

МЕДИА МАТННИНГ АСОСИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ

Юсупова Х.Р.

Қорақалпоқ давлат университети таянч докторанти

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15689463>

Матн – тилнинг маъноли ва коммуникатив бирлиги бўлиб, улар орасида ўзаро боғлиқлик, мазмун ва шакл жиҳатидан мувофиқ бўлган сўзлар, иборалар ва жумлалар тизимидан ташкил топади. Матннинг асосий хусусиятлари:

Мазмундошлик (когезия): матндаги гаплар, иборалар ўзаро маънолар жиҳатидан боғланган бўлади.

Тартиб (когерентлик): матн қисмлари умумий мавзудан келиб чиқиб, мантиқий тартибда жойлашади.

Мақсадлилик: ҳар бир матн ўз мақсадига хизмат қилади, бу хабар бериш, таъсир қилиш ёки тушунтириш бўлиши мумкин.

Коммуникативлик: матн муаллифи ва ўқувчиси ўртасидаги алоқа воситаси сифатида хизмат қилади.

Медиа матни – ахборот бериш ва жамоатчилик фикрини шакллантириш мақсадида ёзиладиган махсус матн тури. Унинг асосий хусусиятлари қуйидагилар:

1. **Ахборотлилик хусусияти:** медиадаги матнлар аниқ, қисқа ва тушунарли ахборот беришга қаратилади.

2. **Жанрларга бўлиниши:** хабар, мақола, интервью, шарҳ, очик мактуб каби турли жанрлар шаклида бўлиши мумкин.

3. **Объективлик ва субъективлик:** хабарларда фактга асосланиш муҳим, мақолалар ва шарҳларда эса муаллифнинг шахсий фикри ифодаланиши мумкин.

4. **Тезкорлик:** медианинг хусусияти бўйича янгиликларни тез ва ўз вақтида етказиш талаб этилади.

5. **Қисқалик ва аниқлик:** медиада матнлар одатда қисқа бўлади, уларда сўзлар аниқ ва маъноли танланади.

6. **Журналистик услуб:** матн оддий тилда ёзилади, мураккаб грамматик ёки услубий қурилмалар камроқ қўлланилади.

7. **Мақсадли аудиторияга мўлжалланиши:** медиа турли ўқувчилар учун турлича мавзулар ва услубда ёзилади.

Матн ва, айниқса, медиа матни тилшунослик ва журналистика соҳасининг марказий объекти ҳисобланади. Медиа матни ўзининг ахборотлилиги,

қисқалиги, тезкорлиги ва мақсадли аудиторияга мўлжалланганлиги билан ўзгача хусусиятларга эга. Шу сабабли, медиадаги, жумладан, газетадаги матнларнинг хусусиятларини чуқур ўрганиш, уларни профессионал даражада тўғри яратиш журналистик касбининг муҳим қисми ҳисобланади.

Матн – тилшуносликда ва медиа соҳасида асосий ўрнига эга бўлган категориядир. Медиа матни эса ахборот, таҳлил, танқид, фикр алмашиш каби вазифаларни бажарадиган махсус матн тури сифатида, жамиятдаги воқеаларнинг ифодаси ва тақдим этилишида муҳим ўрин тутади.

Умумий тил матнлари ва оммавий ахборот воситалардаги (газетадаги) матнлар ўртасида бир қатор умумийликлар ва фарқлар мавжуд.

Матн сўзи латинча "textus" — "тўқилган" деган маънони англатади. Тилшуносликда эса матн — маъноли, тузилган, яхлит бирлик бўлиб, унда муайян коммуникатив мақсад ифода этилади. Матндаги сўзлар, жумлалар ўзаро маъно ва мантиқ жиҳатидан боғланган бўлиши шарт.

Матн ва медиа (газета) матни бир қарашда ўхшаш туюлгани билан, функционал вазифалари, тузилиши, услуби ва аудиторияси жиҳатидан биридан фарқ қилади. Газета матни жамиятда ахборот айланишининг асосий воситаси сифатида **ахборот тезкорлиги, холислик, соддалик ва таъсирчанлик** каби жиҳатларини мукамал бирлаштиради. Шу сабаб, журналистлар ва тилшунослар учун газета матни хусусиятларини ҳар томонлама чуқур ўрганиш, уларни таҳлил қилиш ва амалий ёзув машғулотларида қўллаш муҳим аҳамиятга эга.

Матн тилшуносликда кенг тадқиқ этилган. Услубшунос олим И.Тошалиев матнга шундай таъриф беради: Нутқий фаолиятнинг ёзма (босма) шаклда қайд этилган ўзаро тугал гаплар ўртасидаги узвий боғланишлар изчиллиги сифатида ифодаланган боғли нутқ – матн деб юритилади. Матн тушунчаси кенг ва тор маъноларда талқин этилади. Матн, кенг маънода, адабий жиҳатдан қайта ишланган ёзма шаклдаги тугал асар, тор маънода муайян мазмуний-мантиқий тугалликка эга бўлган парча, банд.

