

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ФАРҒОНА ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

**FarDU.
ILMIY
XABARLAR-**

1995 йилдан нашр этилади
Йилда 6 марта чиқади

5-2019

**НАУЧНЫЙ
ВЕСТИК.
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года
Выходит 6 раз в год

А.Йўлдашев Темурбек Казбеков – Германияда ўқиган андижонлик талаба	91
--	----

АДАБИЁТШУНОСЛИК

Ф.Орипжонова А.Ахматованинг ижодини ўрганишда метафорик ёндошув	95
З.Қобилова, Э. Қобилова Татабуда шакл ва мазмун	98
З.Ж.Пардаева Чингиз Айтматовнинг “Асрга татиғулик кун” романи метафорикасида бадиий тафаккур фалсафаси талқини	101
В.Аҳмедова Тарихий драмада Амир Темур образи	105
А.К.Абдурахмонов Адабиётда турна тимсолининг тасвирига доир	109
Г.Муҳаммаджонова Ўзбек ва жаҳон адабиётида мусаввир образи	112
О.Солиева Нишотий мухаммасларининг матний-қиёсий таҳлили (I қисм)	117

ТИЛШУНОСЛИК

Н.Муродова Инглиз, рус ва ўзбек тилларида энантиосемияни ўрганишнинг тарихий асослари	122
Н.Чиниқулов Оммавий коммуникацияда ахборот матнлари	127
М.Мамажонов Антропонимлар дискурс релеванти сифатида	130
Н.Т.Махмудова Айрим телекоммуникация терминларида ўз ва ўзлашган қатлам муносабати	133

ИЛМИЙ АХБОРОТ

Р.Х.Максудов Элнинг ардоқли шоири	137
А.Сабирдинов, Н.Мамадалиев Асқар Қосимов шеърининг маҳоратининг баъзи жиҳатлари тўғрисида	139
А.Турдиев Замонавий ўзбек адабиётида фольклоризм	141
Б.Қурбонова, З.Каримова Ўзбек ва қирғиз фразеологизмларининг семантик таҳлили	145
С.Усмонова Ўзбек ва инглиз маърифатпарварлик ҳаракатининг ижтимоий-фалсафий асослари	148
Ж.М.Отажанов Бўлажак бошланғич синф ўқитувчиларида рефлексив кўникмаларни ривожлантиришнинг шартлари	152
О.Хасанова Янги сўзларни ўқувчиларга ўргатишда мнемотехникадан фойдаланиш усуллари	156
Д.Қамбарова Мавзуни тақдим қилиш, талабаларга билим бериш ва назорат усуллари	160

ҚОНУН ВА ИЖРО

А.Ўринов “Фанлар подшоҳи” – Республика Президенти нигоҳида	163
--	-----

ОММАВИЙ КОММУНИКАЦИЯДА АХБОРОТ МАТНЛАРИ
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕКСТЫ В МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ
INFORMATION TEXTS IN MASS COMMUNICATION

Н.Чиникулов

Аннотация

Мақолада оммавий коммуникацияда ахборот матнлари, уларнинг турлари ва ахборот етказишда матннинг бирламчилиги ҳамда нолингвистик воситалар қўшимча коммуникатив восита эканлиги ҳақида сўз юритилади.

Аннотация

В статье рассматриваются информационные тексты в массовых коммуникациях и их типы, единственность текста в передаче информации, а также нелингвистические средства, представляющие собой дополнительные коммуникативные средства.

Annotation

This article discusses the informational text in mass communication and its types, the main means of transmitting information, and non-verbal units as additional communicative means.

Таянч сўз ва иборалар: матн, ахборот матнлари, коммуникация, оммавий коммуникация, лингвистик белги, пешлавҳа, реклама, шиор, эълон.

Ключевые слова и выражения: текст, информационный текст, коммуникация, массовая коммуникация, лингвистический знак, вывеска, реклама, лозунг, объявление.

Keywords and expressions: text, informational text, communication, mass communication, linguistic sign, signboard, advertising, slogan, ad.

