

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 9

2026



Founded in 2024



publishscience.uz



publish_science_journal@mail.ru



PEER REVIEWED • OPEN ACCESS

ZAMONAVIY MEDIADISKURSNING LINGVISTIK-KOMMUNIKATIV XUSUSIYATLARI

Rajabbayeva Feruza Rajabbayevna

Ma'mun Universiteti, Dotsent, (PhD).

E-Mail: Feruza.Rajabbayeva@Mail.Ru ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-8471-415X>

Annotatsiya.

Maqolada zamonaviy mediadiskursning lingvistik va kommunikativ xususiyatlari to'rt sath — leksik-semantik, stilistik, sintaktik-kompozitsion hamda kommunikativ-pragmatik sathlar doirasida tizimli tahlil qilingan. Ingliz va o'zbek tillaridagi teleloyihalar, yangiliklar va intervyu matnlari misolida polisemiya asosida kontekstual ma'noning shakllanishi, metafora va bathos kabi badiiy-uslubiy vositalarning emotsional-ekspressiv vazifasi, kogeziya vositalarining tanlanishi, kooperatsiya maksimalarining buzilishi hamda nutq navbatini boshqarish mexanizmlari asoslab berilgan. Tahlil natijasida ingliz va o'zbek tillaridagi mediadiskursning umumiy hamda milliy o'ziga xos xususiyatlari aniqlangan.

Kalit so'zlar: mediadiskurs, kontekstual ma'no, konnotatsiya, metafora, bathos, kogeziya, kooperatsiya maksimalari, nutq navbati, ethos, pathos.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МЕИАДИСКУРСА

Раджаббаева Феруза Раджаббаевна

Университет Маъмуна, доцент, (PhD).

Аннотация.

В статье проводится системный анализ лингвистических и коммуникативных особенностей современного медиадискурса на четырёх уровнях: лексико-семантическом, стилистическом, синтаксико-композиционном и коммуникативно-прагматическом. На материале текстов телевизионных проектов, новостных сообщений и интервью на английском и узбекском языках рассматриваются формирование контекстуального значения на основе полисемии, эмоционально-экспрессивные функции таких стилистических приёмов, как метафора и батос, выбор средств когезии, нарушение максим кооперации, а также механизмы управления очерёдностью речевых ходов. В результате анализа выявлены общие и национально-специфические особенности медиадискурса в английском и узбекском языках.

Ключевые слова: медиадискурс, контекстуальное значение, коннотация, метафора, батос, когезия, максимы кооперации, очерёдность речевых ходов, этос, пафос.

LINGUISTIC AND COMMUNICATIVE FEATURES OF CONTEMPORARY MEDIA DISCOURSE

Rajabbayeva Feruza Rajabbayevna

Mamun University, Associate Professor, (PhD).

Abstract.

This article presents a systematic analysis of the linguistic and communicative features of contemporary media discourse across four levels: lexical-semantic, stylistic, syntactic-compositional, and communicative-pragmatic. Drawing on television programs, news reports, and interview texts in English and Uzbek, the study examines the formation of contextual meaning through polysemy, the emotional and expressive functions of stylistic devices such as metaphor and bathos, the selection of cohesive devices, violations of the cooperative maxims, and mechanisms of turn-taking management. The analysis identifies both shared and culturally specific features of media discourse in English and Uzbek.

Keywords: media discourse, contextual meaning, connotation, metaphor, bathos, cohesion, cooperative maxims, turn-taking, ethos, pathos.

Kirish. Mediadiskursning lingvistik tavsifi bugungi tilshunoslikning eng faol rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Buning sababi shundaki, ommaviy axborot vositalari tili bir vaqtning o'zida ikki qarama-qarshi tendensiyaning — standartlashuv va ekspressivlikka intilishni — o'zida mujassam etadi. Bir tomondan, mediamatn tezkorlik, aniqlik va tushunarlilik talablari asosida qoliplashgan konstruksiyalarga tayanadi; ikkinchi tomondan, auditoriya e'tiborini jalb etish zarurati uni doimiy ravishda yangi obrazli vositalar izlashga undaydi.

