



Received: October 6, 2024
Accepted: December 22, 2024
Available online: December 25, 2024

Shahodat Usmonova

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa
doktori (PhD), dotsent
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O'zbekiston

GAZETA DISKURSINING METODOLOGIK TAHLILI

ANNOTATSIYA

Media transformatsiyasi jarayonida jurnalistning ijodiy faoliyati mahsuli va uning ommaviy auditoriyaga ta'siri turli til birliklari orqali namoyon bo'ladi. Bu jarayonda mediamatn faol ishtirok etadi. Mediamatn, bu – ommaviy axborot vositalari (OAV) yordamida yaratilgan matn bo'lib, u ijtimoiy hodisani o'z ichiga oladi va ma'lum bir maqsad hamda vazifaga muvofiq voqelikni ifodalaydi, olamning lisoniy manzarasida yangi g'oyani shakllantiradi. Qolaversa, OAVlari matni universal semantik birlik, ijtimoiy sohaga aloqador segmentlar belgisi, ommaviy muloqot obyektini, ijodiy faoliyat natijasidir. Shu sababli, u auditoriyaga katta ta'sir etuvchi darajadagi kommunikativ birlik sifatida turli nuqtayi nazardan o'rganiladi.

OAVlar soni va turi yildan yilga ko'payib bormoqda. Shuning barobarida turli semiotik birliklarni o'zida mujassam etgan media tili ham takomillashib bormoqda. Tilshunoslar tomonidan medialingvistik sohasini, jumladan, gazeta tilini o'rganishga bo'lgan qiziqishning tobora ortib borayotgani ham tabiiy hol, albatta. Buning o'ziga yarasha sabablari bor. Birinchidan, gazeta media tiliga xos bo'lgan asosiy stilistik usul va vositalarni o'zida mujassam etgan eng qadimgi OAV bo'lsa, ikkinchidan, lingvistik tavsif nuqtayi nazaridan qaraganda gazeta matnlari tilshunoslikning turli aspektlarida ilmiy-tadqiqot olib borish uchun har tomonlama qulay. Chunonchi, gazeta tilining tadqiqi uning funksional-uslubiy xususiyatlarini o'rganishni ham taqozo etadi. Ushbu xususiyatlarni aniqlashdagi asosiy mezon – funksional uslub va uning muhim funksiyalarini nazariy jihatdan tadqiq etish sanaladi. Darvoqe,

Shahodat Usmonova

Associate Professor, Doctor of Philosophy in
Philological Sciences (PhD)
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan
E-mail: sh.usmonova@uzswlu.uz
ORCID iD: 0009-0002-7154-5492

METHODOLOGICAL ANALYSIS OF NEWSPAPER DISCOURSE

ABSTRACT

In the process of media transformation, the product of journalistic creative activity and its influence on the mass audience are manifested through various linguistic units. Media text plays an active role in this process. Media text, created through mass media, encapsulates social phenomena and expresses reality according to specific goals and tasks, forming new ideas in the linguistic landscape of the world. Mass media text serves as a universal semantic unit, a sign of segments that carry out social activity, an object of mass communication, and a result of creative endeavor. Consequently, it is studied from various perspectives as a universal communicative unit.

The increasing number and types of mass media are evident annually, leading to the evolution of media language. As media language develops, linguists are increasingly interested in studying media linguistics, including newspaper language. This interest arises for several reasons: newspapers, being the oldest mass medium, embody primary stylistic devices characteristic of media language. Additionally, newspaper texts are suitable for scientific research on various linguistic aspects. Analyzing newspaper language requires studying its functional and methodological features, primarily determined by the functional style and theoretical examination of its functions. Communicative-discursive analysis of newspaper texts indicates their creation aligns with the functional tasks of the publicistic style.

This article employs the methodology of critical discourse analysis (CDA) to examine the complexities of newspaper discourse, the use of linguistic units in covering various social

gazeta matnining kommunikativ-diskursiv tahlili natijasida ularning yaratilishi publitsistik uslubning funksional vazifalari bilan bog'liqligini ta'kidlab o'tish joiz.

Ushbu tadqiqot ishi gazeta diskursining murakkabliklarini, turli ijtimoiy masalalarni yoritishda til birliklarining o'z o'rnida qo'llanilishini hamda tanqidiy diskurs tahlili (TDT) metodologiyasi orqali matndagi lingvistik xususiyatlar, ularning struktural tuzilishi va ijtimoiy-siyosiy kontekstning ommaviy auditoriyaga ta'sirini o'rganadi. Shuningdek, maqolada gazeta diskursining tilning qanday strategiyalari va tasviriy vositalari orqali ijtimoiy fikrni shakllantirishdagi o'rni va ahamiyati haqida ma'lumotlar beriladi.

Kalit so'zlar: gazeta diskursi, tasvir, tanqidiy diskurs tahlili, kommunikativ-diskursiv tahlil, ommaviy fikr, lingvistik xususiyatlar, funksional uslub, ijtimoiy masalalar.

KIRISH

Muloqotning ma'lum bir turi sifatida ommaviy kommunikatsiya matnlarini o'rganish, unda ba'zi bir tuzilmalar nutq qoidalariga binoan hosil bo'ladi. Deyarli barcha tadqiqotchilar bir ovozdan ommaviy axborot vositalari (keyingi o'rinlarda – OAV)ning nutqi ortida g'oya yotganini tan olishadi. Umuman olganda, mediamatn va publitsistik matn tushunchalari bilan bir xil. Zamonaviy mediamatnning publitsistik matnga nisbatan auditoriyaga ta'siri juda samarali. Publitsistik uslubda mediamatn turli OAV yondashuvlari orqali o'zgacha ko'rinishga ega bo'ladi.

Zamonaviy publitsistik matnning uslubiy-semantik xususiyatlarini o'rganish bugungi kun tadqiqotchilari zimmasiga katta mas'uliyat yuklaydi. Publitsistik uslub matn orqali ifoda etiladi. Publitsistik matn uchun u yoki bu funksiyaning ustunligi, avvalo, janrning xususiyatiga bog'liq. Axborot matnlarda standartga muvofiq tuzilgan ma'lumotlarga ustunlik berilsa, tahliliy matnlarda ekspressivlikka moyillikni kuzatish mumkin. Publitsistik matn nafaqat muallifga xos bo'lgan g'oyalar to'plamini, voqealikalarga o'z nuqtayi nazarini, vaziyatni talqin qilishni, balki muallif tomonidan o'z pozitsiyasini lingvistik jihatdan shakllantirish uchun foydalanadigan muayyan lisoniy vositalarni ham o'z ichiga oladi.

Publitsistik uslub emotsional, ta'sirchan, ifodali soha. Bu ta'sirchanlik tabiati badiiy adabiyotdagidan farq qiladi, chunki u obrazli emas. Publitsistika janrlari ham shakl va mazmun jihatdan o'ziga xos xususiyatlarga egadir, ular ham xuddi adabiyot va san'atdagi janrlar singari kichikdan kattaga, yagonadan umumiyga, oddiylikdan mukammallikka o'sib boradi [Xudoyqulov, 2011; 19].

K.V. Tulupovning ta'kidlashicha, “agar jurnalistika deganda, axborotni olish, qayta ishlash va yetkazish bilan bog'liq odamlarning alohida turdagi kasbiy faoliyati tushunilsa, u holda publitsistikaga OAV kanallari orqali auditoriyaga faol

problems, and the influence of linguistic features in the text, its structure, and socio-political context on the mass audience. Additionally, this article provides information about the role and significance of newspaper discourse in shaping public opinion through linguistic strategies and visual means.

Key words: newspaper discourse, image, critical discourse analysis, communicative discourse analysis, public opinion, linguistic features, functional style, social issues.

ta'sir ko'rsatish bilan bog'liq ijodiy faoliyat turi sifatida qarash lozim. Aynan shuning uchun ham jurnalistik emas, balki publitsistik matnlarning mavjudligi haqida so'zlash joiz. Shuni aniq aytish mumkinki, publitsistik matn haqida muallif qarashlarini o'ziga xos usullar orqali namoyon etuvchi, alohida uslubga ega, kengaytirilgan dalillar bilan beriladigan matn sifatida qarash, tasavvur etish eskirib qolgan" [Tulupova, 2007].

V.G. Kostomarovning fikricha, axboriy va ta'sir ko'rsatuvchi funksiyalarning publitsistik matnda ustuvorligi uning umumiy konstruktiv tamoyili, ya'ni standart va ekspressiyaning navbatma-navbat tarzda birikib kelishini belgilab beradi [Kostomarov, 1971; 26].

Mediamatnlar tipologik xarakterining muhim xususiyati shundan iboratki, matnning mazmunan tavsifi uning mediamakonda muntazam ravishda yoritiladigan mavzularning tematik jihatdan ustunligini ajratish imkonini beradi. Axborot oqimining tarkibiy qismi tahlili barcha mediakontent yoki mediamatnlarning tabiiy ravishda tashkil etiladigan barqaror tematik tuzilmalari mavjudligini ko'rsatadi. Mediamatn tushunchasi zamirida bir qator o'ziga xos og'zaki va ketma-ket birliklar bog'liqligi yotadi. Umuman olganda, og'zaki belgilarning umumiy birlashuvi sifatida matnlarni to'g'ridan-to'g'ri sharhlashdan farqli o'laroq, OAV matni ko'p hajmli va ko'p qatlamli xususiyatlarga ega. Bu matnning u yoki bu OAV mediavositalar yordamida qanday yaratilishi bilan izohlanadi. K.V. Tulupova mediamatn tushunchasiga quyidagicha izoh beradi: "Muallifning publitsistik matn yordamida auditoriya bilan muloqoti ommaviy kommunikatsiya doirasida kechadi. Bunday turdagi matnlarni atash uchun "mediamatn" degan termin ishlatiladi. Biron bir matnni mediamatnlar jumlasiga kiritishda uning omma ongiga ta'sir o'tkazish maqsadida ommaviy axborot kanallari bo'yicha translyatsiya qilinishi asosiy xususiyat hisoblanadi". Bundan tashqari, yana mediadiskurs termini ham faol ishlatiladi, fikrimizcha, u publitsistik so'ziga qaraganda ko'proq mos keladi [Tulupova, 2007].

Bizning fikrimizcha, mediamatn har qanday OAVlarining matni hisoblanib, uning sharofati bilan ommaviy kommunikatsiya sohasida nutqiy muloqot amalga oshiriladi. Mediamatn – publitsistik, gazeta, televizion, ijtimoiy tarmoqlar, radioeshittirish va maxsus reportajlar matnining umumiy mohiyatini ifodalaydi. Funksional-janrga asoslangan mediamatnlarning quyidagi, ya'ni axborot, tahliliy, badiiy-publitsistik turlari mavjud. Ular barcha turdagi OAVlari orqali to'liq tarqatiladi.

Agar til ijtimoiy hodisa bo'lsa, OAVlarining tili jamiyatda ro'y berayotgan voqeiklarni to'liq va ta'sirchan shaklda ommaga taqdim etadi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining takomillashuvi ommaviy kommunikatsiya sohasidagi matnlar korpusining sezilarli darajada oshishiga olib keldi. Mediamatnlar OAVning miqdoriy ko'rsatkichlar bo'yicha ham, til jarayoniga sifat jihatdan ta'sir ko'rsatish nuqtayi nazaridan ham tadqiqotchilarning ommaviy kommunikatsiya sohasi diskursini ilmiy-nazariy, tahliliy va tasnifiy tadqiq qilishiga sabab bo'lmoqda. OAVlari matnining tadqiqi uni diqqat bilan tizimli o'rganishni talab qiladi. Xususan, ularning asosiy funksiyalari yozma va og'zaki yoki audiovizual darajani aniqlashda o'z aksini topdi. O'z navbatida, OAVlarining tilini og'zaki va audiovizual kodlarni birlashtirgan aralash turdagi belgilar tizimi sifatida ko'rib chiqish lisoniy o'ziga

xosligini aniqlash imkonini berdi. OAVning o'zgaruvchan vazifalari, jamiyatda ro'y berayotgan o'tish davri jarayonlari ham bunga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bu esa, jamiyatda madaniyat, siyosat va mafkurada ro'y berayotgan jarayonlarni inobatga olgan holda, OAV tilini anglash zaruratini keltirib chiqaradi. Media tilining ta'sir etish kuchi cheksizligi va til tafakkurining umumlashtiruvchanlik faoliyatida zarur qurol bo'lib xizmat qilishi, bu esa, o'z navbatida, axborot almashinuvi natijasida "dunyoni ko'rish, anglash, axborotni qabul qilishda uning ahamiyati beqiyos ekanligidan dalolat beradi" [Teshabayeva, 2012; 32].

