



O'ZBEK VA RUS TILLARIDA MEDIADISKURSNING SOTSIOLINGVISTIK XUSUSIYATLARI

Israil Mukaddas Irgashevna,

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti professori, filologiya fanlari doktori.

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v18iB.1687>

MAQOLA HAQIDA/O STAT'YE

Qabul qilindi: 18-may 2026-yil

Tasdiqlandi: 21-may 2026-yil

Jurnal soni: 18-B

Maqola raqami: 28

KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

mediadiskurs, sotsiolingvistika, o'zbek tili, rus tili, mediamatn, ijtimoiy omillar, til taraqqiyoti, neologizm, o'zlashma so'zlar, kommunikativ strategiya

ANNOTATSIIYA/ АННОТАЦИЯ

Mazkur maqolada o'zbek va rus tillarida mediadiskursning sotsiolingvistik xususiyatlari qiyosiy jihatdan tahlil qilinadi. Mediadiskurs zamonaviy jamiyatda axborot almashinuvi, ijtimoiy fikrni shakllantirish, madaniy qadriyatlarni targ'ib qilish hamda til birliklarining yangilanishi jarayonida muhim kommunikativ maydon sifatida namoyon bo'ladi. Maqolada o'zbek va rus mediadiskursida ijtimoiy omillar, auditoriya ehtiyoji, globallashtirish, raqamli kommunikatsiya, yoshlar nutqi, siyosiy-ijtimoiy jarayonlar va madaniyatlararo aloqalarning til vositalariga ta'siri yoritiladi. Shuningdek, mediadiskursda neologizmlar, o'zlashma so'zlar, terminlar, qisqartmalar, baholovchi birliklar, ekspressiv ifodalar hamda rasmiy va norasmiy uslub unsurlarining qo'llanishi tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, o'zbek va rus tillaridagi mediadiskursning shakllanishi hamda rivojlanishida sotsiolingvistik omillarning o'rni yoritilib, ommaviy axborot vositalari tilida yuz berayotgan leksik, uslubiy va pragmatik o'zgarishlar tahlil qilinadi. Shuningdek, media makonida globallashtirish jarayonlari ta'sirida yuzaga kelayotgan yangi kommunikativ tendensiyalar, auditoriyaga yo'naltirilgan nutq strategiyalari hamda milliy-madaniy identifikatsiyaning til vositalari orqali ifodalash mexanizmlari qiyosiy jihatdan ko'rib chiqiladi. O'zbek va rus mediadiskursida til me'yorlari, internet kommunikatsiyasi, publitsistik uslub va so'zlashuv nutqi elementlarining o'zaro integratsiyasi zamonaviy media tilining asosiy rivojlanish yo'nalishlaridan biri sifatida baholanadi. Tadqiqot natijalari mediadiskursning til taraqqiyoti, ijtimoiy ong va kommunikativ madaniyat shakllanishidagi o'rni aniqlashga xizmat qiladi hamda medialingvistika va sotsiolingvistika sohalaridagi ilmiy izlanishlarni boyitadi.

ABOUT THE PAPER

Accepted: 18 May 2026

Approved: 21 May 2026

Volume: 18-B

Paper number: 28

KEYWORDS

media discourse, sociolinguistics, Uzbek language, Russian language, media text, social factors, language development, neologism, borrowed words, communicative strategy

ANNOTATION

This article comparatively analyzes the sociolinguistic features of media discourse in the Uzbek and Russian languages. In modern society, media discourse functions as an important communicative space for information exchange, the formation of public opinion, the transmission of cultural values, and the renewal of linguistic units. The article examines the influence of social factors, audience needs, globalization, digital communication, youth speech, socio-political processes, and intercultural relations on the linguistic means of Uzbek and Russian media discourse. Special attention is paid to the use of neologisms, borrowed words, terms, abbreviations, evaluative vocabulary, expressive expressions, as well as the interaction of formal and informal stylistic elements. The findings indicate that media discourse in the Uzbek and Russian languages serves as an active sphere of language development, where sociolinguistic factors significantly influence the lexical, stylistic, and pragmatic development of language. The article highlights the role of sociolinguistic factors in the formation and development of media discourse in the Uzbek and Russian languages, analyzes lexical, methodological and pragmatic changes taking place in the language of the mass media. Also, new communicative trends emerging in the media space under the influence of globalization and digitalization processes, audience-oriented speech strategies and mechanisms for expressing national-cultural identity through language tools are comparatively considered. The mutual integration of language norms, Internet communication, journalistic style and elements of colloquial speech in Uzbek and Russian media discourse is assessed as one of the main directions of development of modern media language. The results of the study serve to determine the place of media discourse in language development, social consciousness and the formation of communicative culture, and enrich scientific research in the fields of media linguistics and sociolinguistics.

Kirish. Zamonaviy jamiyatda axborot almashinuvi jarayonlari tobora tezlashib, ommaviy kommunikatsiya vositalarining ijtimoiy hayotdagi o'rni kengayib bormoqda. Gazeta va jurnal nashrlari, televideniye, radio, internet portallari, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar hamda boshqa raqamli platformalar orqali yaratilayotgan mediadiskurs bugungi kunda nafaqat axborot yetkazish, balki ijtimoiy fikrni shakllantirish, madaniy qadriyatlarni targ'ib qilish, auditoriya munosabatini boshqarish va til taraqqiyotiga ta'sir ko'rsatish vazifalarini ham bajarimoqda. Shu bois mediadiskursni sotsiolingvistik nuqtayi nazardan o'rganish til va jamiyat o'rtasidagi o'zaro aloqadorlikni aniqlashda muhim ilmiy ahamiyat kasb etadi.