Mazkur qarama-qarshilik mediadiskursni faqat bir sath doirasida tavsiflashni imkonsiz qiladi. Shu bois maqolada mediadiskursning lingvistik-kommunikativ xususiyatlarini leksik-semantik, stilistik, sintaktik-kompozitsion va kommunikativ-pragmatik sathlar birligida o'rganish vazifasi qo'yilgan. Tadqiqotning maqsadi – ingliz va o'zbek mediadiskursida bu sathlarning o'zaro ta'siri qonuniyatlarini aniqlash va ular asosida ikki tildagi medianutqning tipologik qiyosini amalga oshirishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Mediamatnning lingvostilistik xususiyatlari T. G. Dobrosklonskaya tomonidan tizimli tavsiflangan bo'lib, u mediamatnlarning asosiy turlari uchun lingvomediy belgilarning maxsus majmuini ajratadi [13; 62–70-b.]. Kognitiv metafora nazariyasi G. Lakoff va M. Johnson asarlarida ishlab chiqilgan; ularning fikricha, metafora til hodisasi bo'lishdan avval tafakkur hodisasidir, zero inson tushuncha tizimining o'zi metaforik tabiatga ega [8; 3–8-b.].

Kommunikativ-pragmatik sath tahlili uchun nazariy asos sifatida J. Austinning nutqiy aktlar nazariyasi [1; 94–108-b.], H. P. Gricening kooperatsiya prinsipi va uning maksimalari [4; 45–47-b.], P. Brown va S. Levinsonning "yuz" (face) nazariyasi [3; 61–64-b.] hamda suhbat tahlili doirasida ishlab chiqilgan nutq navbatini taqsimlash mexanizmlari xizmat qiladi. Matn bog'lanishining lingvistik vositalari – referensiya, substitutsiya, ellipsis, konnektorlar va leksik kogeziya – matn lingvistikasi doirasida tavsiflangan.

O'zbek tilshunosligida mediadiskursning stilistik talqiniga bag'ishlangan izlanishlar orasida F. R. Rajabboyevaning ishi alohida ajralib turadi; unda ingliz mediadiskursiga xos bathos ko'chimining o'zbek mediadiskursida ham voqelanishi aniqlangan [15; 108–110-b.]. A. Shodiqulovanning tadqiqotida esa mediamatnda metonimiyaning kognitiv-diskursiv jihatlarini o'rganilgan. Shunga qaramay, mediadiskurs xususiyatlarini sathlararo o'zaro ta'sir nuqtayi nazaridan yaxlit tavsiflash masalasi ochiq qolmoqda.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot davomida komponentli tahlil, distributiv tahlil, kontekstual-interpretatsion tahlil, diskursiv tahlil va qiyosiy-tipologik usullardan foydalanildi. Leksemalarning denotativ va konnotativ ma'nolari izohli hamda frazeologik lug'atlar ma'lumotlari bilan qiyoslash yo'li bilan aniqlandi.

Empirik material sifatida ingliz tilidagi "The Voice", "Big Brother", "Survivor" teleloyihalari transkriptlari, BBC va The Guardian yangilik matnlari hamda o'zbek tilidagi "Ovoz" ko'rsatuvi, Kun.uz va Telegram-kanallar matnlaridan olingan namunalar tahlil qilindi. Umumiy tanlanma ikki til bo'yicha teng nisbatda shakllantirildi, bu esa qiyosiy tahlil natijalarining ishonchligini ta'minladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