Mediadiskurs elementi – mediamatnlar hisoblanadi. Umuman olganda, mediamatn bu matnning kengaytirilgan sharhi, aniq yaxlitlikni shakllantira olgan og'zaki belgilardir. OAVda matn yaxlitlik va muvofiqlik kabi ontologik xususiyatlarni, turli mantiqiy belgilarning uzviy semiotik tizimini hamda vaqtinchalik makon va zamon yig'indisini o'zida saqlab qolganligi bilan ahamiyatlidir.

Tilshunoslar diskursiv faoliyat sifatida axborotni OAVda tarqatishni aniqlash orqali OAVlarining "xabarlar va sharhlarni maxsus auditoriyaga ta'sir ettirish maqsadida mazmunli, ochiq, tushunarli tarzda ishlash, tayyorlash, yetkazish vositasi" ekanligini ta'kidlaydilar [Tsurikova & Kubryakova, 2008; 42].

Bu jarayonda OAV diskursi real voqelikni aniq tushuntirishga mo'ljallangan auditoriyaning o'ziga xosligini, eng muhimi, auditoriyaning harakati, munosabati va bilimni aniqlashni aks ettiradi. Ta'kidlash o'rinliki, bu jarayonda axborotni tarqatish kanali bo'lmaganda, mediadiskursga shunchaki diskursiv amaliyotning texnologik aspekti sifatida qaralardi. Biz boshqa diskurslar ta'rifida bo'lgani kabi mediadiskurs asosida OAV sohasida maxsus tilning vositasi sifatida mediamatnlarning mavjudligini asoslashimiz mumkin.

Shu o'rinda OAV orasida gazetalar uzoq vaqt davomida jamiyat bilan muloqotning asosiy vositasi bo'lib xizmat qilgan, kundalik voqealar haqida ma'lumot berish va ijtimoiy diskursni shakllantirishda muhim o'rin tutgan. An'anaviy OAV sifatida gazetalar auditoriyani xabardor qilish, kundalik xabarlarini yoritish va ommaviy muhokama hamda munozara uchun platforma yaratishda katta ahamiyatga ega. Garchi raqamli davrda ijtimoiy tarmoqlar va onlayn yangilik manbalari tobora ommalashib borayotgan bo'lsa-da, gazetalar o'zlarining ishonchliligi va ma'lumotlarni tartibli taqdim etishi bilan dolzarbligini saqlab kelmoqda.

M.M.Baxtinning fikriga ko'ra, gazeta diskursi "ijtimoiy faoliyatning alohida turi sifatida" xarakterlanib, "uning asosiy vazifasi ma'lum qarashlar, tasavvurlar va hissiy holatlarni shakllantirish va ular orqali odamlar xatti-harakatlariga ta'sir qilish maqsadida bilim, g'oyalar, badiiy qadriyatlar va boshqa ma'lumotlarni tarqatishdir" [Bakhtin, 1986]. Bu faoliyat jamiyatda o'ziga xos ijtimoiy pozitsiyaga ega, aynan shu rol asosida gazeta maqolalari shakllanadi. Gazeta maqolasining kognitiv va ijodiy faoliyat turi sifatida boshqa usullardan ajralib turadigan yana bir xususiyati "jamoatchilik fikridan va uning manfaatlaridan kelib chiqib, haqiqatni ko'rsatib berish qobiliyatidir. Gazeta matnlari voqelik o'rganilayotgan har qanday hodisaning umumiy ijtimoiy ma'nosi va ahamiyatini aniqlashga hamda tushunishga qaratilgan" [Kotov, 2003; 39].

Gazeta diskursida nutqiy harakatlar alohida ahamiyatga ega bo‘lib, unda kommunikativ muloqot muhim o‘rin tutadi. Bu jihatning tarkibiy hamda funksional yaxlitlikka egaligi matnni idrok etish va talqin qilishga qaratilgan subyektiv faoliyat bilan baholanadi. Publitsistik matnning o‘quvchiga ta‘sir etishning mohiyati shundan iboratki, ommaviy kommunikatsiya tizimining har bir elementi – adresant, adresat, xabar, tuzilmadagi og‘zaki muloqot amalga oshiriladigan faoliyatning maqsadi va motivlari, faqat butun tizimlarning tuzilmaviy munosabatlari doirasida yetarli darajada o‘rganilishi mumkin. Ushbu munosabatlarning adekvat o‘rganilishi OAVlari orqali muloqotning muayyan ijtimoiy aloqalar tarkibida kommunikantlarning birgalikdagi faoliyatini o‘z ichiga olgan jarayon ekanligini ta‘kidlaydi. Bunda jamiyat, o‘z navbatida, kommunikantlarga ayrim hollarda ya‘ni ularning ijtimoiy faolligiga ba‘zi bir cheklovlarni qo‘yadi.

Gazeta diskursining ta‘siri to‘g‘ridan-to‘g‘ri direktivlik xarakteriga ega emas, balki bilvosita, ko‘pincha o‘quvchi ongida u yoki bu ijtimoiy harakatni amalga oshirishga tayyorligi “yashiringan” bo‘ladi. Chunonchi, ba‘zi bir tanqidiy-tahliliy maqolalar bahs-munozarani talab qiladi, bunda o‘quvchining dunyoqarashi va o‘z so‘zini ifoda eta olishi muhim sanaladi. OAVlari matnlarida ifodalangan baho ko‘p hollarda ijtimoiy va mafkuraviy omillar bilan belgilanadi – u siyosiy kurashning vazifalari, mafkuralarning qarama-qarshiligi, ko‘pincha raqibni murosa qilish istagi bilan bog‘liq ijobiy, mafkuraviy va axloqiy jihatdan o‘zini taqdim etish ehtiyojlari bilan shartlanadi.

“Gazeta tili” atamasi ko‘pincha “gazeta-publitsistik uslub” atamasi bilan o‘xshash bo‘lib, u gazeta matnlarini nutqning funksional-uslubiy farqlashning umumiy tizimi nuqtayi nazaridan o‘rganishda keng qo‘llaniladi. Unga gazeta va jurnal maqolalari uslubi barobarida ommaviy muloqot uslubi sifatida ham qaraladi. O‘zida gazeta va publitsistik nutq tizimi doirasida zamonaviy tilshunoslikning deyarli barcha uslublarini aks ettirgani uchun tadqiqotchilar bu uslubga murakkab va ko‘p qirrali hodisa, deya ta‘rif beradilar [Vasil‘yeva, 1982; 6]. Ta‘kidlash o‘rinliki, bosma OAVlari tilining o‘ziga xosligi og‘zaki va grafik komponentlarning o‘zaro ta‘siridadir. Shriftning turi va o‘lchami, rasmlarning mavjudligi, rangdan foydalanish, qog‘oz sifati, sahifalardagi materiallarning joylashishi – bularning barchasi ketma-ketlik bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, yagona bir butun – sinkretik tilni tashkil qiladi [Dobrosklonskaya, 2008; 263].

Gazeta matnlarining o‘quvchilar ommasiga ta‘siri boshqa OAV matniga qaraganda kuchli. Publitsistik matn tarkibiga kiruvchi gazeta matni quyidagi asosiy vazifani bajaradi: voqea-hodisalar haqida *xabar beradi* va ijtimoiy-siyosiy voqeliklarni, yangiliklar va g‘oyalarni *targ‘ib qiladi*. U shuningdek, jamoatchilik uchun qiziqarli bo‘lgan va tarbiyaviy ahamiyatga ega mavzular haqida ham yozadi, tahlil qiladi va ommaga yetkazadi.

Demak, gazeta qanchalik taraqqiy etsa, uning matni ham shu darajada o‘zgarishlarga monand bo‘ladi. Gazetaning publitsistik matnlar orasida alohida ahamiyatga egaligi uning ijtimoiy-siyosiy hayotda tutgan o‘rni bilan izohlanadi. Til birliklari nutqning qaysidir bir shaklida gazetada qo‘llanilgunga

qadar kodifikatsiyalangan bo‘lsa-da, gazeta orqali u iste‘molga kiradi, ommalashadi, turg‘unlashadi va ko‘pchilik uchun tushunarli bo‘lgan belgiga aylanadi [Karimov, 2010; 69].

Gazeta matnlarida yuqorida qayd etilgan lisoniy ifoda vositalarini qo‘llashda muallifning o‘rni alohida ahamiyatga ega. Matbuot matnida keltirilgan voqea-hodisalar bayonida muallifning aralashuvi – uning o‘ziga xosligi, kuchi va ifodaliligini belgilovchi qonuniyat sifatida namoyon bo‘ladi.

Adabiyotlar tahlili

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, gazeta diskursining turli jihatlarini til, tasvir va ta‘sir orqali o‘rganish jamoatchilikda ijtimoiy hodisalarga nisbatan munosabatni shakllantiradi.

Mediamakonda raqamli OAVlari va sotsial tarmoqlarning rivojlanishi bilan bosma nashrlarga bo‘lgan ehtiyoj kamaydi. Onlayn platformalar, giperhavolalar, multimedia kontenti va auditoriya fidbegi kabi yangi dinamik yondashuvlarni taklif etayotgan raqamli OAVlari axborotni taqdim etish hamda qabul qilish usullarini ham o‘zgartirdi. Shunga qaramay, gazetalar OAVlari tizimida o‘ziga xos o‘rin egallaydi va ko‘pincha boshqa axborot vositalari uchun faoliyatining asosiy mezonlarini belgilovchi manba bo‘lib xizmat qiladi.

Umuman olganda, OAVning zamon talablariga mos modifikatsiya va modernizatsiya qilinishi “remediation” ya‘ni “remediatsiya” deb nomlangan ommaviy kommunikatsiya sohasidagi termin bilan izohlanadigan jarayonning bosqichma-bosqich amalga oshirilishi bilan belgilanmoqda [Bolter & Grusin, 2000; 153]. Bu taraqqiyot tendensiyasi OAVlari o‘rtasida raqobat muhitini yaratadi va uzluksiz rivojlanish bosqichida bo‘lgan media uchun tabiiy hol sanaladi. O‘z yo‘nalishida yangiliklar yaratishni davom ettirayotgan OAVlari, jumladan, bosma medialar dunyoning turli mintaqalaridan turib axborotni tayyorlash va tarqatish imkoniga ega bo‘lmoqdalar. Bu esa, ulkan salohiyatga ega transmediatizatsiya hodisasining dinamik maqsadlarini belgilab beradi. Birgina, dunyoning yetakchi nashrlari bo‘lgan AQSHning “New York Times”, “Washington Post”, “Wall Street Journal”, “The USA Today” kabi gazetolari onlayn formatlariga egalar va internetda veb sahifalari mavjud. Bu esa axborot yetkazishning davriyligini va tezkorligini ta‘minlashda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda. Bunday transmediatizatsiya hodisasi O‘zbekiston bosma OAVlari faoliyatida ham kuzatilmoqda. Hozirda “Xalq so‘zi”, “Yangi O‘zbekiston”, “Hurriyat”, “Mahalla” kabi otaxon gazetalarning ham veb-resurslari mavjud.

