

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
FARG'ONA DAVLAT UNIVERSITETI

**FarDU.
ILMIY
XABARLAR**

1995-yildan nashr etiladi
Yilda 6 marta chiqadi

**2024/6-SON
ILOVA TO'PLAM**

**НАУЧНЫЙ
ВЕСТНИК.
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года
Выходит 6 раз в год

F.Babadjanov	
O'zbek tilida ish yuritish tizimining shakllanishi va uning mustaqillik davridagi taraqqiyoti	637
Э.Х.Мустаева	
Риторическая компетенция как основа формирования профессиональной коммуникации в условиях цифровизации	641
З.А.Низомитдинова	
Сравнительная идентификация гендерного дискурса в медиасреде	647
Н.М.Каримова	
Эволюция художественного языка В. Распутина и Х. Дустмухаммада: этапы и особенности	652
Ш.Н.Саминжонова	
Современные подходы исследования когнитивных единиц языка сети интернет	657
М.Э.Турсунова	
Влияние глобализации на язык молодежи на примерах англицизмов	663
Э.И.Ибрагимова, З.Т.Исаева	
Ключевые направления эволюции русского языкознания в XXI веке: возникновение научных парадигм	666
З.Т.Исаева	
Комплексный анализ парадигматических и синтагматических структур	672
Д.О.Турдалиев	
Теория лингвистической относительности и её отражение в повести теда чана «История твоей жизни»	678
Н.Т.Ходжаева	
Современные методы преподавания русского языка как иностранного: технологии, подходы, практическая значимость	681
В.Гимадетдинова	
Анализ лингвокреативных стратегий современного медиатекста	684
Э.А.Абдуллаева	
Социокультурный анализ межкультурных коммуникаций	688
Б.Х.Абдуллаева	
Трансформация фразеологизмов в русском языке XXI века	693
У.М.Юлбарсова	
Лингвокультурные различия в восприятии концепта "Дом" у русских и узбеков	697
М.Т.Abdupattoyev	
Poetik sintaksis: ekspressiv va ekstralingvistik vositalar talqini	700
F.H.Islomova	
Matn yaratish malakasini rivojlantiruvchi metodlar	704
A.R.Dadajonov, I.T.Xojaliyev	
Muhokama nutq tipining til tizimida tutgan o'rni	707
G.A.Asomiddinova	
Stefan Sveygning "Ayol hayotidan yigirma to'rt soat" novellasida inson ruhiy olamining talqini	711
Sh.T.Axmadjonova	
Ingliz va o'zbek tillarida badiiy uslubning o'ziga xos xususiyatlari	714
Sh.G.Akbarova	
Nazar eshonqulning "Tobut" va Alber Kamyuning "Vabo" romanlarining qiyosiy tahlili	717
Д.С.Усмонова	
Аксиология языка: как ценности формируют фразеологию и культурное сознание	722
A.I. Saminov	
Oksyumoron komponentlarining mazmuniy munosabati	727
M.T.Xalilova	
Zamonaviy tilshunoslikda sintaktik sathdagi mazmuniy munosabatlarning o'rganilishi xususida	732
N.A.Quldashev	
Raqamli asrda til va identifikatsiya: ijtimoiy media, online muloqot va tildan foydalanish.	736
Г.Н.Давлятова, Г.М.Мамаджанова	
Фреймовое представление лингвокультурологических единиц	739



UO'K: 81-25

АНАЛИЗ ЛИНГВОКРЕАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА

ZAMONAVIY MEDIKONTENTDA LINGVOKREATIV STRATEGIYALAR TAHLILI

ANALYSIS OF LINGUOCREATIVE STRATEGIES IN MODERN MEDIA TEXTS

Гимадетдинова Виктория 

преподаватель кафедры методики русского языка ФерГУ

Аннотация

В статье исследуются лингвокреативные стратегии, используемые в современном медиатексте. Рассматриваются способы языкового воздействия, создающие эмоциональное и когнитивное влияние на аудиторию. Анализируется роль лексических, грамматических и стилистических средств в формировании уникального стиля медиа. Практическая значимость работы заключается в возможности применения полученных результатов для разработки эффективных коммуникативных стратегий в медиасреде.

Annotatsiya

Maqolada zamonaviy mediakontentda qo'llaniladigan lingvokreativ strategiyalar o'rganilgan. Auditoriyaga ta'sir ko'rsatadigan hissiy va kognitiv effektlarni yuzaga keltiruvchi lingvistik uslublar tahlil qilingan. Tadqiqotda mediakontentning o'ziga xos uslubini shakllantirishda leksik, grammatik va stilistik vositalarning roli o'rganilgan. Ishning amaliy ahamiyati natijalardan media sohasida samarali kommunikatsion strategiyalar ishlab chiqishda foydalanish imkoniyatlarida namoyon bo'ladi.