Til jamiyatdan ajralgan holda mavjud bo'lmaydi. Unda ijtimoiy munosabatlar, siyosiy jarayonlar, madaniy qadriyatlar, iqtisodiy o'zgarishlar, texnologik yangiliklar va kommunikativ ehtiyojlar o'z aksini topadi. Ayniqsa, mediadiskursda bu jarayonlar yanada faol namoyon bo'ladi. Chunki media tili keng auditoriyaga qaratilgan bo'lib, u adabiy til me'yorlari, publitsistik uslub, so'zlashuv nutqi, professional terminologiya, internet kommunikatsiyasi va yoshlar nutqi unsurlarini o'zida mujassamlashtiradi. Natijada mediadiskurs zamonaviy til taraqqiyotining eng faol va dinamik maydonlaridan biriga aylanadi.

O'zbek va rus tillarida mediadiskursning sotsiolingvistik xususiyatlarini qiyosiy o'rganish har ikki tilda kechayotgan til jarayonlarining umumiy va o'ziga xos jihatlarni aniqlash imkonini beradi. O'zbek mediadiskursida mustaqillik davridan keyingi ijtimoiy-siyosiy yangilanishlar, davlat tili maqomining mustahkamlanishi, milliy qadriyatlar, raqamli texnologiyalar, xalqaro aloqalar va globallashtirish ta'sirida yangi leksik birliklar, terminlar, o'zlashmalar va uslubiy shakllar faol qo'llanmoqda. Rus mediadiskursida esa global axborot oqimi, siyosiy diskurs, raqamli kommunikatsiya, internet madaniyati, yoshlar submadaniyati va ingliz tilidan kirib kelayotgan birliklar til taraqqiyotiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda.

Hozirgi mediadiskurs jamiyatdagi o'zgarishlarni tezkor aks ettirish bilan birga, til me'yorlari, nutq madaniyati, kommunikativ strategiyalar va ijtimoiy ong shakllanishiga ham bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Mediadiskursda qo'llanayotgan neologizmlar, qisqartmalar, terminlar, baholovchi birliklar, ekspressiv ifodalar, rasmiy va norasmiy uslub unsurlari tilning ijtimoiy ehtiyojlarga moslashayotganini ko'rsatadi. Ayniqsa, internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlar tili adabiy til, so'zlashuv nutqi va global kommunikatsiya elementlarining aralashuvi orqali yangi diskursiv shakllarni yuzaga keltirmoqda.

Adabiyotlar tahlili. O'zbek va rus tillarida mediadiskursning sotsiologik xususiyatlarini o'rganishda, avvalo, medialingvistika va mediadiskurs nazariyasiga oid tadqiqotlar muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi. T.G. Dobrosklonskayaning tadqiqotida ommaviy axborot vositalari tili alohida lingvistik hodisa sifatida talqin qilinadi. Muallif media tilini faqat axborot uzatish vositasi emas, balki ijtimoiy ongning shakllantirish, baholash, ta'sir ko'rsatish va kommunikativ munosabatni tashkil etuvchi murakkab tizim sifatida izohlaydi [1, 18–25-b.]. Mazkur yondashuv o'zbek va rus tillaridagi mediadiskursni tahlil qilish uchun muhimdir, chunki har ikki tilda ham media tili ijtimoiy hayotdagi yangilanishlar, siyosiy jarayonlar, madaniy qadriyatlar va texnologik taraqqiyot bilan bevosita bog'liq holda rivojlanmoqda. Dobrosklonskayaning tadqiqotida medialingvistikaning predmeti sifatida OAV tilining funksional xususiyatlari, mediamatn tuzilishi, janriy ko'rinishlari va kommunikativ vazifalari ajratib ko'rsatiladi [1, 42–57-b.]. Bu qarashlar asosida o'zbek va rus mediadiskursida neologizmlar, qisqartmalar, terminlar, o'zlashma birliklar va ekspressiv ifodalarning paydo bo'lishini jamiyatdagi kommunikativ ehtiyojlar bilan bog'lab tahlil qilish mumkin.

Mediadiskursni ijtimoiy munosabatlar, mafkura va kommunikativ ta'sir vositasi sifatida tahlil qilishda Norman Faircloughning "Media Discourse" asari alohida ahamiyatga ega. Fairclough mediadiskursni ijtimoiy va madaniy o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq jarayon sifatida o'rganadi [2, p. 12–19]. U televideniye, radio va matbuot misollariga tayangan holda media tilidagi o'zgarishlarni jamiyatdagi keng ijtimoiy-madaniy jarayonlar bilan bog'lab tushuntiradi. Ayniqsa, ommaviy axborot vositalarida xususiy va ommaviy nutq, axborot va ko'ngilocharlik, rasmiylik va norasmiylik o'rtasidagi chegaralarning o'zgarishi mediadiskursning muhim belgilaridan biri sifatida ko'rsatiladi [2, p. 53–67]. Bu yondashuv o'zbek va rus mediadiskursida rasmiy axborot uslubi bilan internet muloqoti, publitsistik bayon bilan so'zlashuv nutqi, neytral xabar bilan baholovchi ifodalar aralashib kelishini izohlashda muhim nazariy tayanch bo'la oladi. Faircloughning qarashlari mediadiskursdagi til birliklari faqat nominativ vazifa bajarmasdan, balki ijtimoiy munosabat va baholashni ham ifodalashini ko'rsatadi [2, p. 84–91].

