
8. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London; New York: Routledge, 1991. – 254 p.
9. Fairclough N. Media Discourse. – London: Edward Arnold, 1995. – 214 p.
10. Richardson J. E. Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis. – Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 280 p.
11. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
12. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7–15.
13. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. – Санкт-Петербург: Издательство Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
14. Казак М. Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. – 2014. – № 1(4). – С. 65–76.
15. Клушина Н. И. Медиастилистика. – 2-е изд. – Москва: Флинта, 2019. – 184 с.
16. Bakiyeva G. X., Teshabayeva D. M. Mediamakonda matn. – Toshkent: O'zbekiston NMIU, 2019. – 192 b.
17. Shamaqsudova S. X. Mediamatnlarning tili, uslubi va janriy xususiyatlari: filol. fan. d-ri (DSc) diss. avtoref. – Toshkent, 2022. – 74 b.
18. Isroil M. I. Bosma media tilining sotsiolingvistik aspekti: filol. fan. d-ri (DSc) diss. avtoref. – Toshkent, 2024. – 76 b.
19. Abdusaidov A. A. Gazeta janrlarining til xususiyatlari: filol. fan. d-ri diss. avtoref. – Samarqand, 2005. – 48 b.
20. Odilov Y. Globallashuv davri publitsistikasi tilining taraqqiyoti. – Toshkent: Nodirabegim, 2020. – 140 b.