Gazeta doimiy ravishda jamiyat hayotini yoritish va keng ommaga ta‘sir etish vazifasini bajaradi. Uning “ijtimoiy vazifalari uch tarkibiy qismga va qirralarga bo‘linadi. Bu qismlar shartli ravishda tasvir, tahlil va ta‘sir deb olinadi hamda matbuotning ijtimoiy vazifalari shu nuqtayi nazardan o‘rganib chiqiladi” [Xudoyqulov, 2011; 30].

Gazetalar, o‘z navbatida, ijtimoiy hayotni yoritish nuqtayi nazaridan uchga bo‘linadi:

1. Umumsiyosiy gazetalar. Bu turdagi gazetalar ijtimoiy hayotni, ya‘ni, jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, ishlab chiqarish, madaniy-ma‘rifiy hayotining

boshqa ko‘pchilik uchun zarur masalalarini yoritadi hamda har bir hududdagi aksariyat aholi uchun mo‘ljallab chiqariladi.

2. Ixtisoslashgan gazetalar. Ular jamiyat hayotining katta bir sohasini kengroq yoritish uchun maxsus chiqariladi hamda ana shu sohada ishlovchi, shu sohaga aloqador kishilar uchun mo‘ljallangan bo‘ladi.

3. Tarmoq gazetalar. Jamiyat hayoti, mamlakat iqtisodiyoti yoki tashkiliy tuzilmalarining ayrim tarmog‘ini kengroq yoritish uchun nashr etiladi. Bunday gazetalar odatda biron bir soha bo‘yicha vazirlik yoki shu maqomdagi tashkilot tomonidan chop etiladi.

Amerikada gazetalarning katta formatdagi (broadsheet), ko‘ngilochar (tabloids) va dam olish kunlari chop etiladigan (weekend, Sunday paper) turlari mavjud.

Gazetalar har bir mamlakatning ma‘muriy-hududiy bo‘linishiga ko‘ra ham turli xil bo‘ladi:

1. Markaziy gazetalar.
2. Viloyat gazetalar.
3. Shahar gazetalar.
4. Tuman gazetalar.
5. Korxonalar, muassasa gazetalar.
6. Devoriy gazetalar.

Tadqiqot obyekti bo‘lgan ingliz va o‘zbek gazetalarining bu amaliyoti ijtimoiy, iqtisodiyot, fan-madaniyat, adabiyot va san‘at hamda jamiyat hayotining barcha sohalaridagi muammolarini aks ettirish va hal etishda insoniyat tamaddunining yanada taraqqiy etishida katta o‘rin tutadi, u gazetaxona ijtimoiy-siyosiy, huquqiy, axloqiy, ilmiy, adabiy-estetik bilim, ma‘naviy ozuqa beradi.

Gazeta diskursini tahlil qilishning ilmiy asoslari turli nazariy va metodologik yondashuvlarni o‘z ichiga oladi. Tanqidiy diskurs tahlili (TDT) – gazeta matnlarida yashiringan g‘oyaviy dinamikani ochib berishga qaratilgan asosiy yondashuvlardan biridir [Fairclough, 2010; 288]. TDT OAVlarida tilning qay yo‘sinda ishlashini, jamiyatdagi o‘zaro munosabatlarga ta‘sirini va qaysi nuqtayi nazarda tahlil qilishini ko‘rsatib beradi.

Gazeta diskursi tadqiqotlari global miqyosda katta ahamiyatga ega. Masalan, A.Bell gazeta matnlarida muayyan voqea-hodisalar qanday tasvirlanishini o‘rgangan [Bell, 1991; 32]. G.Kress va T. van Leuven ilmiy tadqiqotlarida tilning tasviriy vositalarining gazeta diskursidagi rolini tahlil qilgan [Kress & Leeuwen, 2020]. Tilning ijtimoiy voqelikni shakllantirishdagi roli ko‘plab tadqiqotlarda qayd etilgan. T.A. van Deyk til vositasida voqealar qanday tasvirlanishi va jamoatchilikka qanday ta‘sir ko‘rsatishini ko‘rsatib o‘tadi. U, shuningdek, gazeta nashrlaridagi yangiliklarni diskursiv tahlil qilishning izchil modelini batafsil muhokama qilgan va diskursiv tahlilni matn tarkibini o‘rganishdan boshlashni taklif etgan. Olimning fikricha, mediamatnlar mavzusi odatda tasdiqlangan kategoriyalar bo‘yicha tashkil etiladi. Bu kategoriyalar sarlavha, qisqacha sharh, asosiy voqea, kontekst va voqealar rivoji kabilarni o‘z ichiga oladi. Yangiliklarning semantik tarkibi ketma-ket ravishda matnda o‘z ifodasini topadi: eng muhim ma‘lumotlar birinchi navbatda ifodalanadi, keyin

matn taqdimotining tegishli tuzilishini tashkil etuvchi strategiya qo'llanilgan holda voqealar rivoji aks ettiriladi. Maqola tarkibiy qismining uzviyligi uning o'ziga xos xususiyatlari va jurnalistning har tomonlama yondashuv mahoratiga qarab farq qilishi mumkin. T.A. van Deykning fikriga ko'ra, diskursning muntazam tahlili nutqning tegishli darajalari va me'yorlarini hamda ularning ijtimoiy, madaniy va kognitiv kontekstlarining quyidagi tavsifini ifodalaydi: jummalarning sintaktik tuzilmalari: so'z tartibi va ketma-ketligi; leksikalizatsiya (so'zlarni tanlash); ekspressiv tuzilmalarining uslubiy o'zgarishi, masalan, leksik va sintaktik o'zgarishlar; ritorik operatsiyalar (nutq figuralari va troplar: metafora yoki giperbola kabilar); keng tarqalgan umumiy matn shakllari (yangiliklar diskursi, suhbat yoki institutsional dialoglar); kommunikativ hodisalar va vaziyatlarning boshqa xususiyatlari, masalan, ishtirokchilar o'rtasidagi munosabatlar, kommunikativ maqsadlar va manfaatlar, sharoit, vaziyat, boshqa harakatlar bilan munosabatlar, institutsional kontekst va h.k. [van Dijk, 1993; 33].

Gazetalarda tilning qaysi shakllari qo'llanilishi, qanday so'z va iboralarning tanlanishi voqealar va shaxslarning ijtimoiy tasvirini namoyon etadi. Bundan tashqari, matnning sintaktik tuzilishi ham axborotni qabul qilishda muhim rol o'ynaydi [Fowler, 1991; 11].

Gazeta diskursida turli guruhlar va masalalarning tasvirlanishi ularning jamoatchilikka qanday ko'rinishda yetib borishiga ta'sir qiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, OAVlari ko'pincha muayyan guruhlar yoki hodisalarni stereotip tarzda tasvirlaydi, bu esa jamoatchilikning qarashlarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi [Richardson, 2007; 44]. Shu o'rinda ta'kidlash lozimki, gazeta maqolalarida keltirilgan tasvirlar va baholovchi omillar ommada fikrlashni shakllantiradi [McCombs & Shaw, 1972; 28]. Masalan, odamlarda qaysi muammolar dolzarb va qaysi fikrlar to'g'ri ekanligi haqida tasavvurning paydo bo'lishida gazetalarning rolini o'rganish muhimdir. Shuningdek, gazeta materiallari orqali tarqatiladigan axborotlar siyosiy va ijtimoiy munosabatlarga ta'sir ko'rsatishi ham mumkin [Hall, 1980; 85].

Gazeta diskursi tahlili bo'yicha ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilgan bo'lsa-da, hali ham ushbu mavzu atrofidagi yangi fikr-mulohazalar tug'iladi va bu mavzu dolzarbligini yo'qotmagan. Birinchidan, aksariyat tadqiqotlar asosan G'arb OAVlari va ularning ijtimoiy ta'sirini o'rganishga qaratilgan bo'lib, Markaziy Osiyo va boshqa mintaqalar OAVlaridagi diskursning xususiyatlari yetarlicha o'rganilmagan. Ikkinchidan, gazeta diskursining ijtimoiy stereotiplarni mustahkamlashdagi roli haqida ko'proq tadqiqotlar olib borilgan bo'lsa-da, ularning ijobiy o'zgarishlarga qanday ta'sir ko'rsatishi deyarli tadqiq etilmagan.

TADQIQOT METODLARI

Gazeta-publistsistik nutqi – bu, avvalo, ta'sir ko'rsatishi lozim bo'lgan nutq, shu boisdan auditoriyaning manfaatlarini maksimal darajada hisobga oladi. Demak, nutq manzili nuqtayi nazaridan ham gazeta nutqi ijtimoiy jihatdan o'ta ahamiyatlidir.

Gazeta diskursining ma'lumotlarni yetkazishi va ijtimoiy fikrga ta'sir ko'rsatishi – tildan hamda boshqa semiotik resurslardan qanday foydalanilishi bilan bog'liq. Bu yangilik, xabar, tanqidiy-tahliliy, bahs-munozarali maqolalarni va hattoki reklamalarni

ham o‘z ichiga oladi. Gazeta diskursini o‘rganish bu matnlarning qanday tuzilganligini va o‘quvchilarni jalb qilish hamda ishontrish uchun qanday lingvistik, ritorik va vizual strategiyalar qo‘llanilganligini tahlil qilishni o‘z ichiga oladi. Qolaversa, gazeta omma uchun qiziqarli bo‘lgan barcha mavzular haqida yozadi. Shu bois, uning asosiy jihatlaridan biri jamoatchilik fikrini shakllantirishdir. Gazetalar oddiygina axborot yetkazuvchi emas, ular voqea-hodisalar atrofida muayyan “dramma” ham yaratishga qodir. Chunki, gazeta tili ommaviy, tarkib jihatdan xilma-xil bo‘lgan auditoriyaga mo‘ljallangan bo‘lib, turli ijtimoiy guruhlar uchun ta’sirchan bo‘lishi lozim [Klushina, 2007]. Gazetada barcha til vositalari ishontrish va targ‘ibot maqsadlariga xizmat qilishini inobatga olsak, muayyan lisoniy vositani ishlatish – ulardagi ijtimoiy baholash xususiyatlari, jumladan, qo‘shimcha semalar, so‘z tanlovi, ma’lum qarashlar, gap, abzas, hattoki, tinish belgilari ham ommaviy auditoriyaga ta’sir o‘tkazishini belgilab beradi. Shu orqali gazetalar o‘quvchilarda voqea-hodisalarni qanday talqin qilishlari va ularga qanday munosabat bildirishlarini shakllantirishi mumkin. Bilamizki, gazeta matni, bu avvalo, ta’sir ko‘rsatishi lozim bo‘lgan nutq, shu boisdan auditoriyaning manfaatlari maksimal darajada hisobga olinadi. Bu kuch gazetani muhim sohaga aylantiradi.

Ushbu tadqiqotda gazeta diskursining murakkabliklari, uning lingvistik xususiyatlari, tasvirlash strategiyalari va mafkuraviy ta’siri tahlil qilinadi. Kommunikativ funksiyani bajarishga yo‘naltirilgan gazeta tilining faoliyati doimiy ravishda yangi leksemalar bilan boyitiladi. Leksikaning shakllanishi va rivojlanish jarayoni ko‘pgina yo‘llar orqali sodir bo‘ladi. Gazeta-publitsistik uslubda leksik fondni shakllantirishga intilish kuzatiladi. Gazeta matnlarida ekspressiyaga oid sintaksik qurilmalarning ko‘pchiligi kompressiya, ya’ni undagi axborotning o‘ta siqiq va shu bilan birga, to‘liq bayon etilishi orqali ularning ixchamlashtirilishi natijasi hisoblanadi.

