

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS
TA’LIM VAZIRLIGI
O‘ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI
O‘ZBEK TILI VA ADABIYOTI KAFEDRASI**



ISTIQLOL VA TIL

TOSHKENT - 2023

Ushbu ilmiy to‘plamga o‘zbek tilini davlat tili va xorijiy til sifatida o‘rganish hamda o‘qitishning zamonaviy tendensiyalari, o‘qitish metodikasidagi yangi yo‘nalishlar va ularning samaradorligini oshirishda zamonaviy pedagogik texnologiyalar va interfaol usullarning ahamiyati, tilshunoslik, lingvomadaniyatshunoslik muammolari, uslubshunoslikning nazariy va amaliy masalalariga oid maqolalar kiritilgan.

Tahrir hay’ati:

f.f.n., dotsent	N.Jiyanova
f.f.n., dotsent	S.Maksumova
f.f.f.d. (PhD), dotsent	M.Sharipova

To‘plamdan o‘rin olgan maqolalarning saviyasi, sifati va ilmiy dalillarning haqqoniyligi hamda mazmuni uchun mualliflar mas’uldirlar.

@ O‘zbekiston davlat jahon
tillari universiteti

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ

Отаханова Хилола Ахмаджан кизи,

стажер-преподаватель

Узбекский государственный университет мировых языков

кафедра Теоретические аспекты английского языка N2

Аннотация. В статье рассматриваются методы исследования медиатекстов, контент-анализа и значение для изучения текстов массовой информации.

Ключевые слова: дискурс, медиа текст, метод контент-анализ, массовой коммуникация, текст массовой информация.

Становление понятия "язык массовой информации" тесно связано с развитием ключевой для лингвистики концепции текста. Применительно к сфере масс медиа традиционное определение текста как "объединенной смысловой связью последовательности знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность" (ЛЭС, 1990: 507.), выходит за пределы вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию понятия, которое подразумевает последовательность любых, а не только вербальных знаков. Большинство исследователей сходятся в том, что уровень массовой коммуникации придает понятию текст новые смысловые оттенки, обусловленные медийными свойствами того или иного средства массовой информации. Например, текст на телевидении состоит не только из словесной ткани, а последовательно разворачивается сразу на нескольких уровнях – вербальном, видеоряда и звукового сопровождения, образуя единое целое и приобретая черты объемности и многосложности. Радиотекстам и текстам прессы также свойственно сочетание вербального текста с определенными медийными характеристиками: музыкальными и аудиоэффектами, особенностями графического оформления газет или журнала. Это свойство текстов массовой информации подчеркивается многими английскими авторами, которые рассматривают медиа текст как совокупность вербальных и медийных признаков. Так, известный

исследователь языка средств массовой информации Allan Bell в книге "Approaches to Media Discourse" пишет:

"Definitions of media texts have moved far away from the traditional view of text as words printed in ink on pieces of paper to take on a far broader definition to include speech, music and sound effects, image and so on... Media texts, then, reflect the technology that is available for producing them..." (Bell, 1996, p.3).

Огромное значение для изучения текстов массовой информации имеет также положение о том, что "правильность восприятия текста обеспечивается не только языковыми единицами и их соединением, но и необходимым общим фоном знаний, коммуникативным фоном" [ЛЭС 1990]. Применительно к массовой информации коммуникативный фон понимается прежде всего как совокупность условий и особенностей производства, распространения и восприятия медиа текста, иначе говоря всего того, что стоит за его словесной частью. Возможно именно наличие мощного коммуникативного фона в сочетании с объемной многослойной структурой привело к тому, что тексты массовой информации оказались в центре внимания дискурсивных исследований. Концепция дискурса и разработанный на ее основе метод дискурс-анализа позволяет сосредоточить внимание не только на внешних формальных признаках текста, но, и это особенно важно, на целом ряде экстралингвистических факторов, сопровождающих его производство и актуализацию. "Дискурс (от франц. discours — речь) — это связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами: текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс — это речь, погруженная в жизнь" [Лингвистический энциклопедический словарь. 1990: 136].