Mediadiskursning sotsiologik xususiyatlarini tahlil qilishda Allan Bellning "Language Style as Audience Design" nomli maqolasi ham muhim ilmiy ahamiyatga ega. Bell nutq uslubining shakllanishida auditoriya omili hal qiluvchi rol o'ynashini asoslaydi [3, p. 145–150]. Uning fikricha, so'zlovchi yoki matn yaratuvchi o'z nutqini tinglovchi, o'quvchi yoki tomoshabin auditoriyasiga qarab moslashtiradi. Mazkur nazariya mediadiskurs uchun ayniqsa muhimdir, chunki ommaviy axborot vositalari ma'lum auditoriyaga yo'naltirilgan matnlarni yaratadi. O'zbek va rus mediadiskursida yoshlar auditoriyasiga mo'ljallangan materiallarda norasmiylik, emotsionallik, inglizcha o'zlashmalar va internet slengi ko'proq uchraydi. Bellning auditoriya dizayni nazariyasi mediadiskursdagi uslubiy rang-baranglikni ijtimoiy guruhlar, kommunikativ vaziyat va auditoriya ehtiyojlari bilan bog'lab tushuntirish imkonini beradi [3, p. 158–173].

Sotsiologik nazariyasida William Labovning "Sociolinguistic Patterns" asari til va jamiyat munosabatini o'rganishda klassik manbalardan biri hisoblanadi. Labov til o'zgarishi va nutqiy variativlikni ijtimoiy muhit, yosh, ijtimoiy qatlam, hudud, kommunikativ vaziyat va nutqiy sharoit bilan bog'liq holda izohlaydi [4, p. 1–15]. Ushbu yondashuv mediadiskursni o'rganishda ham katta ahamiyatga ega, chunki media tilida turli ijtimoiy guruhlar nutqi, kasbiy terminologiya, hududiy va madaniy xususiyatlar, yoshlar nutqi hamda global kommunikatsiya birliklari o'zaro kesishadi. Labovning qarashlari asosida mediadiskursdagi til o'zgarishlarini tasodifiy hodisa emas, balki ijtimoiy omillar bilan belgilanuvchi tizimli jarayon sifatida tahlil qilish mumkin [4, p. 180–196].

Media tilini tizimli o'rganishga bag'ishlangan zamonaviy tadqiqotlarda ham mediadiskursning lingvistik, kommunikativ va ijtimoiy jihatlarini kompleks tahlil qilish zarurligi ta'kidlanadi. Xususan, L. Suprun va hammualliflar tomonidan e'lon qilingan "A Systematic Approach to the Media Language Study Based on Media Linguistics" nomli maqolada media tilini o'rganishda medialingvistika komponentlaridan tizimli foydalanish masalasi yoritiladi [6, p. 324–329]. Tadqiqotda media tilini faqat leksik yoki grammatik jihatdan emas, balki kommunikativ vazifa, auditoriya, mediaformat va ijtimoiy kontekst bilan bog'liq holda tahlil qilish zarurligi ko'rsatiladi [6, p. 330–334]. Bu qarash o'zbek va rus tillaridagi mediadiskursni qiyosiy o'rganishda ham ahamiyatlidir. Chunki har ikki tilda mediadiskurs til birliklarining tanlanishi, baholovchi ifodalarning qo'llanishi, rasmiy va norasmiy uslub unsurlarining aralashuvi, internet kommunikatsiyasiga xos birliklarning faollashuvi orqali namoyon bo'ladi.

Shuningdek, N.I. Klushina publitsistik matn stilistikasini tadqiq etar ekan, media matnlarda baholovchi birliklar va ta'sirchanlik vositalarining o'rni alohida ekanligini ta'kidlaydi [7, 64–78-b.]. V.I. Karasik esa diskurs

va til shaxsi o'rtasidagi munosabatlarni tahlil qilib, kommunikativ qadriyatlar va madaniy konseptlarning mediadiskursdagi ifodasini yoritadi [8, 112–128-b.]. Bu qarashlar media tilidagi milliy-madaniy xususiyatlar, baholash va identifikatsiya jarayonlarini tushuntirishda muhim nazariy manba bo'lib xizmat qiladi.

Yuqoridagi adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, o'zbek va rus tillarida mediadiskursning sotsiologik xususiyatlarini o'rganish uchun medialingvistika, tanqidiy diskurs tahlili, auditoriyaga moslashuv nazariyasi va sotsiologik variativlik yondashuvlarini birgalikda qo'llash maqsadga muvofiqdir. Dobrosklonskaya media tilini mustaqil lingvistik obyekt sifatida asoslab bersa [1, 18–25-b.], Fairclough mediadiskursning ijtimoiy-madaniy va mafkuraviy xususiyatlarini yoritadi [2, p. 84–91]. Bell mediadiskurs uslubining auditoriya ehtiyojlariga moslashishini izohlaydi [3, p. 158–173]. Labov til o'zgarishi va variativlikning ijtimoiy omillar bilan bog'liqligini asoslaydi [4, p. 180–196]. Ushbu nazariy qarashlar o'zbek va rus mediadiskursida neologizmlar, o'zlashmalar, terminlar, qisqartmalar, ekspressiv birliklar hamda uslubiy aralashuvlarning paydo bo'lishini ilmiy asosda tahlil qilishga xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda asosiy metod sifatida **qiyosiy-sotsiologik diskurs tahlili metodidan** foydalanildi. Ushbu metod o'zbek va rus tillaridagi mediadiskursda namoyon bo'ladigan til birliklarini ijtimoiy omillar, kommunikativ vaziyat, auditoriya ehtiyoji va madaniy kontekst bilan bog'liq holda o'rganish imkonini beradi. Tadqiqot doirasida o'zbek va rus tillaridagi internet nashrlari, ijtimoiy tarmoqlar, publitsistik maqolalar, axborot xabarlari va ommaviy kommunikatsiya materiallari tahlil obyekti sifatida tanlandi.