Gazeta diskursining til, tasvirlash va ta’sir jihatlarini tahlil qilishdan maqsad OAVlarining jamoatchilik qarashlariga qanday ta’sir ko‘rsatishini aniqlashdan iborat. Tadqiqotda gazeta diskursining qaysi mavzular va ijtimoiy guruhlar haqidagi shakllangan tasavvurlari o‘rganiladi. Shuningdek, gazeta maqolalarida qaysi mavzular chetlab o‘tilishi yoki noaniq yoritilishi va bu ommaviy fikrga qanday ta’sir ko‘rsatishi tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari asosida davriy nashrlarning ijtimoiy munosabatlarni shakllantirishdagi o‘rni va ahamiyati izohlanadi hamda ommaviy auditoriyaning ma’lumotlarni tahlil qilishga qaratilgan faoliyati o‘rganiladi.

Gazeta jamiyatda yuz berayotgan innovatsion jarayonlar va ijtimoiy o‘zgarishlarga ham mazmunan, ham tilshunoslik nuqtayi nazaridan tezkor munosabat bildiradi. Shu o‘rinda ta’kidlash lozimki, gazeta diskursi ma’lum bir o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lgan lingvistik mahsulot sifatida tavsiflanishi mumkin: *U ommaviy auditoriyaga mo‘ljallangan; dinamik xususiyatga ega, murakkab, ko‘p qirrali, xilma-xil, yaxlit moslashuvchan va pragmatik yo‘nalishga asoslangan muntazam ijtimoiy jarayondir.*

Ta’kidlash o‘rinliki, OAVlari turg‘un media mavzular tizimi yordamida dunyoning lisoniy manzarasini o‘zgartiradi. Shu bilan birga, siyosat, biznes, sport,

madaniyat, ob-havo, xorijiy va mahalliy yangiliklarni muntazam ravishda dinamik o'zgaruvchanligini tartibga soladi. Jamiyat hayotini aks ettirish, uni bilish hamda tadqiq etish va unga qaytadan ta'sir ko'rsatish vositasi bo'lgan gazeta o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan ijtimoiy hodisa bo'lib, o'z faoliyatida ma'lum ichki-obyektiv qonuniyatlar asosida ish ko'radi. Bu qonuniyatlar gazeta taraqqiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Gazeta, jurnalistika va publitsistika bir-biri bilan uzviy bog'liq hodisalar bo'lib, gazeta publitsistika vositasi bilan ish ko'rsa, o'z navbatida, publitsistika gazeta faoliyati orqali namoyon bo'ladi [Xudoyqulov, 2011; 6].

Ma'lumotlarning asosiy mazmunini tushunarli va ixcham holda, shuningdek, bir vaqtning o'zida sifatli yetkazish va o'quvchiga ma'lum darajada ta'sir etishi uchun jurnalistlarni turli usul yoki til vositalaridan unumli foydalanishga undaydi. Bundan tashqari, gazetadagi maqola hajmining cheklanganligi sintaktik konstruksiyalarni soddalashtirishga olib keladi.

Kommunikativ funksiyani bajarishga yo'naltirilgan til faoliyati doimiy ravishda yangi leksik vositalar bilan boyitib turiladi. Bu vositalarda jahondagi siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy o'zgarishlar, insonning dunyo haqidagi tasavvurlarining o'zgarishi va tilning rivojlanish yo'nalishlari aks etadi. Yangidan shakllantirilgan til vositalari mavjud til vositalaridan yaxshiroq bo'lish-bo'lmasligini avvaldan aniqlash mumkin emas, chunki yangilikka intilish har doim ham kutilgan natijani beravermaydi. Biroq bu jarayonni to'xtatish mumkin emas, uni cheklash ham mushkul, chunki til rivojlanishining ichki qonuniyatlari, tabiat qonunlari kabi, insonga bo'ysunmaydi. Vaholanki, til sohasida aynan inson tomonidan nazorat qilinadigan jabhalar ham bor.

Materiallar va usullar

Gazeta diskursini o'rganishda tadqiqotchilar odatda bir nechta asosiy elementlarga e'tibor qaratadilar: til vositalarining qo'llanilishi, tasvirlash va g'oyaviy ta'sir ko'rsatish, o'quvchini ishontirish va h.k. Til vositalarining qo'llanilishi voqea-hodisalarni yoritish yoki tasvirlashda ishlatiladigan aniq so'zlar, iboralar va grammatik tuzilmalarni tahlil qilishni o'z ichiga oladi. Bu, masalan, ta'sirchanlikni ifodalovchi so'zlar yoki stilistik vositalar orqali masalalarni qanday tasvirlashiga ishora qiladi. Qolaversa, stilistik vositalar orqali voqealarni yoritish aynan barcha OAVning eng qadimiysi hisoblangan gazetada shakllangan. Shuning uchun, gazeta tili OAVlari nutq uslubining asosini tashkil etadi. Gazeta tilining umumiy jihatdan jamiyat tiliga ta'siri haqidagi g'oyani tushuntirishga ehtiyoj sezilmaydi, chunki u azaldan aksioma sifatida qabul qilinadi.

Bundan tashqari, gazetalar muhim mavzularni kun tartibiga olib chiqadi va boshqa masalalarga qaraganda ularni ustun qo'ya oladi. Tahririyat qanday muhim maqolalarni birinchi sahifaga joylashtirishni, tahliliy-tanqidiy materiallarga va fikr-mulohaza hamda ixtisoslashgan kolumnistlarning bahs-munozarali sharhlariga sahifa ajratishni "eplay olishi" lozim. Bu esa, o'z navbatida, gazetaning jamiyatning ustuvor yo'nalishlariga ta'sir ko'rsatishdagi muhim vazifasini va ommaviy kommunikantlarning bahs-munozaralariga sabab bo'lishini anglatadi. Qolaversa, OAKning kommunikativ parametrlari va konseptual strategiyasi auditoriya bilan teng va uzluksiz muloqot qilish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratadi, bunda omma talabi va ehtiyoji birinchi

o‘ringa chiqadi. Bu maqom OAVdagi xususan, gazetada qaysi mavzu yoxud sharh o‘qimishli bo‘lishini va jamoatchilik e‘tiboriga loyiq ekanligini belgilaydi.

Ushbu maqolada tanlangan gazeta va tahlil qilinadigan maqolalar haqida batafsil ma‘lumot beriladi. Tahlil qilinadigan gazetaning nomi, maqola tanlash mezonlari va diskurs tahlili metodlari haqida tushuntirish keltiriladi.

Publitsistik uslub standartlashgan birikma va jummalarga boy bo‘lishi bilan ilmiy va badiiy uslublardan farq qiladi. Ayniqsa, gazeta tilida qoliplashgan birikma va jumlar, konstruksiya va nutqiy shtamplar ko‘p uchraydi. Masalan, diplomatik aloqalar yoritilgan xabarlarida, rasmiy axborotlarda barqaror qo‘llanishdagi til birliklaridan keng foydalaniladi. Ular publitsistik matnning kirish, asosiy va xulosa qismlarida kelishiga ko‘ra bir-biridan farq qiladi

Rasmiy bosma OAV ko‘pincha davlat siyosati, ijtimoiy va iqtisodiy islohotlar, madaniyat va ijtimoiy masalalar haqida maqolalar chop etadi. Demak, gazeta, o‘z navbatida, jamiyatdagi dolzarb mavzularni aks ettirishda muhim rol o‘ynaydi, shuning uchun uning diskursini tahlil qilish orqali mamlakatdagi muhim o‘zgarishlar va ularning qanday yoritilishi haqida aniq tasavvur hosil qilinadi. Tanlangan maqolalar, siyosiy va ijtimoiy masalalarda, xususan, yoshlar siyosati, gender tengligi, iqtisodiy islohotlar va ijtimoiy adolat masalalariga qaratilgan.

Maqolalar tanlash mezoni quyidagi asosiy omillarga asoslangan:

Birinchidan, *mavzu*. Siyosiy va ijtimoiy va boshqa mavzularda yozilgan maqolalar. Masalan, ingliz gazeta diskursida asosan olamshumul dolzarb masalalar, davlatchilikning ichki va tashqi siyosati, xalqaro hamkorlik, jahon hamjamiyatining globallashuv davridagi muammolari yoritilsa va tahlil qilinsa, o‘zbek tilidagi gazeta matnida rivojlanib borayotgan mamlakatdagi iqtisodiy islohotlar, tadbirkorlar uchun yaratilgan shart-sharoitlar, yoshlar siyosati, gender tengligi kabi muammolar dolzarb hisoblanadi va bu haqda maqolalar ko‘p chop etilgan.

Ikkinchidan, *davriylik va tezkorlik*. Bu borada ingliz gazetalari har kuni chop etiladi, ularda ertalabki va kechki nashrlar mavjud. O‘zbek gazetalari har haftada bir marotaba yoki kun ora nashr yuzini ko‘radi. Demak, gazetaning kommunikativ va ta’sir etish funksiyalari o‘z vaqtida materiallarni chop etishni taqozo etadi.

Uchinchidan, *ommaviylik*. Gazeta maqolalari ommaga taqdim etilishini inobatga olsak, o‘quvchi e‘tiborini jalb etish masalasi dolzarbdir.

To‘rtinchidan, *muallif uslubi*. Shaxsiy lisoniy did bu muallifning maqola yaratishdagi stilistik usuli hisoblanadi. Mualliflar va kolumnistlarning maqolalari, tahririyat fikrlari va intervyular bilan boyitilgan maqolalar turli yondashuvlar va nuqtayi nazarlarni qamrab oladi.

Tanqidiy tahlil metodi

Mediamatnlarni metodologik tahlil qilish u bilan bog‘liq eng ko‘plab masalalarga yechim topishda qo‘l keladi. Chunonchi, mediamatn tuzilishida badiiy, ilmiy, rasmiy va og‘zaki nutqning ta’sirini ko‘ramiz. Bunda OAVlari matnlarining sintetik xarakterga ega ekanligi to‘g‘risidagi gipoteza o‘z tasdiqini topadi. Umuman olganda, mediamatnlardagi nazariy va uslubiy bo‘shliqlarni bartaraf etishda matn tahlili va matn lingvistikasini bilish tadqiqotchi uchun muhim sanaladi. Ayniqsa, to‘plangan

bilimlarni sintez qilish va ularni amaliy qo'llash zarurligi OAV matnlari, jumladan, gazeta matnlarining mazmundorligini oshirishga xizmat qiladi. Shu jihatdan, hozirgi vaqtda gazeta matnining diskursiv paradigmasi va kommunikativ parametrlarining o'ziga xosligini o'rganish, berilgan materiallarning mohiyatini yaxshiroq tushunish, turli nuqtayi nazardan tahlil qilish imkonini beradigan tilshunoslik, sotsiologiya, psixologiya, falsafa, etnografiya va madaniyatshunoslik kabi fanlararo nazariyalar hamda ilmiy tadqiqotlar paydo bo'lmoqda.

Gazeta matnining metodologik tahlili ikki asosiy yo'nalish orqali amalga oshiriladi: tavsifiy va tanqidiy. Gazetaning diskursiv tahlili undagi ommaviy diskurs, sifatli gazeta diskursi, aniq bir muallifning "idiodiskursi" ya'ni biron bir g'oyaga taalluqli diskurs sifatida amalga oshiriladi.

Bizningcha, gazeta matnining lingvistik va kognitiv-kommunikativ xususiyatlarini tavsiflashda aniqlangan belgilarning aksariyati ham uslubiy, ham tanqidiy bo'lishi mumkin. Boshqa jihatdan, maxsus atamalar mavjudligi masalan, ommaviy-ilmiy, ekspressiv sintaktik, turg'un-stilistik va boshqa til vositalarini OAV diskursining tayanch iboralari sifatida e'tirof etilishi lozim. Metodologik jihatdan OAV matnining tanqidiy tahlilini olib borishda matnga emas, balki unda ishlatilgan alohida usulga e'tibor qaratish kerak [Altunyan, 1999; 6]. Y.R. Odilovning ta'kidlashicha, "diskursiv tahlilda e'tibor qaratiladigan muhim jihatlardan biri lisoniy birliklarning ma'noviy (mazmuniy) xususiyatlarini o'rganish hamdir. Vazifaviy uslublarning harakatdagisi bo'lgan publitsistik uslubda so'zlarning ko'chma ma'nolarda namoyon bo'lishi ma'noviy o'zgarishlarga zamin hozirlaydi" [Odilov, 2020; 76].