Бугунги кунда жамият тараққийетида коммуникациянинг ўрни беқиёс бўлиб, усиз инсониятнинг кундалик ҳаётини тасаввур қилиб бўлмайди. “Коммуникация” термини жуда кенг қўлланилиб, у луғатларда турлича талқин қилинади.

Маълумки, коммуникация кишилар орасида ахборот етказиш жараёни ҳисобланади. Бироқ, коммуникацияни бундай тушунишнинг тўлақонли эмаслиги аён, чунки ахборот тушунчасининг ўзи ҳам маъно - моҳиятига кўра турли муаллифлар томонидан турлича изоҳланади. Коммуникатив жараённинг умумий структураси ҳозирга қадар аниқланган эмас. “Адресант – ахборот узатиш – адресат” шаклидаги машхур схема фақат юқоридаги тузилмани тушунишга қараб қўйилган илк қадам сифатидагина қаралиши мумкин. Ҳар қандай ахборот системаси мавҳум объектлар (семантик моделлар)ни ўз ичига қамраб олади ва бундай ахборот системасининг таркибий қисми инсон ҳисобланади [1; 29-31].

Ахборотни унинг моддий ташувчиларидан, яъни ахборот хабарларидан фарқлаш зарур, улар ёрдамида ахборот адресантдан адресатга етказилади. Замонавий коммуникация учун энг муҳим ахборот хабарлари матн ёки график кўринишидаги хабарлардир.

Коммуникациянинг техник модели – коммуникатив жараёни тўлалигича таҳлил қилиш имконини бермайди, чунки у қатъийроқ қилиб айтганда, фақат ахборот хабарларини алоқа каналлари орқали етказиб бериш жараёнининг модели бўлиб, бунда коммуникациянинг “инсон омили”ни эътибордан соқит қилади. Олинган ахборот адресат томонидан унинг тафаккури, қабул қилиш соҳаларига мансуб бир қатор омиллар сабабли нотўғри талқин этилиши мумкин. Натижада коммуникациянинг асосий мақсади, яъни узатилган ахборотнинг адекват тушунилиши амалга ошмай қолади. Шу нуқтаи назардан коммуникациянинг техник аспектларидан ташқари асосий гуманитар аспектларини ҳам ҳисобга олувчи мантиқий моделдан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Коммуникация жараёнида коммуникантлар ўртасидаги ахборот ташувчи асосий восита матн ҳисобланади. Матннинг информатив имкониятлари ундан фойдаланувчининг дунёқараши, билими, тилдан фойдаланиш даражаси билан белгиланади. Шунингдек, лингвистик белгиларнинг тил элементи сифатидаги ўзаро муносабати, лингвистик белгининг моҳиятини унинг субъекти ва субъектнинг

Н.Чиникулов – Алишер Навоий номидаги ТошДўТАУ, филология фанлари номзоди.

мазкур лингвистик белгига муносабати масаласи ҳам муҳим ҳисобланади [2, 68].

Илмий адабиётларда матн тушунчаси турлича талқин қилинади [3]. Кўпгина илмий адабиётларда “Матн – бу, тугалланган ва тўғри шакллантирилган коммуникациянинг барча аъсосига тегишли бўлган ёзма нутқ кўриниши” [4,19], деб қаралади. Умуман олганда, матн назарияси бўйича олиб борилган тадқиқотларнинг барчасида матннинг йирик бутунлик эканлиги ҳақида фикрлар учрайди. “Бу хил фикрнинг тилшунослиқда ўрнашиб қолишига сабаб матннинг гапга нисбатан коммуникатив қимматли, деб ҳисобланишидир” [5,75-76].

Матннинг ҳажми масаласи ўз-ўзидан матннинг чегараси муаммоси билан боғланади [6,23]. Шу сабабли ҳам матнни шаклан йирик бутунлиқдан иборат деб қараш унчалик тўғри эмас. Мулоқот воситаси (ахборот берувчи) ҳисобланган кўча матнларини лисоний таҳлил қилиш орқали мазкур фикрнинг нечоғли тўғри эканлигини аниқлаш мумкин.