1. Leksik-semantik sath: polisemiya asosida kontekstual ma'no hosil bo'lishi. Tahlil mediadiskursda ko'p ma'noli leksemalarning lug'aviy ma'nodan chekinib, kontekstual ma'no kasb etishi muntazam hodisa ekanini ko'rsatdi. Ingliz tilidagi «The Voice» ko'rsatuvida hakamning ijroga bergan bahosida qo'llangan energy va likes leksemalari shunga misol bo'la oladi: birinchisi ijrochining sahnadagi harakati va hissiy kuchini, ikkinchisi esa ijtimoiy tarmoqdagi ommaviylikni emas, balki tinglovchi bilan hissiy yaqinlik va samimiyatni ifodalaydi. O'zbek mediadiskursida ham shu hodisa kuzatiladi: «Ovoz» ko'rsatuvidagi Ovozni tark etmoq birikmasi denotativ ma'noda tovush tushunchasiga emas, konnotativ jihatdan loyihadan chetlashtirilish jarayoniga ishora qiladi [15; 115–116-b.]. Bu misollar mediadiskursda ma'no hosil bo'lishining semantik emas, balki diskursiv xarakterga ega ekanini tasdiqlaydi: leksemaning aniq ma'nosi til tizimidan emas, muayyan kommunikativ vaziyatdan kelib chiqib belgilanadi. Amaliy jihatdan bu hol tarjima va mediamonitoring uchun muhim: lug'aviy ekvivalent tanlash kontekstual ma'noni ko'pincha yo'qotadi.

2. Stilistik sath: metafora. Mediadiskursda metafora boshqa ko'chim turlariga nisbatan faolroq qo'llaniladi va u, avvalo, baholash hamda emotsional-ekspressivlikni ta'minlash vazifasini bajaradi. Ingliz materialida hakamning ijroni maqtash uchun qo'llagan warm summer breeze («iliq yozgi shamol») metaforasi ovozning yumshoqligi va tinchlantiruvchi ta'sirini idrok etish uchun kognitiv asos yaratadi. Tanqidiy bahoda esa to climb Mount Everest with flip-flops on («shippak bilan Everestga chiqish») kabi okkazonal metafora qo'llanilib, u tilda tayyor ibora sifatida mavjud emas, ya'ni muallif ixtirosi — idioshtil hodisasi sanaladi.

O'zbek mediadiskursida ham shunga o'xshash modellar faol: «Bu Yulduz allaqachon osmonda, yana qaysi osmonlarni zabt etmoqchisiz» iborasida ishtirokchi ismi bilan yulduz leksemasining omonimik mos kelishi metaforik obraz yaratish uchun asos bo'lgan; «xuddi shamolga o'xshaysiz, judayam tez gapirar ekansiz» misolida esa tabiat hodisasi nutq sur'atiga qiyoslangan. Demak, har ikki tilda ham metaforaning manba sohasi sifatida asosan tabiat, harakat va fazoviy o'lchov konseptlari xizmat qiladi, bu esa G. Lakoff va M. Johnson ko'rsatgan universal kognitiv modellarni tasdiqlaydi.

3. Stilistik sath: bathos (antikulminatsiya). Ingliz mediadiskursi uchun o'ziga xos bo'lgan ko'chim turlaridan biri — bathos, ya'ni kutilgan jiddiylik yoki hayajonning keskin pasayishi natijasida kulgili yoxud be'mani taassurot hosil bo'lishidir. A. Pope bu hodisani yuksak darajadan pastga tushish, jiddiy mavzudan arzimmas narsaga o'tish sifatida ta'riflagan [9; 12-b.]. Reality-showlarda ishtirokchining avval dunyoni o'zgartirish haqidagi jiddiy o'y-fikrlarini bayon etib, so'ng g'alaba sovrini bilan yangi avtomobil sotib olish niyatini e'lon qilishi tipik bathos holatidir.

Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, mazkur usul o'zbek televizion va dramatik diskursida ham faol qo'llaniladi, biroq o'zbek tilshunosligida unga mos terminologik ekvivalent ishlab chiqilmagan. Fikrimizcha, uni «antikulminatsiya» yoki «kulminatsion pasayish» atamasi bilan berish maqsadga muvofiq; bu esa milliy stilistik terminologiyani boyitishga xizmat qiladi.

4. Sintaktik-kompozitsion sath: kogeziya vositalari. Yangilik matnlari tahlili kogeziyaning beshta asosiy turi — referensiya, substitutsiya, ellipsis, konnektorlar va leksik kogeziyaning mediadiskursda notekis taqsimlanishini ko'rsatdi. Ingliz yangilik matnlarida referensiya va konnektorlar ustunlik qiladi, o'zbek yangilik matnlarida esa leksik

kogeziya — kalit leksemaning takrorlanishi va sinonimik almashinuvi — yetakchi o'rinni egallaydi. Buning sababi o'zbek tilida olmoshli havolaning rasmiy uslubda cheklangan qo'llanilishi bilan izohlanadi.