Matndagi g'oya muallif tomonidan OAVlaridan foydalangan holda qanday tartibda shakllantirilganligi va ommaviy auditoriyaga qanday tartibda yetkazilganligi matnlarni tahlil qilishdagi eng asosiy jihat hisoblanadi. Bundan tashqari, diskursda tadqiqotchi nafaqat tahlil qilinadigan materialdagi muallifning ochiq bayon etgan fikrlarini, balki uning o'z mulohazalarida ilgari surgan g'oyalarni ham inobatga olishi lozim. Tahlil birligi matnlardagi biron bir natijani amalga oshirishga mo'ljallangan, masalan, ma'lum bir ijtimoiy muammoning yechimiga bag'ishlangan maqsad ham bo'lishi mumkin.

Diskursiv voqea ijtimoiy vaziyatni keltirib chiqaradi va ijtimoiy vaziyatni yaratadi. Demak, diskursiv tahlil nafaqat mediamatn tarkibini, balki uning ma'nosini ham o'rganish uchun mos keladi.

Har qanday matn uslubiy va diskursiv ravishda belgilanadi, ammo bu belgilanishlarning tabiati turli bo'ladi. Uslub va diskursning tarkibiy qismlari, ularning nutqdagi real mujassamlashtirish shakllari – matnlar hisoblanadi. Matnni tahlil qilishda ham uslubiy, ham tanqidiy-diskursiv yondashuvlarning birlashishini o'rganish samaralidir.

Uslub va diskursning tarkibiy qismlari, ularning nutqdagi real mujassamlashtirish shakllari – bu matnlardir. Matnni tahlil qilishda ikkala – stilistik va diskursiv yondashuvlarning birlashishi – ayniqsa, kognitiv-kommunikativ, mental tabiatga ega bo'lgan fenomenlarning matn shaklida mavjudligining dinamik tomonini o'rganishda samaraliroqdir. Shu sababli, mediamatnning evolyutsiyasi biz tomondan nutq

faoliyatini aniqlaydigan har ikkala tizimning qonunlariga binoan yuzaga keladigan diskursiv-stilistik sifatida belgilanadi.

Zamonaviy jurnalistika fanida diskursiv tahlil istiqbolli va talab qilinadigan tadqiqot usuli hisoblanadi. Birinchidan, u bitta diskursga tegishli bo‘lib, o‘xshash ideologik modellarni amalga oshirayotgan kabi matnlar korpusini tahlil qilishga imkoniyat beradi; ikkinchidan, diskursning umumiy ideologik karkasiga kiritilgan bo‘lsa-da, mualliflik publitsistika matnlarning til va kompozitsiyalarining, an’anaviy ravishda “uslub” deb ataluvchi, o‘xshatilmas birikmalarini yaratib, uni tahlil qilishda diskurs-tahlil samarali yondashuvlarni taklif qiladi.

Mediamatn, hatto uslublar o‘rtasidagi chegarada turgani bilan ham til va nutqni uslubiy tizimining qat’iy tuzilgan qolipida birdan-bir aniq joyni egallaydi. Masalan, gazetada nashr etilgan ommaviy-ilmiy yo‘nalishidagi matn ilmiy uslubning ommaviy-ilmiy uslub turiga taalluqli.

Gazeta diskursi – media diskursning institutsional xilma-xilligini aks ettiruvchi lingvistik shakllanishdir. Uning ishtirokchilari – ma’lum bir madaniy-tarixiy davrning individual va jamoaviy a’zolaridir (adresat va adresant, auditoriya va an’ana, gazetxon va matn, muallif va keng auditoriya) [Fowler, 1991; 254].

Gazeta nutqini o‘rganishga bo‘lgan kognitiv yondashuv nutq jarayonining quyidagi formulasini o‘z ichiga oladi: maqsad – mavzu – g‘oya – muallif pozitsiyasi – auditoriyaning qabul qilishi – bahs-munozara.

Gazeta matnini o‘rganishning zamonaviy metodologiyasida tanqidiy diskurs tahlili muhim rol o‘ynaydi. Tadqiqotning bu yo‘nalishi ontologik emas, balki metodologiyaning aksiologik darajasiga tegishli. Agar ontologik darajada olimlar matnga voqelik obykti sifatida diqqat-e’tibor qaratishsa, aksiologik darajada tadqiqot subyekti ekstralingvistik omillarga asoslanishini kuzatish mumkin.

Gazeta matnini tahlil qilish metodologiyasi ikki yondashuvga tayanadi: tanqidiy va tavsifiy. Tanqidiy yondashuvda jurnalist o‘zining qarashlarini interpretatsiya qilsa, tavsifiy yondashuvda u olamning lisoniy manzarasini obyektivlik va relevantlik asosida interpretatsiya qiladi. Tanqidiy diskurs tahlili orqali gazeta diskursida ko‘tarilgan mavzularning g‘oyaviyligi va ijtimoiy ta’siri o‘rganiladi. Bu usul yordamida lingvistik xususiyatlar, matnning struktural tuzilishi, shuningdek, ijtimoiy va siyosiy kontekst tahlil qilinadi. Tahlil davomida maqolalarda qaysi so‘zlar va iboralar tez-tez qo‘llanilayotganligi, ulardagi ijobiy va salbiy konnotatsiyalarni aniqlash imkonini berdi. Demak, matnni tavsiflashda biron bir qiziqish, maqsad va muallifning nuqtayi nazari yotadi. Bu, o‘z navbatida, chuqur strategik va kommunikativ taktika orqali matnga ko‘chadi. Gazeta diskursi funksional jihatdan boshqa OAV matni kabi axborot yetkazish, targ‘ibot-tashviqot qilish, ta’sir o‘tkazish vazifalarini o‘taydi. Ularning samaradorligini oshirishda, gazeta tili matnlarini yaratishda qator lingvistik va ekstralingvistik omillar asosiy o‘rin tutadi. Bular jumlasiga ommaviylik, obrazlilik, ekspressivlik, emotsionallik, baho berish va tezkorlik kabi xususiyatlar kiradi.

Tanlangan materialni to‘liq va har tomonlama tahlil qilish uchun tanqidiy diskurs tahlili ham muhimdir. Bunda matnning lingvistik va tarkibiy qismlarini ijtimoiy, kognitiv va tarixiy xususiyatlar bilan bog‘lash nuqtayi nazaridan ko‘rib chiqildi.

Gazeta diskursi adabiy til me'yorlariga rioya qiluvchi universal xususiyatlari bilan tavsiflanadi. Ommaviylik, davriylik, dolzarblilik, mavzulardagi rang-baranglilik, keng auditoriyani jalb qilish imkonini beradigan ijtimoiy cheklovlar yo'qligi bosma nashrlar matnining mazmundorligini oshirishga xizmat qiladi [van Dijk, 1993; 27].

Ingliz tilidagi gazeta diskursida muallifning qarashlarini ifoda etishga moyillik, bayon etishning obyektivligiga intilish aniq namoyon bo'ladi. Bunda muallifning o'zligining ifodalanish darajasi janrning farqlanishiga bog'liq. Ingliz gazeta janrlarining asosiy belgilari quyidagilardan iborat:

- pragmatik (maqsadlar, kommunikativ munosabatlar);
- muloqot qatnashuvchilarining maqomi va rollari (adresant va adresat);
- muloqot joyi va vaqti;
- aloqa kanali;
- semantik yoki tematik xususiyat;
- matn tuzilishi, tuzilma [McCombs & Shaw, 1972; 187].

Odatda, o'zbek tilidagi gazetalarda davlat siyosati, yoshlar va gender tengligi masalalari ijobiy yoritiladi. Ijtimoiy masalalar haqidagi maqolalarda davlatning roli, amalga oshirilayotgan islohotlari keng talqin etiladi, ammo muammolarni chuqur tahlil qilish va mustaqil yondashuv kamroq ko'zga tashlanadi. O'zbek tilidagi nashrlarda yoshlar haqida so'z yuritilganda, asosan, ijobiy til vositalaridan foydalaniladi: "yangi avlod", "kelajak poydevori", "intellektual salohiyatli" va h.k. Biroq "yoshlar orasidagi muammolar" yoki "bandlik darajasining pastligi" kabi negativ elementlar qo'llanilganda, bu muammolarning "tez kunlarda bartaraf etilishi", "mutassadilardan javob kutilishi" yoxud "bartaraf etish yo'llari ishlab chiqilishi" kabi yechimlar keltiriladi. Bu mavzularning gazetada yoritilishida yoshlarning faolligi davlat siyosati bilan bog'liq amalga oshirilishi nazarda tutiladi, ularning mustaqil tashabbuslari haqida kamroq yoziladi.

Gender tengligi haqidagi maqolalarda ayollar roli asosan "oila" va "tarbiya" doirasida cheklangan holda tasvirlanadi. Ayollarning ijtimoiy-siyosiy hayotdagi faoliyati va ularning siyosat va iqtisodiyotdagi o'rni haqida kam ma'lumotlar keltiriladi. Bu holat, gender tengligiga erishishda OAVlarining ahamiyati nechog'lik muhimligi haqidagi savollarni tug'diradi.

Siyosiy islohotlar haqida yozilgan maqolalar asosan davlat boshliqlari va uning tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash ruhida yozilgan. Maqolalarda davlatning sa'y-harakatlari va ularning ijobiy natijalari ta'kidlanadi. Shu bilan birga, jamiyatning turli qatlamlari (masalan, qishloq joylarda yashovchi aholining) islohotlarga bo'lgan munosabati haqida kamroq ma'lumot keltiriladi. Bu islohotlarning jamiyatda qanchalik ijobiy yoki salbiy ta'sirga ega ekanligini tushunishda to'siq bo'lishi mumkin.

Tahlil gazetalarning ijtimoiy fikrga ta'sirini idrok etishga va jamiyatdagi real muammolarni yoritishda qanday strategiyalar qo'llash kerakligi haqida tavsiyalar ishlab chiqishga yordam beradi. Davlat imijini yaratish, uning ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanishida jamiyatni haqiqiy muammolar bilan tanishtirish va ularni hal qilishda uchun ko'proq mustaqil yondashuvlar va tahlillarni chop etishni talab etiladi.

NATIJALAR

Ingliz va o‘zbek gazeta diskursi axborot yetkazuvchi va ta’sir etuvchi vazifalarni bajaradigan mustaqil diskurs turidir. Ular maxsus uchta xususiyat bilan ifodalanadi – axborot yetkazuvchi, ta’sir etuvchi va ishontiruvchi. Ushbu xususiyatlar janrlar kesishmasida amalga oshiriladi va turli xil maqolalarda muallifning uslubi har xil darajada namoyon bo‘ladi. Shu o‘rinda ta’kidlash lozimki, “gazetaning barcha matnlari voqelikning o‘rganilayotgan har qanday hodisasining umumiy ijtimoiy ma’nosi va ahamiyatini aniqlashga hamda tushunishga qaratilgan” [Kuyek, 2005].