Qiyosiy-sotsiologik diskurs tahlili orqali mediadiskursda qo'llanayotgan neologizmlar, o'zlashma so'zlar, terminlar, qisqartmalar, baholovchi birliklar, emotsional-ekspressiv ifodalar hamda rasmiy va norasmiy uslub unsurlarining qo'llanish xususiyatlari o'rganildi. Bunda til birliklari alohida lingvistik hodisa sifatida emas, balki jamiyatdagi ijtimoiy-siyosiy jarayonlar, raqamli kommunikatsiya, globallashtirish, yoshlar nutqi va auditoriyaga ta'sir ko'rsatish strategiyalari bilan bog'liq holda tahlil qilindi.

Mazkur metod asosida o'zbek va rus mediadiskursida kuzatiladigan umumiy jihatlar — ingliz tilidan kirib kelgan birliklarning faollashuvi, internet kommunikatsiyasiga xos ifodalarning kengayishi, rasmiy va norasmiy uslubning aralashuvi, axborotning baholovchi va ta'sirchan shaklda berilishi aniqlanadi. Shu bilan birga, har bir tilning milliy-madaniy xususiyatlari, adabiy me'yorlari, ijtimoiy tajribasi va kommunikativ an'analari bilan bog'liq farqli tomonlari ham ochib beriladi.

Qiyosiy-sotsiologik diskurs tahlili mediadiskursni ko'p qatlamli hodisa sifatida o'rganishga xizmat qiladi. Ushbu yondashuv orqali media tilining nafaqat leksik va uslubiy xususiyatlari, balki uning jamiyatdagi ijtimoiy vazifasi, auditoriyaga ta'sir ko'rsatish imkoniyati va til taraqqiyotidagi o'rni ham aniqlanadi. Shu bois mazkur metod o'zbek va rus tillarida mediadiskursning sotsiologik xususiyatlarini ilmiy asosda tahlil qilish uchun samarali metodologik asos hisoblanadi.

Natijalar. O'zbek va rus tillarida mediadiskursni sotsiologik jihatdan tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, zamonaviy ommaviy axborot vositalari tili jamiyatdagi ijtimoiy-siyosiy, madaniy, iqtisodiy va texnologik o'zgarishlarni bevosita aks ettiradi. Mediadiskursda til birliklari faqat axborot yetkazish vazifasini bajarmaydi, balki auditoriya e'tiborini jalb qilish, ijtimoiy munosabatni shakllantirish, baholash, ta'sir ko'rsatish va kommunikativ yaqinlik hosil qilishga ham xizmat qiladi. Shu sababli o'zbek va rus mediadiskursida neologizmlar, o'zlashma so'zlar, terminlar, qisqartmalar, ekspressiv birliklar, internet nutqi unsurlari hamda rasmiy va norasmiy uslub aralashuvi faol kuzatiladi.

Avvalo, o'zbek va rus mediadiskursida raqamli texnologiyalar bilan bog'liq leksik birliklarning faollashuvi ko'zga tashlanadi. O'zbek tilidagi mediamatlarda "raqamli iqtisodiyot", "sun'iy intellekt", "elektron hukumat", "onlayn xizmat", "mobil ilova", "platforma", "kiberxavfsizlik", "IT soha", "startap", "kontent" kabi birliklar keng qo'llanmoqda. Masalan, o'zbek internet nashrlarida "Sun'iy intellekt asosida xizmat ko'rsatish tizimi joriy etilmoqda", "Raqamli iqtisodiyot sharoitida yangi elektron platformalar ishga tushirildi", "Kiberxavfsizlikni ta'minlash bo'yicha yangi chora-tadbirlar belgilandi" kabi jumalalar tez-tez uchraydi. Rus mediadiskursida esa mazkur jarayon "цифровая экономика", "искусственный интеллект", "электронное правительство", "онлайн-сервис", "мобильное приложение", "платформа", "кибербезопасность", "IT-сфера", "стартап", "контент" kabi birliklar orqali namoyon bo'ladi. Masalan, "Искусственный интеллект внедряется в систему государственных услуг", "В условиях цифровой экономики расширяется рынок онлайн-сервисов", "Кибербезопасность становится одним из приоритетных направлений" kabi mediamatn namunalarini rus tilida ham texnologik taraqqiyot tilning leksik tarkibiga kuchli ta'sir qilayotganini ko'rsatadi.

Ikkinchi muhim xususiyat ingliz tilidan kirib kelgan o'zlashma birliklarning mediadiskursda faol ishlatilishidir. O'zbek mediadiskursida "trend", "brend", "blogger", "influencer", "podkast", "repost", "like", "stories", "marketing", "menedjment", "target", "PR", "SMM" kabi birliklar ayniqsa internet nashrlari, reklama matnlari va ijtimoiy tarmoqlar tilida keng uchraydi. Masalan, "Yangi brend qisqa vaqt ichida trendga chiqdi", "Bloggerlar mahsulot reklamasida faol ishtirok etmoqda", "SMM strategiya orqali auditoriya qamrovi kengaytirildi" kabi jumlar o'zbekcha grammatik tuzilish ichida inglizcha birliklarning moslashib qo'llanayotganini ko'rsatadi. Rus mediadiskursida ham "тренд", "бренд", "блогер", "инфлюенсер", "подкаст", "репост", "лайк", "сторис", "маркетинг", "менеджмент", "таргет", "PR", "SMM" kabi birliklar faol ishlatiladi. Masalan, "Новый бренд быстро вышел в тренд", "Инфлюенсеры активно продвигают продукт", "SMM-стратегия помогла расширить аудиторию" kabi misollar rus tilida ham inglizcha o'zlashmalar zamonaviy mediadiskursning ajralmas qismiga aylanganini ko'rsatadi.