Тилшунос олим Н.Турниёзовнинг матн ва унинг компонентлари ҳақидаги фикри диққатга сазовордир. “... матн бир сўздан, сўз бирикмасидан ва бир гапдан иборат бўлиши мумкин. Бундай матнларнинг биринчиси бир компонентли бўлади. Бунга махсус қўлланишли сўзлар мисол бўла олади: “Соҳил”, “Ўқитувчи”, “Она” – санъат асарларининг номлари. “Тошкент”, “Ўзбекистон”, “Лондон” – хариталарнинг номлари ва ҳ.к. сўз бирикмаси орқали ифодаланган матн ҳам кўпроқ бирор санъат асарининг номи сифатида воқеланади: “Бизнинг қишлоқ”, “Механизатор қиз”. Айни пайтда матн икки компонентли саналади ва бу орқали бир сўзли матндан фарқланади. Бироқ, сўз бирикмаси билан ифодаланган матн фақат икки компонентли эмас, балки кўп компонентли бўлиши ҳам мумкин. “Чимён тоғи бағрида” (санъат асари номи) ...” [7,21]. Шу нуқтаи назардан кўча матнлари (кўча матнлари атамасини тил бирликлари иштирок этиб, ахборот берувчи кўча-кўйдаги барча матнларга нисбатан шартли равишда қўлладик – Н.Ч.) дўкон ёки бирор-бир объект пештоқидаги биргина сўзданми, рекламадаги бир неча сўз ёки афиша, шиордаги сўзларнинг миқдоридан қатъий назар, улар ахборот матнлари ҳисобланади. “Бу матнлар

тилшунослиқда оммавий коммуникация матнлари деб юритилади” [8, 5-16].

Одамларнинг ахборотга бўлган талаби, ҳар бир янгилик инсоният тараққиётига хизмат қилиб, унга бўлган эҳтиёжни қондириш учун янада такомиллашиб боради. Бу эса кундалик турмуш тарзимизда оммавий коммуникацияга бўлган эҳтиёжнинг кундан-кунга ортиб бораётганлигидан далолат беради.

Оммавий коммуникация бугунги кунда ўз ичига барча турдаги ахборот (информация)ни олиб, улар радио-телевидение, матбуот, интернет, кўча матнлари ва бошқаларда ўз ифодасини топган. Биз оммавий коммуникациянинг ажралмас бир бўлаги бўлган ахборот матнларининг мазкур системада тутган ўрни ҳақида тўхталиб ўтамиз.

Ҳар қандай матн турини таснифлашда, энг аввало, мазкур матннинг ахборот ташиш имкониятини ҳисобга олиш зарур бўлади.

Кўча матнларини вазифасига кўра уч турга бўлиш мумкин:

1. Фақат ахборот берувчи матнлар.
2. Реклама матнлари.
3. Ташвиқот қилувчи матнлар [9; 13].

Фақат ахборот берувчи матнларга пешлавҳалар киритилди. Оммавий коммуникатив вазифа бажаришда пешлавҳалардаги сўзлар семантикаси асосий ўринни эгаллайди. Айрим пешлавҳалар сўз ёки сўз бирикмаси шаклида қўлланса-да, у хабар ифодалаш вазифасини бажаради, яъни у фикрлашув бирлиги – коммуникатив бирлик ҳисобланади. Пешлавҳалар матнларида асосий эътибор ахборотга қаратилиб, коммуникатив вазифа бажаришда тил бирликлари асосий восита сифатида қаралади. Буларда нолингвистик воситалар (махсус белгилар, реквизитлар, логотип, товар белгилари, ранг, дизайн, расмлар ва бошқалар) қўшимча коммуникатив вазифа бажариш учунгина хизмат қилади. Мабодо уларда нолингвистик воситалар ишлатилмаган тақдирда ҳам бош вазифа – “ахборот бериш” сақланиб қолади ҳамда бу матнларга қўйилган вазифани бажара олади.

Оммавий коммуникатив матнлар, ўзаро матнни вужудга келтирувчи лингвистик бирликларнинг қўлланишигагина эмас, уларда қўлланувчи нолингвистик воситаларнинг турлари ва ишлатилиш

ТИЛШУНОСЛИК

қўламига кўра ҳам ўзаро фарқланади. Оммавий коммуникатив матнларнинг кенг тарқалган турларидан бири бўлган рекламаларни пешлавҳалар билан қиёсласанда, бу ҳол яққол кўзга ташланади.