Avvalo, tahlil qilingan maqolalarda ijtimoiy va siyosiy mavzular keng yoritilgan. Bu mavzularda asosan davlat siyosati, islohotlar va ularning natijalari haqida gapiriladi. Maqolalarda davlatning ijobiy faoliyati ta’kidlanadi va ko‘pincha islohotlarning amaliy natijalari yoritiladi. O‘zbek gazeta matnlarida yoshlar ta’lim va tarbiyasiga bag‘ishlangan maqolalarda ularning kelajakdagi roli va davlatning ularga yaratgan imkoniyatlari haqida so‘z yuritiladi. Yoshlar jamiyatning kelajagi sifatida ko‘rsatiladi, lekin ularning real muammolari haqida ma’lumotlar kam. Ayollarning jamiyatdagi faol ishtiroki haqidagi maqolalarda ham ba’zi hollarda jurnalistning standart iboralarga murojaatini ko‘rishimiz mumkin. “Jamiyat” ijtimoiy-siyosiy gazetasining 2024-yil 13-sonidagi ayrim misollarni tahlilga tortamiz: “Mamlakatimizda xotin-qizlarning huquq-manfaatlarini himoya qilish, gender tenglikni ta’minlash, ular uchun yangi ish o‘rinlarini yaratish, kasb-hunarga o‘rgatish va tadbirkorligini rivojlantirish, turmush sharoitlarini yaxshilash davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishiga aylandi” va xulosa qismida ham “Xulosa o‘rnida shuni aytish kerakki, ayollar nafaqat oila ravnaqi, farzandlar tarbiyasi bilan mashg‘ul ona va uy bekasi, balki jamiyat hayotida ham o‘z o‘rniga ega bo‘lishlari, turli sohalarda yuksak muvaffaqiyatlarga erishishlari lozim” kabi klishe va shtamlardan iborat [Jumaniyozova, 2024; 9]. Ko‘rinib turibdiki, bu mavzuni yoritishda jurnalist qolip iboralardan foydalangan.

Ingliz tilidagi gazeta matnlarida asosan sport, ob-havo, birja xabarlar, reklamalarga o‘rin ajratiladi.

Umuman olganda, har ikki tilda tahlil qilingan maqolalarda ijtimoiy-siyosiy leksika keng qo‘llanilganligini uchratish mumkin. Masalan, ingliz gazeta matnlarida *officials*, *administration*, *White House*, *federals* va boshqa so‘zlardan keng foydalaniladi. Misol uchun, “The U.S. gave Russia written proposals to tamp down military competition in Europe, countering demands from Moscow and trying to avert what *Western officials* worry is looming Russian invasion of Ukraine” [Mauldin & Gordon, 2022]; “Wednesday’s U.S. proposals could lead to discussions on ways to avoid confrontations in the Black Sea and missile-related inspections on each side, *U.S. officials* and people briefed by the Biden administration said” [Mauldin & Gordon, 2022]; “His *administration* hasn’t made public any list of potential contenders, but the Democratic president has previously pledged to put the first Black woman on the high court” [Gershman, 2022]; “The *White House* announced the president signed the order in a tweet Wednesday” [Youssef, 2022]. Ba’zi hollarda bu so‘zlarni birin-ketin bitta xatboshida uchratish ham mumkin: “The *White House* recently unveiled a new website where people can request a limited number off retests be mailed to them, with

officials seeking to distribute 500 million free at-home tests starting this month. The *administration* also this month began requiring private insurers to cover the cost of any additional over-the counter tests” va h.k.

O‘zbek tilidagi gazeta matnlarida esa “taraqqiyot”, “islohot”, “rivojlanish”, “bunyodkorlik” kabi so‘zlar va ularning sinonimlari hamda “kelajak poydevori”, “yangi imkoniyat”, “taraqqiyot yo‘lida”, “jamoatchilik nazorati”, “manfaatli hamkorlik”, “globallashuv jarayoni”, “strategik maqsad” singari metaforalar tez-tez uchraydi. Misollarni tahlilga tortamiz: “Islohotlar”: “Mazkur yo‘nalishda olib bori layotgan *islohotlar* xalqimizni rozi qilishga hamda Yangi O‘zbekistonning xalqaro maydonda keng e’tirof etilishiga xizmat qilmoqda” (“Xalq so‘zi” gazetasi). Ushbu gapda “islohot” so‘zi yangi taraqqiy etayotgan mamlakatda amalga oshirilayotgan jarayonlarga mamnunlik hissi sifatida muallif tomonidan tanlangan. “USAID O‘zbekistondagi Huquqiy *islohotlar* dasturining mamlakatda “Adolat va tenglikni mustahkamlash”ga qo‘shgan hissasini nishonlamoqda” (“Adolat” gazetasi). Bunda har bir jamiyatning poydevori va mustahkamligi adolatli sud-huquq tizimi va qonun ustuvorligi bilan belgilanishi ifodasida jurnalist tomonidan “islohotlar” so‘ziga urg‘u berilgan. Mazkur misolda davlatning jahon hamjamiyati tomonidan e’tirof etilishi yuksak baholanganligi aks etgan. “Kelajagimiz bunyodkorlari” so‘z birikmasi aslida metafora ma‘nosida kelsa-da, gazeta sahifalarida qo‘llanish chastotasi yuqori bo‘lganligi bois standart iboraga aylangan. Shuningdek, o‘zbek tilidagi gazeta nashrlarida “ertamiz egalari”, “navqiron avlod”, “kelajagi buyuk avlod”, “kelajagimiz ishonchli qo‘llarda”, “yoshlar kelajagimiz” kabi til birliklari ko‘p ishlatilganligi bois antiexpress hodisasiga uchraydi. Masalan, “30-iyun – Yoshlar kuni. Yangi O‘zbekistonda *kelajagimiz bunyodkorlari* bo‘lmish yosh avlodni qo‘llab-quvvatlashga bo‘lgan e’tibor namunasi” (“Yangi O‘zbekiston” gazetasi) va “Yuksak ma‘naviyatli va axloqli yoshlar – porloq *kelajak* poydevori” (“Jamiyat” gazetasi) kabi misollarda yoshlarga ishonch bildirilgan.

Gazetalardagi maqolalar jamiyatdagi turli ijtimoiy guruhlar va hodisalarga bo‘lgan munosabatlarni shakllantirishda katta rol o‘ynaydi. Biroq gazetalarda dolzarb muammolar haqida chuqur tahlil va tanqidiy yondashuv yetarlicha emas. Ko‘pincha maqolalar davlat siyosatini qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan va muammolarning real yechimlari haqida kamroq fikr yuritiladi.

Ingliz tilidagi gazeta matnlarida asosan tashqi siyosat masalalarini yoritilishiga katta urg‘u beriladi. So‘nggi yillarda dunyoning turli burchaklarida ro‘y berayotgan urushlar, iqlim o‘zgarishi, ekologiya va suv tanqisligi muammolari dunyoning yetakchi nashrlarida asosiy mavzu sifatida birinchi sahifalardan o‘rin oladi. Gazeta matnlarida ifodalangan baho ko‘p hollarda ijtimoiy va mafkuraviy omillar bilan belgilanadi. Bu omillar ko‘pincha raqibni murosqa qilish istagi bilan bog‘liq siyosiy kurashning maqsadi, mafkuralarning qarama-qarshiligi bilan izohlanadi. “The USA Today” gazetasining 2022-yil 2-martdagi ayrim maqolalarni tahlilga tortamiz. “From actor to president: Zelenskyy’s rise to fame” sarlavhali maqolada tilning tasviriy vositalaridan keng foydalanilgan: *a symbol of hope, fight back despite being marked as “target No1”, fear his country is facing* kabi so‘zlar orqali maqolada yoritilgan

shaxsga ijobiy tavsif berilgan [Mendoza, 2022]. Ushbu jumlar qator uslubiy va ritorik parametrlarining murakkabligi bilan ajralib turadi.

Ommaviy kommunikatsiya jarayonini o'rganishda gazetaning xabar matnini to'liq tarkibiy tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. Bunda gazeta diskursi tahlilining kontekstual yondashuvini tushunish unikaldir. Demak, bu murakkab kommunikativ hodisa bo'lib, muloqot ishtirokchilariga xabarni yaratish va idrok etish jarayonlari haqida tasavvur beradigan ijtimoiy kontekstni ham o'z ichiga oladi.

AQSh va O'zbekiston gazetalarining qiyosiy tahlili shuni ko'rsatmoqdaki, har ikki tilda xabar matnining tarkibiy tuzilmasi deyarli o'xshash va ularda asosan standartlik darajasi yuqoriligi kuzatildi. Tarkibiy tuzilma: headline – sarlavha; lead – ya'ni lid yangiliklarning eng muhim qismi; slugline – bu so'zlar yoki raqamlarning birikmasi; dateline – bu voqea qayerda va qachon sodir bo'lganligi haqida qisqacha ma'lumot beruvchi dalillar; source – axborot manbasining ko'rsatilishi; background – tarixiy yoki statistik ma'lumotlarni yetkazish.

Masalan, "The New York Times" gazetasida "6500 injured, 178 people killed, 300,000 people homeless" sarlavhali maqolada raqamlar dalillar, axborot manbasi, yangilikning eng muhim qismi va statistik ma'lumotlar keltirib o'tilgan: "Associated Press comments that on the 10th of August, a natural gas explosion occurred in Baltimore, Maryland. At least six people were injured and one killed in a natural gas explosion that destroyed three Baltimore houses, firefighters and the local media said Monday" [Cortez, 2020]. Xuddi shunday, "Washington Post" gazetasidagi "6 Injured, 1 killed" maqolasini tahlilga tortdik: "On the 10th of August, a natural gas explosion occurred in Baltimore, Maryland. At least six people were injured and one killed in a natural gas explosion that destroyed three Baltimore houses, firefighters and the local media said Monday" [Mettler et al., 2020] va h.k. Tahlil qilingan maqolalar ko'pincha an'anaviy kirish, asosiy qism va xulosa tuzilishiga ega. Kirish qismida mavzu taqdim etilib, asosiy qismida turli dalillar va fikrlar bilan asoslanadi. Xulosa qismida esa maqola davomida aytilgan fikrlar yana bir bor ta'kidlanadi.

"Financial times" gazetasining 2022-yil 27-yanvardagi "Denmark to Jettison Covid curbs despite high infection rate" sarlavhali maqolada *stop calling Covid-19 a "societally critical" disease, the opening up of "low-risk" cultural and sporting events, longer hours for restaurants could be on a "shorter timetable than expected"* [Milne, 2022; 2] kabi jumlar orqali dunyoni bir muddat larzaga solgan koronavirus infeksiyasidan himoyalanih haqida yoziladi. Bunda ham yondashuv o'zgacha, tinish belgilaridan keng foydalanilgan. Misoldagi "societally critical" ("ijtimoiy tanqidiy") iborasining qavs ichiga olinishi bu kasallikni dolzarblikdan tushganligini eslatadi va primitiv baho beriladi. Xabardagi "low-risk" va "shorter timetable than expected" kabi so'z birikmalarida ham ekspressiv ma'noni kuzatish mumkin. Xuddi shu gazetaning "Western unity on Russia needs German support" sarlavhali maqolasida voqelikka baho berishning transformatsion usullarini uchratishimiz mumkin. "At the top of the escalation ladder", "minor incursion", "potential for further expanding ties" ["Western unity on Russia", 2022; 17] kabi so'z birikmalari kinoya va kesatiq ma'nosida qo'llanilgan.

O‘zbek gazeta nashrlarida ijtimoiy masalalar, xususan, turli ijtimoiy guruhlar, masalan, xotin-qizlar, tadbirkorlar va qishloq aholisining hayot tarzi tasvirlanadi. Mazkur mavzular yoritilgan maqolalarda ko‘pincha standart so‘z va iboralardan foydalanilgan. Lekin bu masalalar bo‘yicha chuqur tahlil yetarli emas. Bunday maqolalar ijtimoiy qo‘llab-quvvatlanish yoki muammolarni faqat sirtidan yoritib, ularning sabab va oqibatlarini ochib bermaydi. Shu bilan birga, tanqidiy fikrlar yoki muammolarni yechish yo‘llariga oid tavsiyalar yetishmaydi: “Xotin-qizlarni ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini hal etish maqsadida “Ayollar daftari” ro‘yxatiga kiritilgan *xotin-qizlarni* qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi tashkil qilindi” (“Xalq so‘zi” gazetasi). Ushbu misolda xotin-qizlarga davlat tomonidan ko‘rsatilgan g‘amxo‘rlik ifodalangan. “Yangi loyiha *qishloq xo‘jaligi*da ko‘nikmalarni rivojlantirish tizimining sifati, dolzarbligi, natija va samaradorligi oshishi yo‘lida xizmat qiladi. Shu bilan birga, loyiha *qishloq xo‘jaligi* sektorlarida yangi tashabbus va yondashuvlarni ishlab chiqish, sinab ko‘rish va yo‘lga qo‘yishga yordam beradi”. Bu misolda ham qishloq xo‘jaligi sohasida amalga oshirilgan ishlar, tashabbuslar haqida ma‘lumotlar berilgan. Yoshlar va tadbirkorlar odatda ijobiy obrazda tasvirlanadi, lekin ularning real ehtiyojlari va muammolari haqida kamroq ma‘lumotlar keltiriladi.