Uchinchi jihat shundaki, o'zbek va rus mediadiskursida siyosiy-ijtimoiy jarayonlarni ifodalovchi birliklar alohida faol qatlamni tashkil etadi. O'zbek mediadiskursida "jamoatchilik nazorati", "ochiqlik siyosati", "fuqarolik jamiyati", "ijtimoiy himoya", "yoshlar siyosati", "gender tenglik", "mahalla tizimi", "inson qadri", "kambag'allikni qisqartirish", "xalq bilan muloqot" kabi birliklar ko'p qo'llanadi. Masalan, "Jamoatchilik nazorati davlat organlari faoliyatida ochiqlikni ta'minlashga xizmat qiladi", "Yoshlar siyosati doirasida yangi loyihalar amalga oshirilmoqda", "Ijtimoiy himoya tizimini takomillashtirish bo'yicha muhim qarorlar qabul qilindi" kabi jumlar o'zbek mediadiskursida siyosiy-ijtimoiy islohotlar til birliklari orqali faol ifodalalanayotganini ko'rsatadi. Rus mediadiskursida esa "общественный контроль", "открытая политика", "гражданское общество", "социальная защита", "молодежная политика", "гендерное равенство", "социальная поддержка", "диалог с обществом", "информационная безопасность" kabi birliklar keng qo'llanadi. Masalan, "Общественный контроль способствует повышению прозрачности деятельности государственных органов", "Социальная поддержка населения остается важным направлением государственной политики", "Молодежная политика требует новых коммуникационных подходов" kabi misollar rus mediadiskursida ham ijtimoiy jarayonlar tilning leksik-semantik tarkibida faol aks etishini tasdiqlaydi.

To'rtinchidan, mediadiskursda auditoriyaga ta'sir ko'rsatish va uni muloqotga jalb etish strategiyalari kuchaymoqda. Bu holat ayniqsa internet OAVlari, bloglar va ijtimoiy tarmoqlar tilida yaqqol seziladi. O'zbek mediadiskursida "obuna bo'ling", "fikringizni kommentda yozing", "like bosing", "do'stlaringizga ulashing", "siz nima deb o'ylaysiz?", "mavzu qizg'in muhokamaga sabab bo'ldi" kabi ifodalar keng tarqalgan. Bu birliklar mediadiskursning monologik xususiyatdan dialogik xususiyatga o'tayotganini ko'rsatadi. Rus mediadiskursida ham "подпишитесь на канал", "поставьте лайк", "напишите в комментариях", "поделитесь с друзьями", "как вы считаете?", "тема вызвала активное обсуждение" kabi ifodalar uchraydi. Bunday misollar auditoriyani passiv axborot qabul qiluvchi emas, balki diskurs ishtirokchisiga aylantirish tendensiyasini ko'rsatadi.

Beshinchidan, o'zbek va rus mediadiskursida rasmiy va norasmiy uslub unsurlarining aralashuvi kuzatiladi. O'zbek rasmiy xabarlarida "mutasaddi tashkilotlar tomonidan tegishli choralar ko'rilmogda", "rasmiy ma'lumotlarga ko'ra", "mavzu ijtimoiy tarmoqlarda keng muhokama qilindi", "foydalanuvchilar ushbu holatga turlicha munosabat bildirdi" kabi ifodalar bir matn doirasida rasmiy axborot va ommaviy internet nutqini birlashtiradi. Masalan, "Rasmiy ma'lumotlarga ko'ra, loyiha bosqichma-bosqich amalga oshirilmogda, foydalanuvchilar esa bu yangilikni ijtimoiy tarmoqlarda faol muhokama qilmoqda" jumlasida rasmiy-publististik bayon bilan internet kommunikatsiyasiga xos birliklar uyg'unlashgan. Rus mediadiskursida ham "по официальным данным", "компетентные органы приняли меры", "пользователи активно обсуждают ситуацию в сети", "новость вызвала широкий резонанс" kabi ifodalar qo'llanadi. Masalan, "По официальным данным, проект реализуется поэтапно, однако пользователи социальных сетей активно обсуждают его последствия" jumlasida rasmiy axborot uslubi va ijtimoiy tarmoq diskursi birlashgan.

Oltinchidan, baholovchi va emotsional-ekspressiv birliklar mediadiskursning muhim sotsiologingvistik belgilaridan biri sifatida namoyon bo'ladi. O'zbek mediadiskursida "dolzarb muammo", "muhim tashabbus", "keskin munosabat", "jiddiy o'zgarish", "kutilmagan holat", "qizg'in bahs", "ijtimoiy rezonans", "e'tirozlariga sabab bo'ldi" kabi birliklar ko'p uchraydi. Masalan, "Mazkur qaror jamoatchilik orasida qizg'in bahslarga sabab bo'ldi" yoki "Dolzarb muammo yuzasidan mutaxassislar fikr bildirdi" kabi jumlar axborotning baholovchi ohangda berilishini ko'rsatadi. Rus mediadiskursida esa "актуальная проблема",

"важная инициатива", "резкая реакция", "серьезные изменения", "неожиданная ситуация", "острая дискуссия", "общественный резонанс", "вызвало недовольство" kabi birliklar faol ishlatiladi. Masalan, "Решение вызвало широкий общественный резонанс" yoki "Актуальная проблема стала предметом острой дискуссии" kabi jumlar rus mediadiskursida baholovchi birliklar auditoriya munosabatini shakllantirish vositasi sifatida qo'llanishini ko'rsatadi.