5. Kommunikativ-pragmatik sath: kooperatsiya maksimalari. H. P. Grice ajratgan to'rt maksima — munosabat, sifat, miqdor va tarz maksimalari — mediadiskursda muntazam ravishda ataylab buziladi. Ayniqsa, sarlavha yaratishda miqdor maksimalasining buzilishi tizimli hodisaga aylangan: sarlavha matn mazmunini to'liq ochmaydi, aksincha, axborotni qasddan chala berish orqali implikatura hosil qiladi va o'quvchini matnga jalb etadi. Zamonaviy raqamli muhitda bu usul «klikbeyt» nomini olgan bo'lib, uning lingvistik mexanizmi aynan kooperatsiya prinsipining nazorat ostidagi buzilishiga asoslanadi.

6. Kommunikativ-pragmatik sath: xushmuomalalik va nutq navbatlari. Intervyu janridagi materialning tahlili P. Brown va S. Levinson taklif etgan ijobiy va salbiy «yuz» kategoriyalarining mediamuloqotda yaqqol namoyon bo'lishini ko'rsatdi: jurnalist noqulay savolni bevosita emas, bilvosita nutqiy akt shaklida beradi, bu esa suhbatdoshning salbiy «yuzi»ga tahdidni yumshatadi. Tok-shou materialida nutq navbatlari taqsimlashning uch mexanizmi — «hozirgi so'zlovchi keyingisini tanlaydi», «o'z-o'zini tanlash» va «so'zlovchining davom etishi» — hamda uch xil qoplanish turi (terminal, rekognitiv va progressional) qayd etildi. O'zbek tok-shou diskursida boshlovchining navbat taqsimlashdagi nazorati ingliz materialiga nisbatan yuqoriroq ekani aniqlandi.

7. Ishontirish vositalari. Mediamatnning ta'sirchanligi klassik ritorik triada — ethos, logos va pathosning muvozanatiga tayanadi. Yangilik va axborot-tahliliy matnlarda logos ustunlik qilsa, publitsistika va reklamada pathos yetakchi o'rinni egallaydi; ethos esa manba obro'si, ekspert fikriga havola va rasmiy statistikaga tayanish orqali shakllantiriladi. O'zbek mediamatnlarida ethos komponenti rasmiy manba nomini keltirish orqali, ingliz matnlarida esa mustaqil ekspert sharhi orqali quriladi.

MUHOKAMA

Tahlil natijalari mediadiskurs xususiyatlarini alohida sathlar bo'yicha emas, sathlararo o'zaro ta'sir doirasida o'rganish zarurligini tasdiqlaydi. Masalan, polisemiya asosida hosil bo'lgan kontekstual ma'no (leksik sath) baholash funksiyasi orqali stilistik sathga chiqadi, u esa o'z navbatida auditoriyaga ta'sir ko'rsatish strategiyasining bir qismi sifatida pragmatik sathda voqelanadi. Bir yo'nalishli tahlil bunday ko'p bosqichli mexanizmni ocha olmaydi.

Qiyosiy jihatdan olingan natijalar ikki muhim umumlashmaga imkon beradi. Birinchidan, mediadiskursning kognitiv asoslari (metaforik modellar, freym tuzilmalari) universal xarakterga ega. Ikkinchidan, ularning til sathidagi voqelanishi milliy stilistik me'yor va janr an'anasi bilan chegaralanadi. Aynan shu ikkinchi jihat o'zbek mediadiskursi uchun mustaqil tipologik tavsif ishlab chiqishni taqozo etadi.

Tadqiqotning cheklovi sifatida material hajmining nisbatan chegaralanganini, shuningdek, og'zaki mediadiskursning prosodik komponenti tahlil doirasiga kiritilmaganini qayd etish lozim. Kelgusi izlanishlarda korpus lingvistikasi vositalaridan foydalanish natijalarning statistik ishonchliligini oshirishi mumkin.

XULOSA

Birinchidan, zamonaviy mediadiskursda leksik ma'no diskursiv tarzda shakllanadi: ko'p ma'noli leksemalar lug'aviy ma'nodan chekinib, kommunikativ vaziyat talab etgan kontekstual va konnotativ ma'no kasb etadi.