Тадқиқотчи М.М.Бахтиннинг фикрича: матн – бу барча илмий фанлар гуманитар циклига тегишли асосий воқеликдир. Дарҳақиқат, бугунги кунда ахборий жамиятда коммуникация, фалсафа, маданият тадқиқотида матн атамаси фундаментал, базавий, универсал тушунчага эга. Унинг пайдо бўлишининг бир неча сабаблари мавжуд:

- 1) Оммавий коммуникацияда янги интернет ахборотлари глобаллашуви;

2) Иккинчидан, юқорида таъкидлаганидек, янги медиалар орқали матнларни яратиш, кўпайтириш, ўқиш имкониятларини кенгайтиради.

Аmmo медиаматннинг хусусиятлари ва уни қабул қилишни белгилашдан олдин матннинг умумий назарияси билан танишиб чиқиш керак бўлади.

Баъзи тилшунослар матнга асосан ёзма ҳужжат тегишли эканлигини таъкидлашади. Масалан, машҳур тилшунос И.Р.Гальперин матнга шундай таъриф беради: «Матн – бу ёзма ҳужжат кўринишдаги тугалланган, холисликка эга оғзаки-ижодий жараёндаги асар, сарлавҳа ва бир қатор тил бирликларидан таркиб топган, маълум мақсадга йўналтирилган ва прагматик кўрсатмага эга, турли лексик, грамматик, услубий алоқаларнинг турлари билан бирлаштирилган асардир».

И.Р.Гальперин матннинг маълумот бериш, бўлинувчанлик, когезия (алоқалар системаси), континуум (вақт ва макон изчиллиги), қисмлар автосемантияси, ретроспекция ва проспекция, модаллик, яхлитлик ва тугалланганлик каби саккиз категорияси мавжудлиги ҳақида маълумот беради.

Умуман матн, дейилганда нутқий жараён маҳсули бўлган, тугалланган, ёзма шаклда мавжуд бўлган, адабий шаклланган, суперфразали бирликлардан тузилган, лексик, грамматик, логик, стилистик алоқалар билан боғланган, аниқ мақсадли ва прагматик қурилмали нутқий асарни тушунмоқ керак.

Медиада вербал алоқанинг асосий шакли матн ҳисобланади. Луғавий ва функционал жиҳатларда медидаги матн фаолиятининг ўзига хос хусусиятларининг таҳлили, тилнинг икки ўзаро диалектик боғланган тарафлари бўлмиш – тил тизими ва нутқий фаолият ҳамда унинг маҳсули бўлган матнни ўрганишга асосланади.

Медиаматн (лотинчадан олинган бўлиб, *media textus* - восита, воситачи+мато, тўқиш, алоқа, мослик) – турли медиа кўринишидаги ва жанрдаги хабар. Медиаматн тушунчаси XX асрда оммавий коммуникация (медиа) воситаларининг шиддат билан ривожланиши оқибатида анъанавий босма матннинг ўрнига киноматография, радио телевидение, видео, интернет ва мобил телефонлар билан боғлиқ бўлган матннинг янги турлари сифатида кириб келди.

Медиаматн – медиа ахборот бўлиб, бу хабар (газета, журнал, теле ва радиоэшиттириш) нашрнинг алоҳида олинган кўриниши, матбуот, телевидение, радио, Интернетда қўлланиладиган матн. Медиаматн яратишда уч қоидага риоя қилиш талаб этилади. Улар, аниқлик, қисқалик ва раволикдир. Биринчи

TIL HÁM AWDARMA MÁSELELERI

VI ilimiy maqalalar toplami

навбатда, журналист яратаётган матнининг ўқувчи (аудитория)га тушунарли бўлишини таъминлаши лозим. Ҳар бир ижодкор ўзига хос сўз танлаш услуги орқали матннинг аниқ, раван ва тушунарли бўлишига эришади. Тўғри танлов мана шу учта талабни амалга оширилишига ёрдам беради. Яхши ёзма нутқда ноаниқлик, кераксиз жумлалар, гап таркибининг тўғри эмаслиги бўлиши мумкин эмас. Аниқ мақсадга эришиш учун журналист ўз устида ишлаши, машқ қилиши, меҳнатсевар ва грамматикага оид чуқур билимга эга бўлиши керак. Медиаматн атамасини оммавий ахборот воситаларини учта глобал оммавий тизимининг: журналистика, PR ва реклама тизимларининг йиғинди маҳсулоти сифатида изоҳлаши мумкин. Ҳозирги вақтда медиаматн медиалингвистика, медиамаданият, медиатаълим соҳалари – лингвистик, фалсафий ва педагогика фаннинг янги йўналишларида асосий мақомга эга бўлмоқда.

Библиография:

1. Саидов А. Матн лингвистикаси. – Тошкент, 2015.
2. Қўзибоев А. Журналистика назарияси. – Тошкент, 2019.
3. Раҳмонов М. Оммавий ахборот воситалари ва тил. – Самарқанд, 2020.
4. Ҳабибуллаев Ш. Газета матнларининг услубий таҳлили. – Тошкент, Илм-фан, 2021.
5. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М., Наука, 1981.
6. Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуги. – Т., Zar-qalam. 2006.