Yettinchidan, qisqartmalar va ixcham axborot birliklari mediadiskursda alohida o'rin tutadi. O'zbek tilida "OAV", "OTM", "DTM", "IT", "BMT", "YAIM", "QR-kod", "ID-karta", "SMM", "PR" kabi qisqartmalar mediamatlarda tez-tez uchraydi. Masalan, "OTMlarda raqamli ta'lim platformalari joriy etilmogda", "QR-kod orqali xizmatdan foydalanish imkoniyati yaratildi", "OAV vakillari uchun brifing tashkil etildi" kabi jumlar media tilining ixchamlik va tezkorlikka intilishini ko'rsatadi. Rus tilida esa "СМИ", "вуз", "ИТ", "ООН", "ВВП", "QR-код", "ID-карта", "SMM", "PR", "ИИ" kabi qisqartmalar keng qo'llanadi. Masalan, "СМИ сообщили о запуске новой цифровой платформы", "QR-код стал частью системы электронных услуг", "ИИ используется для анализа больших данных" kabi misollar rus mediadiskursida ham axborot zichligi va ixcham ifoda muhimligini ko'rsatadi.

Sakkizinchidan, o'zbek va rus mediadiskursida madaniy va milliy xususiyatlarning aks etishi kuzatiladi. O'zbek mediadiskursida "mahalla", "oqsoqollar", "hashar", "Navro'z", "milliy qadriyatlar", "ma'naviyat", "oilaviy tarbiya", "kattalarga hurmat", "yoshlar tarbiyasi" kabi birliklar ko'p qo'llanadi. Masalan, "Mahalla yoshlar tarbiyasida muhim ijtimoiy institut sifatida namoyon bo'lmoqda" yoki "Navro'z bayrami milliy qadriyatlarimiz ifodasi sifatida keng nishonlandi" kabi jumlar milliy-madaniy kontekstning mediadiskursdagi ifodasini ko'rsatadi. Rus mediadiskursida esa "традиционные ценности", "общественная солидарность", "историческая память", "культурное наследие", "семейные ценности", "гражданская идентичность" kabi birliklar ko'p uchraydi. Masalan, "Историческая память является важным фактором формирования гражданской идентичности" yoki "Традиционные ценности активно обсуждаются в общественном дискурсе" kabi misollar rus mediadiskursida madaniy-ijtimoiy mazmun til birliklari orqali ifodalalanishini ko'rsatadi.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, o'zbek va rus mediadiskursida bir qator umumiy sotsiologingvistik xususiyatlar mavjud. Har ikki tilda ham raqamli texnologiyalar va globalashuv ta'sirida yangi terminlar va o'zlashma so'zlar faol qo'llanmoqda. Har ikki mediadiskursda ingliz tilidan kirib kelgan birliklar grammatik va uslubiy jihatdan milliy til tizimiga moslashmoqda. Masalan, o'zbek tilida "trendga chiqdi", "like bosing", "kontent yaratish" kabi shakllar, rus tilida esa "вышел в тренд", "поставьте лайк", "создавать контент" kabi shakllar paydo bo'lgan. Bu holat o'zlashma birliklarning oddiy ko'chirish emas, balki qabul qiluvchi tilning grammatik modeliga moslashish jarayonidan o'tayotganini ko'rsatadi.

Shu bilan birga, farqli jihatlar ham mavjud. O'zbek mediadiskursida milliy qadriyatlar, mahalla, ma'naviyat, yoshlar tarbiyasi, davlat tili va ijtimoiy islohotlar bilan bog'liq birliklar alohida faol qatlamni tashkil etadi. Rus mediadiskursida esa siyosiy diskurs, global axborot maydoni, internet madaniyati, ijtimoiy rezonans va ommaviy munozara bilan bog'liq birliklar kengroq ko'zga tashlanadi. Demak, har ikki tilda mediadiskurs umumiy global tendensiyalarni aks ettirgan holda, milliy-madaniy va ijtimoiy kontekstga mos ravishda o'ziga xos ifoda shakllarini yuzaga keltiradi.

Umumiy natija sifatida aytish mumkinki, o'zbek va rus tillarida mediadiskurs sotsiologingvistik jihatdan ko'p qatlamli hodisa hisoblanadi. Unda til taraqqiyoti, ijtimoiy munosabat, auditoriyaga moslashuv, baholash, ta'sir ko'rsatish va madaniy identifikatsiya jarayonlari o'zaro bog'liq holda namoyon bo'ladi. Mediadiskursdagi til birliklari jamiyatdagi real o'zgarishlarni aks ettiribgina qolmay, balki ularni ommalashtirish, sharhlash va ijtimoiy ongga singdirish vazifasini ham bajaradi. Shu bois o'zbek va rus tillarida mediadiskursni sotsiologingvistik yondashuv asosida o'rganish zamonaviy til taraqqiyotining ijtimoiy omillarini aniqlashda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Muhokama. O'zbek va rus tillaridagi mediadiskursning sotsiologingvistik xususiyatlarini qiyosiy o'rganish zamonaviy ommaviy kommunikatsiya tilining rivojlanish tendensiyalarini chuqurroq anglash imkonini beradi. Mediadiskurs bugungi kunda nafaqat axborot uzatish vositasi, balki til taraqqiyoti, ijtimoiy ong shakllanishi va kommunikativ madaniyat rivojlanishining muhim omillaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu sababli media tilida yuz berayotgan leksik, uslubiy va pragmatik o'zgarishlar sotsiologingvistikning dolzarb tadqiqot obyektiga aylangan.