Таким образом, концепция дискурса значительно расширяет возможности описания текста, подчеркивая значимость изучения коммуникативного фона: "Discourse is not concerned with language alone. It also examines the content of communication: who is communicating with whom and why; in what kind of society and situation, although what medium; how different types of communication evolved, and their relationship to each other" [Bell, 1996:3]

Одним из примеров многочисленных исследований, применяющих метод дискурс-анализа для описания текстов массовой информации могут служить работы известного голландского ученого Теуна ван Дейка: "Анализ новостей как дискурса" и "Структура новостей в прессе". Рассматривая новости как особый вид дискурса, Теун ван Дейк формулирует важный вывод относительно всего корпуса текстов массовой коммуникации: "структуры медиа текстов могут быть адекватно поняты только в одном случае: если мы будем анализировать их как результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений, как результат интерпретации текстов читателями газет и телезрителями, производимой на основе опыта их общения со средствами массовой информации" [Дейк 1989: 123]. Существенное значение для анализа медиа текстов имеет также мысль о том, что "социальная, политическая и идеологическая ценность анализа новостей часто зависят от того, насколько эксплицитно выявлены значения, лишь подразумеваемые, прямо не выраженные, иначе говоря, раскрыты ли имплицитные функции текстов новостей" [Дейк, 1989: 135].

Большое внимание изучению текстов массовой информации уделяется также в рамках когнитивной лингвистики, основная задача которой состоит в соотнесении различных языковых процессов с когнитивными способами обработки информации. Рассматривая язык в качестве когнитивного инструмента для репрезентации и кодирования информации, когнитивисты

исследуют медиа тексты как в связи с общими проблемами категоризации и концептуализации, так и в связи с вопросами языковой картины мира. С точки зрения когнитивной лингвистики существенное значение имеет тематическая организация информационного пространства, выраженная в определенном наборе устойчивых медиа топиков и отражающая культуро-специфичные особенности медиа потока.

Изучение текстов массовой информации послужило основой для развития такого относительно нового направления в современном языкознании как "critical linguistics". Формулируя основные положения данного направления английские лингвисты исходили из того, что знаки языка и способы их актуализации не носят нейтрального характера. При этом особое значение придается исследованию медиатекстов с точки зрения языковых способов выражения их идеологической направленности:

"Critical linguistics starts from the premise that systems and uses of language are not neutral. The emphasis is on using linguistic analysis to expose the ideologies which inform all spoken and written texts. There is a particular emphasis on the unmasking of ideologies in public and media discourse. For example, by comparing the following two headlines: 1) IBM closes factory. Workers protest; 2) Workers attack closure of factory, — critical linguists would point out how, in headline 1, greater responsibility is assigned to the company. In the second headline, "workers" are fronted to a main subject position, are engaged in a transitive act of attacking and the change of the verb "close" into a noun "closure" allows all reference to the company to be removed. So critical linguists are interested in exposing the political and ideological contents within which all language structures are used" [Carter 1993: 17-18].

Интерес лингвистической науки к текстам массовой информации выражается также в появлении в английской академической традиции термина "media linguistics", который объединяет' целую группу исследований, посвященных функционированию языка в средствах массовой

информации. Границы медиа лингвистики охватывают широкий спектр явлений, связанных с изучением различных аспектов медиа текстов:

"Media linguistics brought together a range of papers in the fast-developing field of research on media language... There is now a wide literature in this area, often of a highly interdisciplinary nature. Some of this work has focused upon specific genres, such as news discourse, documentary genres and advertising. Increasingly, there is a recognition that language does not stand alone in any type of mass communication, but interacts with other semiotic modes, especially the visual" [Comer J. Documentary television: the scope for media linguistics. In AILA Review, 1995, p.62].

Говоря о методах изучения медиа текстов нельзя хотя бы вкратце не остановиться на контент-анализе — количественно-статистическом методе, наиболее часто ассоциирующемся именно с обработкой текстов массовой информации. Являясь одним из базовых методов коммуникативистики, имеющим достаточно долгую традицию применения, контент-анализ направлен на изучение содержательного компонента текста путем подсчета частотности его использования в достаточно представительном корпусе материала. В известной книге одного из основоположников контент-анализа Бернарда Берельсона "Content Analysis in communication research", вышедшей в 1952 г., метод контент-анализа определяется как:

"a research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication".

Цель контент-анализа состоит в том, чтобы "to identify and count the occurrences of specified characteristics of dimensions of texts, and through this, to be able to say something about the messages, images, representations of such texts and their wider social significance" [Добросклонская, 2000:59].

Применительно к текстам массовой информации метод контент-анализа позволяет определить такие важные с точки зрения медиа лингвистики моменты как, например, частотные единицы тематически

связанной лексики, устойчивые коллокации, наиболее распространенные способы ссылки на источник информации, приоритетные топики новостных текстов и т.д.

Завершая рассмотрение наиболее распространенных методов изучения медиа текстов, следует отметить, что только сочетание преимуществ различных методологических подходов позволяет получить всестороннее представление как об особенностях функционирования языка в сфере массовой коммуникации, так и о содержании ключевого для медиа лингвистики понятия "текст массовой информации".

