



RAQAMLI AXBOROT MAKONIDA YANGILIK JANRINING SHAKLLANISHI VA LINGVISTIK-KOMPOZITSION MEZONLARI

Ahmedov Davronbek G'ayratbek o'g'li,
Andijon davlat chet tillari instituti mustaqil izlanuvchisi.

mr.ronenglish@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v19iA.1765>

MAQOLA HAQIDA / О СТАТЬЕ	ANNOTATSIIYA / АННОТАЦИЯ
Qabul qilindi: 17-avgust 2026-yil Tasdiqlandi: 19-avgust 2026-yil Jurnal soni: 19-A Maqola raqami: 11 KALIT SO'ZLAR / КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА yangilik janri, yangilik matni, yangilik diskursi, raqamli media, sarlavha, lid, makrostruktura, superstruktura	Maqolada yangilik janrining tarixiy shakllanishi, raqamli media muhitidagi taraqqiyoti va uni tavsiflovchi lingvistik-kompozitsion mezonlar tahlil qilinadi. Yangilikning qadimgi rasmiy xabarlardan bosma matbuot, efir va internet nashrlarigacha bo'lgan rivojlanish bosqichlari umumlashtiriladi. Jahon, rus va o'zbek tilshunosligidagi nazariy qarashlar asosida yangilik matnining makrostruktura, superstruktura va mikrostruktura qatlamlari, hard news hamda inson omiliga asoslangan yangiliklar farqi, shuningdek, yangilik matni bilan yangilik diskursi o'rtasidagi munosabat yoritiladi. Tahlil natijasida yangilik janrini dolzarblik, faktuallik, kompozitsion ixchamlik, mavzuiy yo'nalish, media kanal va auditoriyaga moslashuv birligida o'rganish lozimligi asoslanadi. Maqolada, shuningdek, raqamli axborot makonida yangilik janrining transformatsiyasi, an'anaviy jurnalistik me'yorlarning yangi media imkoniyatlari bilan uyg'unlashuvi va yangilik matnining multimodal xususiyatlari yoritiladi. Sarlavha, lid, asosiy matn, iqtibos va manba ko'rsatkichlarining o'zaro munosabati orqali axborotni mazmuniy va kommunikativ jihatdan tashkil etish mexanizmlari aniqlanadi. Raqamli platformalarda yangilikning qisqarishi, tezkor yangilanishi, gipermatnli bog'lanishlar bilan boyitilishi hamda foydalanuvchi ishtirokining kuchayishi janrning an'anaviy chegaralarini kengaytirayotgani ko'rsatiladi. Shuningdek, yangilik matnida informativlik va ta'sirchanlik, aniqlik va ekspressivlik, tezkorlik va ishonchlilik o'rtasidagi muvozanat janrning kommunikativ samaradorligini belgilovchi omillar sifatida talqin qilinadi.

ABOUT THE PAPER	ANNOTATION
Accepted: 17 August 2026 Approved: 19 August 2026 Volume: 19-A Paper number: 11 KEYWORDS news genre, news text, news discourse, digital media, headline, lead, macrostructure, superstructure	The article analyzes the historical formation of the news genre, its development in digital media, and the linguistic and compositional criteria that define it. The evolution of news from early public announcements to print journalism, broadcasting, and online publications is systematized. Drawing on English, Russian, and Uzbek scholarship, the study examines the macrostructural, superstructural, and microstructural layers of news texts, the distinction between hard news and human-interest news, and the relationship between news text and news discourse. The findings demonstrate that the news genre should be studied through the interaction of topicality, factuality, compositional compression, thematic orientation, media channel, and audience adaptation. The article also examines the transformation of the news genre in the digital information space, the interaction between traditional journalistic norms and new media technologies, and the multimodal nature of contemporary news texts. Particular attention is paid to the relationship between headlines, leads, main texts, quotations, and source references as structural elements that organize information both semantically and communicatively. The study demonstrates that the shortening of news texts, continuous updating, integration of hyperlinks, and increasing audience participation on digital platforms are expanding the traditional boundaries of the genre. In addition, the balance between informativeness and expressiveness, accuracy and emotional impact, as well as immediacy and reliability, is identified as an important factor determining the communicative effectiveness of contemporary news discourse.