Mediadiskursning eng muhim xususiyatlaridan biri uning ijtimoiy jarayonlarga tezkor munosabat bildirish qobiliyatidir. Jamiyatda yuz berayotgan siyosiy, iqtisodiy, texnologik va madaniy o'zgarishlar avvalo

media matnlarda aks etadi. Natijada yangi tushunchalar, terminlar va nominativ birliklar ommalashadi. O'zbek va rus mediadiskursida raqamlashtirish, sun'iy intellekt, elektron xizmatlar, kibexavfsizlik, startap ekotizimi kabi tushunchalarning faol qo'llanilishi zamonaviy axborot jamiyatining ehtiyojlari bilan bog'liqdir. Bu jarayon tilning dinamik tabiatini namoyon etib, mediadiskursni leksik innovatsiyalarning asosiy manbalaridan biriga aylantirmoqda.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, globallashuv media tilining shakllanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, ingliz tilidan kirib kelayotgan birliklar o'zbek va rus mediadiskursida faol qo'llanmoqda. Biroq ushbu birliklar har ikki til tizimida bir xil shaklda emas, balki milliy grammatik va uslubiy me'yorlarga moslashgan holda qo'llanilmoqda. Bu holat tilning tashqi ta'sirlarni qabul qilish bilan birga, o'z ichki qonuniyatlarini saqlab qolishga intilishini ko'rsatadi. Demak, mediadiskurs globallashuv va milliylik o'rtasidagi muvozanatni ta'minlovchi kommunikativ maydon sifatida namoyon bo'ladi.

Mediadiskursda auditoriyaga moslashuv strategiyalarining kuchayishi ham muhim sotsiologik hodisalaridan biridir. Zamonaviy internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlar sharoitida media subyektlari auditoriya e'tiborini jalb qilish uchun dialogik muloqot elementlaridan faol foydalanmoqda. O'zbek va rus tillaridagi media matnlarda murojaat shakllari, savol-javob konstruksiyalari, izoh qoldirishga undovchi birliklar va emotsional-ekspressiv vositalarning keng qo'llanilishi auditoriyani passiv kuzatuvchidan faol kommunikatsiya ishtirokchisiga aylantirmoqda. Bu esa ommaviy kommunikatsiyaning interaktiv xarakter kasb etayotganidan dalolat beradi.

Shuningdek, media tilida rasmiy va norasmiy uslub unsurlarining yaqinlashuvi kuzatilmoqda. An'anaviy OAV tilida qat'iy publitsistik me'yorlar ustuvor bo'lgan bo'lsa, raqamli media muhitida so'zlashuv nutqi, internet slengi va emotsional birliklar kengroq qo'llanmoqda. Natijada mediadiskurs ko'p uslubli kommunikativ maydonga aylanmoqda. Bu jarayon axborotni auditoriyaga yaqinlashtirishga xizmat qilsa-da, ayrim hollarda adabiy til me'yorlariga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli media tilida kommunikativ samaradorlik va til madaniyati o'rtasidagi muvozanatni saqlash muhim masalalardan biri hisoblanadi.

Qiyosiy jihatdan qaralganda, o'zbek mediadiskursida milliy qadriyatlar, ma'naviyat, mahalla instituti, yoshlar tarbiyasi va ijtimoiy islohotlar bilan bog'liq mavzular ustuvorlik qilishi kuzatiladi. Rus mediadiskursida esa global siyosiy jarayonlar, axborot xavfsizligi, ijtimoiy rezonans va ommaviy munozaralar bilan bog'liq birliklar nisbatan faolroq qo'llanadi. Bu farqlar har bir jamiyatning tarixiy taraqqiyoti, madaniy tajribasi va kommunikativ ehtiyojlari bilan izohlanadi. Shunga qaramay, har ikki mediadiskursda raqamli kommunikatsiya, internet madaniyati va global axborot oqimi ta'sirida umumiy rivojlanish tendensiyalari shakllanib bormoqda.

Mediadiskursning sotsiologik tahlili til va jamiyat o'rtasidagi munosabatlarning murakkab va ko'p qirrali ekanligini ko'rsatadi. Media tilida yuz berayotgan o'zgarishlar nafaqat til tizimining rivojlanishini, balki jamiyatdagi ijtimoiy qadriyatlar, kommunikativ ehtiyojlari va madaniy identifikatsiya jarayonlarini ham aks ettiradi. Shu jihatdan mediadiskurs zamonaviy tilshunoslik, sotsiologik va medialingvistika kesishgan nuqtada joylashgan murakkab kommunikativ hodisa sifatida ilmiy tadqiqotlar uchun keng istiqbollarni ochib beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
2. Fairclough N. Media Discourse. – London: Edward Arnold, 1995. – 224 p.
3. Bell A. Language Style as Audience Design // Language in Society. – 1984. – Vol. 13. – № 2. – P. 145–204.
4. Labov W. Sociolinguistic Patterns. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1973. – 344 p.
5. Fairclough N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. – London; New York: Routledge, 2003. – 270 p.
6. Suprn L., Yanenko M., Petruchak L., Vasilyeva V., Tamazian G. A Systematic Approach to the Media Language Study Based on Media Linguistics // Revista EntreLinguas. – 2021. – Vol. 7. – № esp. 4. – P. 321–336.
7. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. – М.: МедиаМир, 2008. – 244 с.
8. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
9. Володина М.Н. Язык средств массовой информации. – М.: Академический проект, 2008. – 760 с.