Реклама матнларида ҳам асосий вазифа тил бирликлари ҳисобланади, лекин рекламаларда коммуникатив вазифа бажаришида нолингвистик воситаларнинг ўрни жуда муҳимдир. Ахборот берувчи матнлар, масалан, пешлавҳа, афиша ва шiorларга нисбатан уларда нолингвистик воситалар кўп қўлланилади. Реклама матнларида тил бирликлари нолингвистик воситалар билан яхлит бир бутун шаклда бўлади ҳамда тил бирликларини иқтисод қилишга олиб келади. Баъзи ҳолларда нолингвистик воситаларсиз фақат тил бирликларининг иштирок этиши реклама талаби нуқтаи назаридан ахборотнинг ноаниқ бўлиб қолишига олиб келиши мумкин, чунки рекламаларда бу воситаларнинг қўлланишида ўзаро узвий боғлиқлик бўлиб, улар биргалиқда яхлит бир ахборот (информация)ни ташкил этади.

Афишалар кўча матнларининг анча кенг тарқалган турларидан бири бўлиб, шакли ва уларда тил бирликларининг қўлланилишига кўра рекламага яқин туради.

Ташвиқот қилувчи матнлар сирасига кирувчи шiorлар бирор улуғ санага, байрамларга, Ватан мадҳига ва бошқаларга бағишланган бўлиши мумкин. Улар тилининг асосини эмоционал-экспрессив лексика ташкил қилади. Шiorлар таълим-тарбия, мафкура билан боғлиқ бўлиб, унда мақоллар, ҳикматли сўзлар кенг қўлланади.

Шунингдек, эълонларни ҳам ахборот берувчи матнлар сирасига киритиш мумкин. Эълон (арабча – кўпчиликка маълум қилиш, билдириш; хабарнома) Кўпчиликка етказилиши зарур бўлган хабар, янгилек, буйруқ, фармон; шундай хабар ёзилган қоғоз, ҳужжат билдириш [10; 66]. Эълонлар тили расмий услуб доирасида бўлиб, бериладиган хабар талабига кўра матн маълум бир соҳага тегишли бўлиши мумкин.

Хулоса қилиб айтганда, оммавий коммуникацияда ахборот матнларини лингвистик таҳлил қилиш, уларда тил бирликларининг ўрни, тиниш белгиларининг қўлланилиши ва нолингвистик воситаларнинг ўзига хос тутган ўрнини таҳлил қилиш тилшунослигимизда ўз тадқиқини қутаётган соҳалардан ҳисобланади.

Адабиётлар:

1. Переверзев В.Н. О логической теории коммуникации // Материалы международной научно-практической конференции «Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах». «Коммуникация – 2002» Ч.1 – Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2002.
2. Шодиев И. «Матннинг коммуникатив турлари» // Ўзбек тили ва адабиёти. –Т., 2006.-№2.
3. Турниёзов Н. Матн ва унинг лингвистик таҳлили // Хорижий филология, № 2, 2003.
4. Зарубина Н.Д. Текст: лингвистический и методический аспекты. -М.: Наука, 1981.
5. Шахобиддинова Ш., Исоқов З. Матн ва уни боғловчи воситалардан бири // Ўзбек тили ва адабиёти. –Т., 2004. -№6.
6. Тухтасинов М. Макротекст и система средств выражения его когерентности в узбекской художественной речи. Автореф. дис. ...канд. филол. наук. -Т.: 1987.
7. Турниёзов Н. Матн лингвистикаси. –Самарқанд, 2004.
8. Пробст М.А. Текст в системах коммуникаций / Проблемы структурной лингвистики. - М.: Наука, 1981.
9. Чиникулов Н. Пешлавҳаларнинг лисоний хусусиятлари. Филол. фан.номзд. ...дис-си. – Т., 2007.
10. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. –Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат нашриёти. 2008, V-жилд.

(Тақризчи: Ш.Искандарова – филология фанлари доктори, профессор).