Gazeta tili bu shunday bir vositaki, uning yordamida jurnalist o‘z fikrlarini ifoda etadi, g‘oyalarini shakllantiradi, munozara va bahsga kirishadi, faktlarning to‘g‘riligini ta‘minlaydi yoki rad etadi. Gazeta lingvistik birliklari kommunikativ-pragmatik kontekstning lisoniy bo‘lmagan sabablari va maqsadlarini hisobga olgan holda tuziladi, shuning uchun matnni yaratishda birinchi navbatda semantik va pragmatik bloklar kiritiladi [Polonskiy, 2009].

Umuman olganda, gazeta matnlarida standartlikning uslubiy-kommunikativ xususiyatlarini ochib berishda terminlarning ishtirokini alohida ta‘kidlash o‘rinlidir. Gazetada chop etilayotgan maqolalarda mavzu doirasida turli sohaga oid terminlardan foydalanish mavjud. Aynan mazkur terminlarning qo‘llanilishi yoritilayotgan mavzu haqida gazetxonga yetarlicha ma‘lumot beradi. Bu orqali o‘quvchi gap nima haqida borayotgani to‘g‘risida aniq tasavvurga ega bo‘ladi. Sohaviy terminlarning ishlatilishi o‘zbek tilidagi tarmoq gazetalarining xabar, tahliliy, ocherk janrlarida keng qo‘llaniladi va standartlik darajasi ham yuqori. Ta‘kidlash lozimki, so‘nggi yillarda gazetalar faoliyatini takomillashtirishga qaratilgan yangicha yondashuvlar, turfa sahifalarning shakllanishi, har xil mavzularda tayyorlangan materiallar gazeta matnida sohaviy terminlarning paydo bo‘lishiga sabab bo‘lmoqda. Shuni alohida aytish kerakki, yuridik va axborot kommunikatsiya texnologiyalariga oid terminlar allaqachon Amerika gazetalarida standart so‘z birikmalariga aylanib ulgurgan: “Samsung, the world’s largest maker of smart phones and televisions, is considered a tech-industry bellwether, as a major electronics manufacturer and components supplier to companies such as *Apple Inc. and Sony Group Corp*” [Sohn, 2022] va o‘zbek tilidagi matnlarda

Mazkur tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, o‘zbek tilidagi gazetalarda davlat siyosati va jamiyatning turli sohaları yoritilgan bo‘lsa-da, ularning diskursi bir yoqlama va ijobiy tavsifga ega. Bu holat jamiyatning turli ijtimoiy guruhlariga haqidagi real fikrni shakllantirishga va ijtimoiy muammolarning kompleks tahliliga to‘sqinlik

qilishi mumkin.

Gazeta matnlarida yuqorida qayd etilgan lisoniy ifoda vositalarini qo‘llashda muallifning o‘rni alohida ahamiyatga ega. Matbuot matnida keltirilgan voqea-hodisalar bayonida muallifning aralashuvi – uning o‘ziga xosligi, kuchi va ifodaliligini belgilovchi qonuniyat sifatida namoyon bo‘ladi.

MUNOZARA

Ushbu tadqiqotda gazeta diskursi va uning asosiy vazifasi, unda mavzularni yoritishning aks ettirilishi va ijtimoiy ta’siri tahlil qilindi. Gazetalar jamiyatdagi muhim voqealarni, siyosiy va ijtimoiy masalalarni yoritishda yetakchi o‘rin tutadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, ingliz va o‘zbek tilida chop etiladigan gazetalar matnlarida davlat siyosatini qo‘llab-quvvatlovchi ijobiy tasvirlar ko‘proq uchraydi. Bu, o‘z navbatida, omma orasida davlatga bo‘lgan ishonchni oshirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, ayrim ijtimoiy mavzularda, masalan, gender tengligi, yoshlarning ishsizligi yoki iqtisodiy tengsizlik kabi masalalarda yetarli muhokamalar yetishmaydi. Bu mavzularning kam yoritilishi ko‘pincha ijtimoiy muammolarni e’tiborsiz qoldirishi yoki ularni qisman ko‘rsatishi mumkinligi bilan izohlanadi. Misol uchun, ayollarni faqat an’anaviy rollar orqali tasvirlash ularning jamiyatdagi haqiqiy rolini ko‘rsatishda yetarli bo‘lmaydi va jamiyatda an’anaviy stereotiplarni mustahkamlashga olib keladi.

Gazeta maqolalaridagi tahliliy va tanqidiy elementlarning yetishmasligi o‘quvchilarga to‘liq va haqqoniy tasvir bermasligi mumkin. Ushbu holat jamiyatga salbiy ta’sir ko‘rsatadi, chunki u real muammolar haqida ochiq muhokama qilish imkoniyatlarini cheklaydi. Natijada aholining gazetalarga bo‘lgan ishonchi pasayishi va OAVlarining jamiyatdagi ahamiyati kamayishi mumkin. Shuningdek, gazetalar ijtimoiy masalalarning chuqur tahliliga e’tibor qaratishi kerak. Buning uchun mavzularni tanlashda muvozanatni saqlash va jamiyatning har xil qatlamlari uchun dolzarb bo‘lgan masalalarni yoritish zarur. Gazetalarning bunday yondashuvi nafaqat o‘quvchilar orasida ishonchni oshirishga, balki jamiyatdagi real muammolarni aniqlash va hal etishga ham yordam beradi.

Bu tadqiqot gazeta diskursini tahlil qilish orqali ularning ijtimoiy ta’sirini chuqurroq tushunish imkonini beradi. Til vositalarini tog‘ri tanlash orqali mediamatnning jamiyatga qanday ta’sir ko‘rsatishi va jamoatchilik fikrini shakllantirishi tahlil qilinishi lozim. Bu, o‘z navbatida, kelajakda OAVlarining real o‘zgarishiga va ijtimoiy mas’uliyatini yanada oshirishga yordam beradi.

Gazeta diskursida ko‘pincha rasmiy va norasmiy tilning va funksional uslubning birlashishi kuzatiladi. Masalan, siyosiy yangiliklar yoki davlat rahbarlarining chiqishlari haqida xabar berilganda, rasmiy adabiy til ishlatiladi. Biroq ijtimoiy va madaniy mavzularni yoritishda ko‘proq emotsional lisoniy vositalardan foydalaniladi. Bu yondashuv auditoriya bilan yaqinroq aloqani ta’minlasa-da, ba’zida obyektivlik va neytrallikni buzishi ham mumkin.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, gazetalardagi xabarlar va maqolalarda ishlatiladigan leksik birliklar, ya’ni so‘z va iboralar o‘quvchilarning mavzu haqida qanday fikr shakllantirishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, “tinchlik”,

“barqarorlik” yoki “taraqqiyot” kabi soʻzlar koʻp ishlatilsa, ular oʻquvchilar ongiga ijobiy tasvir koʻrsatishi mumkin. Ammo bu soʻzlar odatda umumiy xarakterga ega boʻlib, aniq maʼlumotlar va dalillarga asoslanmagan boʻlsa, oʻquvchilar haqiqatni koʻra olmay qolishadi.

Shu bilan birga, tanqidiy va neytral tahlilning kamligi gazetalarda muayyan ijtimoiy guruhlar haqida notoʻgʻri yoki bir tomonlama tasavvur paydo boʻlishga olib kelishi mumkin. Masalan, yoshlar haqida gap ketganda, ularning faqat muvaffaqiyatlari yoki davlat loyihalaridagi ishtiroki haqida soʻz boradi, lekin ular duch kelayotgan real muammolar, masalan, ishsizlik, sifatli taʼlimga boʻlgan ehtiyoj yoki qishloq joylarda taʼlim va bandlik imkoniyatlarining yetishmasligi haqida kamroq maʼlumot beriladi.

Ushbu masala, shuningdek, gender tengligi kontekstida ham muhim ahamiyatga ega. Oʻzbek tilidagi gazeta matnlarida ayollarning ijtimoiy-siyosiy jarayonlardagi roli haqida koʻproq ijobiy va ramziy tasvirlar beriladi, ammo ularning real hayotdagi muammolari, masalan, ishsizlik, taʼlim olishdagi cheklovlar yoki oiladagi majburiyatlari haqida kamroq maʼlumot beriladi. Natijada ayollar haqidagi tasvirlar koʻpincha bir tomonlama va stereotipik boʻlib qoladi.

Gazetalarning bunday yondashuvi ijtimoiy fikrni shakllantirishda muhim rol oʻynaydi. Oʻquvchilar gazetadagi yangilik va maqolalarni oʻqib, ular asosida jamiyatdagi voqeliklar haqida maʼlum bir tasavvurga ega boʻladilar. Shuning uchun, gazetalarning tanqidiy va chuqur tahlilga asoslangan yondashuvi ijtimoiy oʻzgarishlarni keltirib chiqarishi, aholi orasida bahs-munozaralar va muloqotlarni ragʻbatlantirishi mumkin.

Ushbu tadqiqot ingliz va oʻzbek gazetalari diskursi orqali jamiyatda qanday ijtimoiy tasavvurlar shakllanayotganini aniqlashga imkon beradi. Gazetalarda mavzularni yoritishda neytrallik va obyektivlikka rioya qilish, haqiqatni ochiq yoritish va tanqidiy yondashuvni kuchaytirish OAVlarining ijtimoiy masʼuliyatini oshirishda muhimdir.

XULOSA

Gazeta tilining ijtimoiy funksiyasi “nutq manzili”ning oʻziga xos xususiyatlari bilan ham belgilanadi. Gazeta tili son jihatdan behisob va sifat jihatdan “xilma-xil” auditoriyaga moʻljallanganligi bilan ajralib turadi. Gazeta-publitsistik nutqida, ommaviy, notiqlik nutqida boʻlgani kabi, “nutq yaratuvchisi – nutq manzili” antinomiyasi keyingisining hisobiga hal boʻladi va bu tilning ichki rivojlanishi bilangina emas, ijtimoiy omillar bilan ham belgilanadi.

Gazeta xilma-xil mavzudagi xabarlarini ifodalash uchun til vositalariga muhtoj. Gazetaning keng leksik diapazoni, uning lugʻati bir qarashda turfa xil ekanligidan dalolat beradi. U jamoatchilik uchun qiziqarli boʻlgan, tarbiyaviy ahamiyatga ega barcha mavzular haqida soʻz yuritadi. Maqolalarning mazmun-mohiyatini baholash vositalariga boʻlgan ehtiyoji ham katta.

Ushbu tadqiqotda gazeta diskursi orqali ijtimoiy voqeliklarni yoritish va jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayoni tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni koʻrsatadiki, gazetalarda maʼlumot berish uslubi, til va tasvirlash shakllari

o‘quvchilarga mavzular haqida muayyan qarashlarni singdiradi. Gazeta tilidan foydalanish orqali voqeliklarni qanday aks ettirishi va ijtimoiy masalalarni qanday ko‘rsatishi jamiyatdagi umumiy tasavvurni shakllantirishda katta rol o‘ynaydi.

Gazeta diskursining tanqidiy va diskursiv tahlili shundan dalolat beradiki, ayrim mavzularning tasvirlanishida dalillangan fikrlarning yetishmasligi ijtimoiy masalalarni to‘laqonli va haqqoniy yoritish jarayoniga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi. Shu sababli, gazetalarda ijtimoiy masalalarni yoritishda ko‘proq obyektivlik va tanqidiy yondashuvni namoyish etishi lozim.