Xulosa. O'zbek va rus tillarida mediadiskursning sotsiologik xususiyatlarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, zamonaviy media tili jamiyatdagi ijtimoiy, siyosiy, madaniy, iqtisodiy va texnologik jarayonlar bilan uzviy bog'liq holda rivojlanmoqda. Mediadiskurs bugungi kunda faqat axborot uzatish vositasi emas, balki ijtimoiy fikrni shakllantiruvchi, auditoriya munosabatini boshqaruvchi, yangi til birliklarini ommalashtiruvchi va kommunikativ madaniyatni rivojlantiruvchi muhim nutqiy maydon sifatida namoyon bo'lmoqda.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, o'zbek va rus mediadiskursida sotsiologik omillar ta'siri, avvalo, leksik yangilanish, terminologik kengayish, neologizmlar, o'zlashma so'zlar, qisqartmalar, baholovchi birliklar va ekspressiv ifodalarning faol qo'llanishida ko'zga tashlanadi. Ayniqsa, globallashuv, raqamli kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, yoshlar nutqi, siyosiy-ijtimoiy jarayonlar va auditoriya ehtiyojlari media tilining shakllanishi va rivojlanishida muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda.

O'zbek mediadiskursida "raqamli iqtisodiyot", "sun'iy intellekt", "jamiatchilik nazorati", "mahalla tizimi", "inson qadri", "yoshlar siyosati", "kontent", "trend", "blogger" kabi birliklarning faol qo'llanishi jamiyatdagi modernizatsiya, raqamlashtirish, milliy qadriyatlar va ijtimoiy islohotlar bilan bog'liq holda yuzga kelayotgan til jarayonlarini aks ettiradi. Rus mediadiskursida esa "цифровизация", "искусственный интеллект", "общественный контроль", "социальная поддержка", "информационная безопасность", "контент", "тренд", "инфлюенсер" kabi birliklarning keng tarqalishi global axborot oqimi, texnologik taraqqiyot va ijtimoiy-siyosiy kommunikatsiya ta'sirini ko'rsatadi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, har ikki tilda ham ingliz tilidan kirib kelgan birliklar milliy til tizimiga moslashib bormoqda. O'zbek tilida "trendga chiqdi", "like bosing", "kontent yaratish", "bloggerlar fikri" kabi shakllar, rus tilida esa "вышел в тренд", "поставьте лайк", "создавать контент", "мнение блогеров" kabi birliklar media nutqida keng qo'llanmoqda. Bu holat o'zlashma birliklarning faqat tayyor holda qabul qilinmayotgani, balki qabul qiluvchi tilning grammatik, uslubiy va kommunikativ imkoniyatlariga moslashayotganini ko'rsatadi.

Mediadiskursning yana bir muhim sotsiologik belgisi rasmiy va norasmiy uslub unsurlarining aralashuvida namoyon bo'ladi. O'zbek va rus tillaridagi internet nashrlari, bloglar va ijtimoiy tarmoqlarda rasmiy axborot, publitsistik bayon, so'zlashuv nutqi, baholovchi ifoda va muloqotga chorlovchi birliklar bir matn doirasida uyg'unlashib keladi. Bu esa zamonaviy mediadiskursning monologik axborot berish shaklidan dialogik, interaktiv va auditoriyaga yo'naltirilgan nutq shakliga o'tayotganini ko'rsatadi.

Umuman olganda, o'zbek va rus tillarida mediadiskurs sotsiologik jihatdan ko'p qatlamli, dinamik va ijtimoiy shartlangan hodisa hisoblanadi. Unda til taraqqiyoti, ijtimoiy ehtiyoj, auditoriyaga moslashuv, madaniy identifikatsiya, baholash va ta'sir ko'rsatish jarayonlari o'zaro bog'liq holda namoyon bo'ladi. Shu sababli mediadiskursni sotsiologik yondashuv asosida o'rganish o'zbek va rus tillaridagi zamonaviy til jarayonlarini, ijtimoiy kommunikatsiya mexanizmlarini hamda media tilining taraqqiyot tendensiyalarini aniqlashda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

10. Солганик Г.Я. Стилистика текста. – М.: Флинта: Наука, 2018. – 256 с.
11. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград: Перемена, 2004. – 368 с.
12. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. – 6th ed. – London: Sage Publications, 2010. – 632 p.
13. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
14. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
15. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта, 2012. – 184 с.
16. Мансуров Н.С. Медиалингвистика в оммавий коммуникация тили. – Тошкент: Tafakkur, 2021. – 256 б.
17. Миртожиев М.М. Ҳозирги ўзбек тили лексикологияси. – Тошкент: Ўқитувчи, 2000. – 192 б.
18. Маматов А.Э. Ўзбек тилининг лингвомаданият хусусиятлари. – Тошкент: Fan, 2019. – 280 б.
19. Сафаров Ш.С. Прагматика. – Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2008. – 300 б.
20. Йўлдошев Б. Ўзбек медиаматнларининг лингвопрагматик хусусиятлари // Ўзбек тили ва адабиёти. – 2022. – № 4. – Б. 45–53.