Ikkinchidan, metafora mediadiskursning yetakchi ekspressiv vositasi bo'lib, uning manba sohalari (tabiat hodisalari, fazoviy o'lchov, harakat) ingliz va o'zbek tillarida umumiylik kasb etadi; farq esa okkazional metaforalarning faollik darajasida namoyon bo'ladi.

Uchinchidan, bathos ingliz mediadiskursining faol stilistik usuli bo'lib, u o'zbek media va dramatik diskursida ham voqelanadi; o'zbek tilshunosligida unga «antikulminatsiya» terminologik ekvivalentini belgilash maqsadga muvofiq.

To'rtinchidan, kogeziya vositalarining taqsimlanishida tillararo tafovut mavjud: ingliz yangilik matnida referensiya va konnektorlar, o'zbek yangilik matnida leksik kogeziya ustunlik qiladi.

Beshinchidan, mediadiskursning pragmatik o'zagi kooperatsiya maksimalarining nazorat ostidagi buzilishi, «yuz» strategiyalari va nutq navbatlari boshqarish mexanizmlaridan tashkil topadi; ularning nisbati janr va milliy media an'anasiga bog'liq holda o'zgaradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Austin J. L. How to Do Things with Words / ed. by J. O. Urmson. – Oxford: Clarendon Press, 1962. – 166 p. URL: <https://search.worldcat.org/title/898913803>
2. Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991. – 277 p. URL: https://books.google.com/books?id=X_s5PwAACAAI
3. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>
4. Grice H. P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts / ed. by P. Cole, J. L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58. URL: <https://sites.ualberta.ca/~francisp/Phil428.526/GriceLogicConversation.pdf>
5. Halliday M. A. K. Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. – London: Edward Arnold, 1978. – 256 p. URL: https://openlibrary.org/books/OL4476966M/Language_as_social_semiotic
6. Halliday M. A. K., Hasan R. Cohesion in English. – London: Longman, 1976. – 374 p. URL: <https://books.google.com/books?id=719QAAAAAAAJ>
7. Hymes D. H. Models of the Interaction of Language and Social Life // Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication / ed. by J. J. Gumperz, D. Hymes. – New York: Holt, Rinehart and Winston, 1972. – P. 35–71. URL: <https://books.google.com/books?q=Directions+in+Sociolinguistics+Gumperz+Hymes+1972>

8. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 276 p. URL: <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html>
9. Pope A. *An Essay on Criticism*. – London: W. Lewis, 1711. URL: <https://www.gutenberg.org/ebooks/7409>
10. Searle J. R. *Indirect Speech Acts // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts* / ed. by P. Cole, J. L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – P. 59–82. URL: <https://brill.com/display/book/edcoll/9789004368811/BP000004.xml>
11. Sacks H., Schegloff E. A., Jefferson G. *A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation // Language*. – 1974. – Vol. 50, No. 4. – P. 696–735. – DOI: 10.2307/412243. URL: <https://doi.org/10.2307/412243>
12. Talbot M. *Media Discourse: Representation and Interaction*. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. – 198 p. URL: <https://edinburghuniversitypress.com/book-media-discourse.html>
13. Добросклонская Т. Г. *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учебное пособие*. – Москва: Флинта; Наука, 2008. – 263 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004045363>
14. Ван Дейк Т. А. *Язык. Познание. Коммуникация* / пер. с англ.; сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова. – Москва: Прогресс, 1989. – 312 с.
15. Rajabboyeva F. R. *Mediadiskursning semantik tipologiyasi va stilistik talqini (ingliz va o'zbek tillari misolida) : filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi*. – Nukus, 2025. – 160 b.
16. Shodiqulova A. B. *Mediamatnda metonimiya voqelanishining kognitiv-diskursiv xususiyatlari : filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati*. – Toshkent, 2022. – 54 b.
17. Rahmatullayev Sh. *O'zbek tilining frazeologik lug'ati*. – Toshkent: Qomuslar bosh tahririyati, 1992. – 379 b. URL: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011096362/