Gazetalarning o‘quvchilarga ta‘sirini kuchaytirish va ularning ishonchliligini oshirish uchun mavzularni yoritishda muvozanat, aniq dalillarga asoslangan xulosalar va turli fikrlar bilan boyitilgan maqolalar taqdim etilishi zarur. Shuningdek, gazetalarning ijtimoiy va madaniy masalalar bo‘yicha chuqurroq yondashuvini ta‘minlash, jamiyatda ochiq muhokamalar va sog‘lom raqobatni yuzaga keltirishi muhimdir.

Umuman olganda, gazeta diskursini tahlil qilish orqali jamiyatdagi turli ijtimoiy masalalarga nisbatan turli qarashlar shakllanayotganini aniqlash va OAVlarining ijtimoiy mas‘uliyatini oshirish dolzarb masala hisoblanadi. Bu orqali kelajakda gazeta maqolalarida tanqidiy tahlil va xolislikni kuchaytirish, jamoatchilik fikrini yanada to‘g‘ri shakllantirish va ijtimoiy o‘zgarishlarga erishish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Altunyan, A.G. (1999) *Ot Bulgarina do Zhirinovskogo. Ideyno stilisticheskiy analiz nemetskikh tekstov*. Moskva: Rossiyskiy gosudarstvennyy gumanitarnyy universitet.
2. Bakhtin, M.M. (1986). *Estetika slovesnogo tvorchestva*. Moskva: Iskusstvo.
3. Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford: Blackwell.
4. Bolter, D.J., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. USA: The MIT Press.
5. Dobrosklonskaya, T.G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI*. Moskva: Flinta.
6. Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315834368>.
7. Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
8. Gershman, J. (2022, January 26). Biden’s first supreme court vacancy: A look at potential candidates to replace breyer. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/bidens-first-supreme-court-vacancy-a-look-at-potential-candidates-to-replace-breyer-11643229190>.
9. Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S.Hall, D.Hobson, A.Lowe & P.Willis (Eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies* (pp. 63–87). London: Hutchinson.
10. Jumaniyozova, N. (2024-yil 21-mart). Xotin-qizlar uchun onlayn dastyor. *“Jamiyat” ijtimoiy-siyosiy gazetasi*, 12-13(883-884), 1–12.
11. Karimov, S. (2010). *O‘zbek tili funksional stilistikasi*. Samarqand: “Zarafshon” nashriyoti.
12. Klushina, N.I. (2007). Publitsisticheskiy tekst v pragmaticheskom aspekte. V sbornike Ya.N. Zasurskiy, N.I. Klushina, V.V. Slavkin & G.Ya. Solganik (Redy.), *Yazyk massovoy i mezhlchnostnoy kommunikatsii* (ss. 75–106). Moskva: Media-Mir.
13. Cortez, J. (2020, August 10). 1 dead, 6 rescued after gas explosion levels Baltimore homes. *PBS News*. <https://www.pbs.org/newshour/nation/gas-explosion-levels-3-baltimore->

- homes-1-dead-1-trapped.
14. Kostomarov, V.G. (1971). *Russkiy yazyk na gazetnoy polose: Nekotoryye osobennosti yazyka sovremennoy gazetnoy publitsistiki*. Moskva: Izdatel'stvo Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta imeni M.V. Lomonosova.
 15. Kotov, A.A. (2003). Mekhanizmy rechevogo vozdeystviya v publitsisticheskikh tekstakh SMI. *Avtoref. dis. kand. filol. nauk*. Moskva.
 16. Kress, G., & Leeuwen, T.V. (2020). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>.
 17. Kuyek, F.A. (2005). Yazykovyye sredstva gazetnogo diskursa: leksiko-semanticheskii i pragmaticheskii aspekt. *Avtoref. diss. kand. filol. nauk*. Krasnodar.
 18. Mauldin, W., & Gordon, M.R. (2022, January 26). U.S. delivers response to Russian demands amid Ukraine crisis. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/u-s-delivers-response-to-russian-demands-amid-ukraine-crisis-11643220014>.
 19. McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
 20. Mendoza, J. (2022, March 2). From actor to president: Zelenskyy's rise to fame. *USA Today*, 1–30.
 21. Mettler, K., Miller, M.E., & Davies, E. (2020, August 10). Baltimore explosion leaves one dead, seven hospitalized. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/local/public-safety/baltimore-explosion-leaves-at-least-one-dead-others-injured/2020/08/10/513d28f8-db15-11ea-b205-ff838e15a9a6_story.html.
 22. Milne, R. (2022, January 27). Denmark to jettison Covid curbs despite high infection rate. *Financial Europe*, 1–18.
 23. Odilov, Y.R. (2020). *Globallashuv davri publitsistikasi tilining taraqqiyoti*. Toshkent: "Nodirabegim" nashriyoti.
 24. Polonskiy, A.V. (2009). Yazyk sovremennykh SMI: kul'tura publichnogo dialoga. *Mir russkogo slova*, 1, 62–66.
 25. Richardson, J.E. (2007). *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
 26. Sohn, J. (2022, January 26). Samsung's fourth-quarter revenue is best ever. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/samsungs-fourth-quarter-revenue-is-best-ever-11643243437>.
 27. Teshabayeva, D.M. (2012). Ommaviy axborot vositalari tilining nutq madaniyati aspektida tadqiqi (O'zbekiston Respublikasi OAV misolida). *Filol. fan. dok. diss.* Toshkent.
 28. Tsurikova, L.V., & Kubryakova, Ye.S. (2008). Verbal'naya deyatel'nost' SMI kak osooby vid kognitivnoy deyatel'nosti. V knige M.N. Volodina (Red.), *Yazyk sredstv massovoy informatsii* (ss. 183–209). Moskva: Akademicheskii proyekt.
 29. Tulupova, K.V. (2007). Mediadiskurs kak ob'yekt issledovaniya. *Trudy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii «Zhurnalistika: Vzaimodeystviye nauki i praktiki»* (ss. 190–193). Rostov-na-Donu: NMTS «Logos».
 30. van Dijk, T.A. (1993). *Elite discourse and racism*. USA: Sage.
 31. Vasil'yeva, A.N. (1982). *Gazetno-publitsisticheskii stil' rechi*. Moskva: Izdatel'stvo «Russkiy yazyk».
 32. Western unity on Russia needs German support. (2022, January 27). *Financial Europe*, 1–18.
 33. Xudoyqulov, M. (2011). *Jurnalistika va publitsistika*. Toshkent: "Tafakkur" nashriyoti.
 34. Youssef, A.N. (2022, January 26). Biden signs executive order making sexual harassment a crime under military law. *The Wall Street Journal*. https://www.wsj.com/articles/biden-signs-executive-order-making-sexual-harassment-a-crime-under-military-law-11643241271?reflink=desktopwebshare_permalink.

REFERENCES

1. Altunyan, A.G. (1999) *From Bulgarin to Zhirinovskiy: Ideological and stylistic analysis of German texts*. Moscow: Russian State University for the Humanities.
2. Bakhtin, M.M. (1986). *The aesthetics of verbal art*. Moscow: Art.
3. Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford: Blackwell.
4. Bolter, D.J., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. USA: The MIT Press.
5. Cortez, J. (2020, August 10). 1 dead, 6 rescued after gas explosion levels Baltimore homes. *PBS News*. <https://www.pbs.org/newshour/nation/gas-explosion-levels-3-baltimore-homes-1-dead-1-trapped>.
6. Dobrosklonskaya, T.G. (2008). *Medialinguistics: A systematic approach to studying the language of the media*. Moscow: Flinta.
7. Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315834368>.
8. Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
9. Gershman, J. (2022, January 26). Biden's first supreme court vacancy: A look at potential candidates to replace breyer. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/bidens-first-supreme-court-vacancy-a-look-at-potential-candidates-to-replace-breyer-11643229190>.
10. Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S.Hall, D.Hobson, A.Lowe & P.Willis (Eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies* (pp. 63–87). London: Hutchinson.
11. Jumaniozova, N. (March 21, 2024). Online assistant for women. *Socio-Political Newspaper of 'Society', 12-13*(883-884), 1–12.
12. Karimov, S. (2010). *Functional stylistics of the Uzbek language*. Samarkand: Publishing House of 'Zarafshon'.
13. Khudoykulov, M. (2011). *Journalism and publicism*. Tashkent: Publishing House of 'Contemplation'.
14. Klushina, N.I. (2007). Journalistic text in pragmatic aspect. In Y.N. Zasursky, N.I. Klushina, V.V. Slavkin & G.Y. Solganik (Eds.), *Language of Mass and Interpersonal Communication* (pp. 75–106). Moscow: Media-Mir.
15. Kostomarov, V.G. (1971). *Russian language on the newspaper floor: Some features of the language of modern newspaper publishing*. Moscow: Publishing House of Moscow State University named after M.V. Lomonosov.
16. Kotov, A.A. (2003). Mechanisms of speech influence in journalistic media texts. *Diss. abs. cand. philol. scien*. Moscow.
17. Kress, G., & Leeuwen, T.V. (2020). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>.
18. Kuyek, F.A. (2005). Linguistic means of newspaper discourse: lexical-semantic and pragmatic aspects. *Diss. abs. cand. philol. scien*. Krasnodar.
19. Mauldin, W., & Gordon, M.R. (2022, January 26). U.S. delivers response to Russian demands amid Ukraine crisis. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/u-s-delivers-response-to-russian-demands-amid-ukraine-crisis-11643220014>.
20. McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
21. Mendoza, J. (2022, March 2). From actor to president: Zelensky's rise to fame. *USA Today*.
22. Mettler, K., Miller, M.E., & Davies, E. (2020, August 10). Baltimore explosion leaves one dead, seven hospitalized. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/local/public-safety/baltimore-explosion-leaves-at-least-one-dead-others-injured/2020/08/10/513d28f8-db15-11ea-b205-f838e15a9a6_story.html.
23. Milne, R. (2022, January 27). Denmark to jettison Covid curbs despite high infection rate.

- Financial Europe*, 1–18.
24. Odilov, Y.R. (2020). *Development of journalistic language in the era of globalization*. Tashkent: Publishing House of ‘Nodirabegim’.
 25. Pietsch, B. (2020, August 10). 2 Dead and at Least 7 Injured in Baltimore Gas Explosion. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/08/10/us/baltimore-explosion.html>.
 26. Polonsky, A.V. (2009). The language of modern media: The culture of public dialogue. *The World of the Russian Word*, 1, 62–66.
 27. Richardson, J.E. (2007). *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
 28. Sohn, J. (2022, January 26). Samsung’s fourth-quarter revenue is best ever. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/samsungs-fourth-quarter-revenue-is-best-ever-11643243437>.
 29. Teshabaeva, D.M. (2012). Research on speech culture aspects of mass media language (On the example of mass media of the Republic of Uzbekistan). *DSc thes. philol. scien.* Tashkent.
 30. Tsurikova, L.V., & Kubryakova, Y.S. (2008). Verbal activity of mass media as a special type of cognitive activity. In M.N. Volodina (Ed.), *Language of Mass Media: University Textbook* (pp. 183–209). Moscow: Academic Project.
 31. Tulupova, K.V. (2007). Media discourse as an object of research. *Proceedings of the International Scientific Conference of ‘Journalism: Interaction of Science and Practice’* (pp. 190–193). Rostov-on-Don: SMC ‘Logos’.
 32. van Dijk, T.A. (1993). *Elite discourse and racism*. USA: Sage.
 33. Vasilyeva, A.N. (1982). *Newspaper-publicistic style of speech*. Moscow: Publishing House of ‘Russian Language’.
 34. Youssef, A.N. (2022, January 26). Biden signs executive order making sexual harassment a crime under military law. *The Wall Street Journal*. https://www.wsj.com/articles/biden-signs-executive-order-making-sexual-harassment-a-crime-under-military-law-11643241271?reflink=desktopwebshare_permalink.