Abstract

The article explores the linguocreative strategies used in modern media texts. It examines the linguistic techniques that create emotional and cognitive effects on the audience. The study analyzes the role of lexical, grammatical, and stylistic devices in shaping the unique style of media content. The practical significance of the work lies in the potential application of the findings for developing effective communication strategies in the media sphere.

Ключевые слова: медиатекст, лингвокреативность, когнитивное воздействие, эмоциональная привлекательность.

Kalit so'zlar: mediakontent, lingvokreativlik, kognitiv ta'sir, hissiy jozibadorlik.

Key words: media text, linguistic creativity, cognitive impact, emotional appeal.

ВВЕДЕНИЕ

Современный медиатекст представляет собой уникальное явление, объединяющее языковые, визуальные и когнитивные аспекты, которые оказывают значительное влияние на восприятие информации. Благодаря использованию креативных языковых стратегий медиатексты не только информируют, но и активно формируют общественное мнение, задают тренды и создают эмоциональные образы. В условиях информационного перенасыщения эти тексты становятся ключевыми инструментами привлечения внимания и вовлечения аудитории.

Актуальность исследования лингвокреативных стратегий связана с тем, что они являются важнейшими механизмами, определяющими эффективность коммуникации в медиасреде. Как отмечает Иванова Т.В., креативность языка в медиатексте способствует не только удержанию внимания аудитории, но и созданию долговременных ассоциаций [1]. Подобное утверждение подкрепляют работы Петрова А.С., который подчеркивает роль эмоциональных и нестандартных лексических конструкций в увеличении когнитивной привлекательности медиатекста [2].

Целью данной работы является анализ лингвокреативных стратегий, которые используются в современном медиатексте для достижения максимального эффекта воздействия на аудиторию. Исследование охватывает тексты различных жанров — от новостей до рекламы и социальных сетей, что позволяет изучить широкий спектр языковых

TILSHUNOSLIK

приемов. Для реализации поставленной цели была использована концепция Сидоровой Н.И., которая выделяет три уровня языкового воздействия: лексический, грамматический и стилистический [3]. Это позволяет рассматривать медиатекст как многоуровневую структуру, в которой каждый элемент играет свою роль в создании когнитивного и эмоционального эффекта.

Таким образом, изучение лингвокреативных стратегий современного медиатекста открывает новые перспективы для понимания механизмов воздействия на аудиторию и разработки более эффективных методов коммуникации в информационном пространстве.

МЕТОДЫ

Для анализа лингвокреативных стратегий в современном медиатексте использовались следующие подходы:

В качестве исходного материала были выбраны различные типы медиатекстов, включая новостные статьи, рекламные тексты и публикации в социальных сетях. Анализ охватывал тексты, демонстрирующие как современное, так и эволюционное использование языковых средств, чтобы изучить изменения в подходах к созданию медиатекстов.

1. **Контент-анализ:** Использован для изучения структуры текстов и выявления характерных креативных приемов, включая использование метафор, гипербола, неологизмов и других стилистических элементов.

2. **Дискурсивный анализ:** Основное внимание уделено анализу контекста применения лингвокреативных стратегий для создания когнитивного и эмоционального воздействия. Изучение текстов социальных сетей позволило выявить, какие элементы оказываются наиболее успешными в условиях высокой конкуренции за внимание.

3. **Сравнительный анализ:** Применялся для изучения различий между новостными и рекламными медиатекстами, с акцентом на стилистическое разнообразие и функциональную нагрузку лексики.

Особое внимание уделялось анализу текстов, использующих визуальные элементы, таких как эмодзи или инфографики, для усиления вербального контента. Использование графических данных позволило изучить не только лингвистические особенности, но и их синергетический эффект в медиаконтенте.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты исследования показали, что современные медиатексты активно используют лингвокреативные стратегии, которые выполняют различные функции в зависимости от целей и аудитории. Одной из ключевых стратегий является эмоциональная выразительность, которая проявляется через использование ярких эпитетов, метафор и гипербола. Эти средства усиливают восприятие текста, делая его более привлекательным для читателя. Например, в заголовках новостных статей часто встречаются такие метафоры, как "шторм на бирже" или "политическая битва", которые не только привлекают внимание, но и создают эмоциональный фон, влияющий на интерпретацию содержания.

Лексическое разнообразие является еще одной важной стратегией, активно применяемой в медиатексте. Применение неологизмов, сленговых выражений и разговорной лексики особенно характерно для текстов в социальных сетях. Эти элементы помогают создать эффект близости с аудиторией, делая текст более персонализированным и интерактивным. Например, использование популярных интернет-неологизмов, таких как "кринж" или "трендсеттер", помогает медиа адаптироваться к молодежной аудитории, что делает контент более релевантным.