Литература:

1. Лингвистический энциклопедический словарь. 1990: 136.
2. Добросклонская, 2000:59.
3. Comer J. Documentary television: the scope for media linguistics. In AILA Review, 1995, p.62.
4. Соловова, Е.Н. (2005). Методика преподавания иностранных языков. Базовый курс лекций. Москва, Просвещение.

MUNDARIJA

1. Sh.Sh.Yuldasheva. Raqamli lingvodidaktika va o‘zbek tilini o‘qitish masalalari.....	3
2. M. Исраил. Ижтимоий-сиёсий ўзлашма терминларнинг публицистик услубда воқеаланиши.....	14
3. Z.Salisheva. Rusiyzabon talabalar nutqini rivojlantirishda ijodiy yozma ishlar ahamiyati.....	19
4. Ж.Е. Сейтжанов. Инглиз, ўзбек ва қорақалпоқ тилларида ундалманинг коммуникатив вазифалари.....	23
5. S. Sultansaidova. Dars jarayonida “keys-stadi” texnologiyasidan foydalanishning amaliy o‘rni.....	29
6. A.O.Toleubayeva.Theoretical analysis of linguistic and cultural characteristics of newspaper text.....	33
7. S. Maksumova. Shakl yasovchi affikslar orqali baho munosabatining ifodalanishi.....	39
8. Y.I.Avlakulov. O‘zbek tili onomastik ko‘lamiga mansub ergonimlar mikroko‘lami xususida.....	45
9. Sh.Sh.Nizomova. Xalq og‘zaki ijodida va ilk yozma yodgorliklarda nutq madaniyati masalalari.....	50
10. O.Mo‘minova. Kishilik olmoshlarining uslubiy xususiyatlari.....	54
11. M.H. Sharipova. O‘zbek mumtoz adabiyotini xalqaro miqyosda o‘rganish va targ‘ib qilishda Muhammad Shayboniy ijodiga munosabatning ahamiyati.....	59
12. N.E.Jiyanova. Rauf Parfi she‘riyatida leksik birliklarning berilishiga doir mulohazalar.....	63
13. M.R.Artikova. Ispan adabiy tilining o‘ziga xos xususiyatlari: nazariy tasnif.....	68
14. M.Fozilova. So‘zlarning matn tarkibidagi ko‘chma ma’nolarini o‘qitishda interfaol metodlardan foydalanish.....	73

15. U. Choriyev. Abdulla qodiriyning “O‘tkan kunlar” romanini o‘qitishda kino va video materiallardan foydalanish.....	79
16. N.Avezova. O‘zbek tilida inson tana a‘zolari harakatini ifodalovchi leksemalarning o‘rganilishi.....	85
17. D.Jumayeva. Radiopublitsistika: efirning axborot kuchi (fransiya radiolari misolida).....	90
18. D.Eshanqulov. Qoraxoniylar davrida til va madaniyat.....	95
19. G‘.Arapov. Matematik lingvistika va uning asosiy metodlari.....	99
20. Sh.Zoitova. Toponimlar tasnifi masalasi.....	102
21. Q.Nazarov. O‘zbek va ingliz tillarida zoonim komponentli maqollarning kognitiv-semantik tahlili.....	107
22. S.Saidnazarova. Gazeta-publitsistik uslubning asosiy xususiyatlari.....	120
23. F.Yuldashev. Talabalarning og‘zaki nutq ko‘nikmalarini shakllantiruvchi omillar xususida.....	124
24. Z.J. Usmonova. O‘zbek tilini xorijliklarga lingvokulturologik yondashuv asosida o‘rgatishda shakllantiriladigan kompetensiyalar.....	130
25. Z.Sharipov. Kelishik va ko‘makchilar sinonimligi haqida.....	134
26. Г.Абдухалилова. Туризм соҳасига оид ибораларда метафоризация ходисаси	138
27. Ф.Бойсариева. Лингвокультурологический подход в преподавании иностранных языков как второго иностранного языка.....	144
28. A.Umarov. Masofaviy ta’lim va uni tashkil etish yo‘llari haqida.....	152
29. S.Xudayarova. Ayollarga xos bo‘lgan fitonim komponentli o‘xshatishlarning lingvomadaniy xususiyatlari.....	157
30. А.Гаппаров. Ижтимоий-сиёсий терминологиянинг социолингвистик тадқиқи.....	161
31. D.Pulatova. O‘zbek tilini notil muhitida xorijiy til sifatida o‘qitish /o‘rgatishning mavjud tajribalari.....	167
32.S.Eshpulatova. Ta’lim jarayonida ish qog‘ozlaridan foydalanish.....	171

33.Х.Отаханова. Парадигмы знания в современной лингвистике.....	176
34.Х.Отаханова. Когнитивная семантика в контексте развития лингвокогнитивных.....	183
35.Х.Отаханова. Методы исследования медиатекстов	190