Грамматическая динамика, заключающаяся в использовании коротких предложений, риторических вопросов и восклицательных конструкций, играет важную роль в удержании внимания аудитории. Эти средства придают тексту ритмичность и энергию, что особенно важно в условиях высокой конкуренции за внимание в информационном пространстве. Например, короткие заголовки типа "Шок! Это нужно видеть!" или "Удивительно, но факт!" мгновенно захватывают внимание и побуждают к дальнейшему чтению.

Визуальная и вербальная интеграция усиливает эмоциональное воздействие текста за счет использования графических элементов, таких как эмодзи, инфографики или фотографии. Эти элементы добавляют контекст и помогают донести сложные идеи в

доступной форме. Например, использование эмодзи в текстах социальных сетей позволяет передать эмоции и интонацию, которые сложно выразить словами, а инфографики делают сложные данные более понятными.

ОБСУЖДЕНИЕ

Результаты исследования показывают, что медиатекст — это инструмент, который не только передает информацию, но и формирует восприятие аудитории. Одной из важнейших стратегий является эмоциональная выразительность. Метафоры, такие как "тайфун на рынке" или "горячая точка политики", не только добавляют драматизма, но и задают определенный тон восприятия. Однако чрезмерное использование таких приемов, как подчеркивают Иванова Т.В. и Петров А.С., может привести к "инфляции значений", когда эмоциональная насыщенность становится чрезмерной, а аудитория перестает воспринимать информацию всерьез [5, 6].

Лексическое разнообразие подчеркивает адаптивность медиатекста к разным группам аудитории. Использование неологизмов, таких как "зумеры" или "флекс", делает текст привлекательным для молодежи, однако этот подход не всегда эффективен для более зрелой аудитории. Например, исследования показали, что профессиональная аудитория предпочитает точные формулировки без лишнего сленга, чтобы сохранить доверие к источнику информации.

Грамматическая динамика играет важную роль в медиатексте. Короткие предложения, такие как "Это шок!" или "Смотри сейчас!", захватывают внимание, особенно в контексте социальных сетей, где конкуренция за внимание максимальна. Однако, как указывает Сидорова Н.И., такой подход иногда упрощает содержание текста, делая его менее глубоким [7]. Это вызывает вопросы о том, как сбалансировать динамичность и аналитическую ценность медиатекста.

Наконец, визуальная и вербальная интеграция, включая эмодзи и инфографики, значительно обогащает текст. Например, использование графиков в новостях о финансах помогает аудитории лучше понять сложные концепции. Несмотря на это чрезмерное использование визуальных элементов может отвлекать от основного содержания текста. Эмодзи, используемые без контекста, могут даже исказить смысл, как показали недавние исследования социальных сетей.

Таким образом, обсуждение подтверждает необходимость баланса между креативностью и информативностью. Медиа должны учитывать не только эмоциональные и когнитивные потребности аудитории, но и их культурные и профессиональные ожидания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Лингвокреативные стратегии являются неотъемлемой частью современного медиатекста, определяя его эффективность, привлекательность и когнитивное воздействие. Анализ показал, что эмоциональная выразительность, лексическое разнообразие, грамматическая динамика и визуальная интеграция служат ключевыми инструментами для вовлечения аудитории. Использование метафор, неологизмов и кратких, энергичных конструкций позволяет сделать текст более запоминающимся и динамичным, а визуальные элементы усиливают его восприятие. Однако чрезмерное применение этих стратегий может снизить информативность текста и вызвать ощущение манипуляции, что подчеркивает важность соблюдения баланса между креативностью и содержательностью. Результаты исследования указывают на необходимость разработки более тонких подходов к созданию медиаконтента, учитывающих разнообразие целевых аудиторий и жанровых особенностей текстов.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных данных для создания медиатекстов, способных эффективно передавать информацию и вызывать эмоциональный отклик. В перспективе исследование может быть продолжено в направлении изучения взаимодействия визуальных и текстовых компонентов медиатекста, а также в разработке рекомендаций по их оптимальному сочетанию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов, А.В. (2019). Межкультурная коммуникация и языковое образование. Москва: Наука, с. 15–28.
2. Караулов, Ю.Н. (2007). Русский язык и языковая личность. Москва: ЛКИ. с. 45-60
3. Гальскова, Н.Д. (2010). Современные методики преподавания иностранных языков. Москва: Академия, с. 78-92
4. Тер-Минасова, С.В. (2018). Язык и межкультурная коммуникация. Москва: Высшая школа, с. 33-47
5. Иванова, Т.В. (2021). Языковая манипуляция в медиатексте. Москва: Наука, стр. 34–56.
6. Петров, А.С. (2019). Лингвокреативность и медиаконтент: стратегии воздействия. СПб: Просвещение, стр. 18–40.
7. Сидорова, Н.И. (2020). Медиатекст и когнитивное восприятие. Новосибирск: Сибирский университет, стр. 92–115.