Kirish

Yangilik ommaviy kommunikatsiya tizimida eng faol qo'llaniladigan janrlardan biri sifatida jamiyat hayotida yuz berayotgan voqea, hodisa va o'zgarishlar haqidagi axborotni tezkor tarzda keng auditoriyaga yetkazishga xizmat qiladi. Uning ixchamligi, faktlarga asoslanishi va ortiqcha tasviriy vositalardan nisbatan xoli bo'lishi dastlab yangilik matnini sodda kommunikativ birlik sifatida tasavvur qilishga sabab bo'lishi mumkin. Biroq mazkur janrning ichki tabiati voqeaning tanlanishi, uning muhim jihatlarining ajratib ko'rsatilishi, sarlavhalanishi, axborotning muayyan ketma-ketlikda joylashtirilishi va auditoriyaning kommunikativ ehtiyojlariga moslashtirilishi bilan bog'liq murakkab tahririy jarayonni o'z ichiga oladi. Ayniqsa, raqamli media muhitining rivojlanishi yangilik yaratish va tarqatish jarayonini yanada jadallashtirib, xabarlarining doimiy yangilanib borishi, turli havolalar, foto va videomateriallar bilan boyitilishi hamda foydalanuvchilarning axborotni nafaqat qabul qilishi, balki uni ulashishi, sharhlashi va qayta muhokama qilishi uchun keng imkoniyat yaratadi.

Yangilik janrining lingvistik mohiyatini to'liq anglash uning tarixiy shakllanishi, turli media kanallarida rivojlanishi va matniy-kompozitsion tuzilishini o'zaro bog'liq holda o'rganishni talab etadi. "News" leksemasining ingliz tilidagi "new" sifatining ko'plik shakli asosida yuzaga kelib, "yangi narsalar", "so'nggi xabarlar" mazmunini anglatishi mazkur janrning semantik asosida yangilik va ilgari noma'lum bo'lgan axborot tushunchalari yotganini ko'rsatadi. Turli Yevropa tillarida ham yangilik tushunchasining "yangi" semasi bilan bog'lanishi uning dastlabki kommunikativ mohiyatini, ya'ni auditoriyaga avval ma'lum bo'lmagan

ma'lumotni yetkazish vazifasini namoyon etadi. Vaqt o'tishi bilan axborot almashinuvi va ommaviy kommunikatsiya vositalarining taraqqiyoti natijasida mazkur tushuncha mustaqil janriy xususiyatlarga ega bo'lgan media birligiga aylangan.

Hozirgi axborot makonida yangilikning kommunikativ ahamiyati faqat unda ifodalangan voqeaning yangiligi bilan belgilanmaydi. Axborotning qanday shaklda taqdim etilishi, voqeaning qaysi jihatlarini muhim deb baholanishi, qaysi ma'lumotlar birinchi o'ringa chiqarilishi hamda mazmunning qanday lisoniy vositalar orqali ifodalanishi xabarning auditoriya tomonidan qabul qilinishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Shu bois zamonaviy yangilik matnini o'rganishda uning mazmuniy va formal jihatlarini bir-biridan ajratgan holda emas, balki yagona kommunikativ tizimning o'zaro bog'liq komponentlari sifatida tahlil qilish maqsadga muvofiqdir. Xususan, sarlavha, lid, asosiy axborot qismi, iqtiboslar va manba ko'rsatkichlarining o'zaro joylashuvi hamda funksional munosabati yangilik matnining umumiy kommunikativ yo'nalishini belgilovchi muhim omillar sifatida namoyon bo'ladi.

Raqamli axborot muhitining kengayishi foydalanuvchining yangilikni qabul qilish va o'zlashtirish usullariga ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Zamonaviy o'quvchi yoki foydalanuvchi ko'pincha materialning to'liq mazmuni bilan tanishishdan oldin sarlavha, qisqa tavsif, surat, video yoki boshqa vizual elementlar orqali xabar haqida dastlabki xulosaga keladi. Shu sababli yangilik matnining boshlang'ich qismlariga tushadigan semantik va kommunikativ yuk tobora ortib bormoqda. Axborotni qisqa, aniq, mazmunan zich va tez anglashiladigan shaklda ifodalash zarurati esa jurnalistik matnda til birliklarini tanlash jarayoniga bevosita ta'sir qiladi.

Bunday vaziyatda grammatik va uslubiy me'yorlarga rioya qilish bilan bir qatorda, auditoriyaning diqqatini jalb etish, asosiy axborotni tez yetkazish va materialning kommunikativ samaradorligini ta'minlash ham muhim mezonlarga aylanadi.

Bundan tashqari, raqamli platformalarning ko'pligi bir xil voqeaning turli media manbalarida turlicha nomlanishi va turli kompozitsion shaklda yoritilishiga imkon bermoqda. Masalan, bir nashr voqeaning kelib chiqish sabablarini asosiy mazmun sifatida ajratib ko'rsatsa, boshqa nashr uning oqibatlari, ishtirokchilari yoki jamiyat uchun ahamiyatini birlamchi axborot sifatida taqdim etishi mumkin. Bunday farqlar yangilik matnining voqeani shunchaki aks ettiruvchi tayyor qolip emasligini ko'rsatadi. Aksincha, u axborotni tanlash, saralash, muayyan tartibga solish va ierarxialash jarayonlari asosida shakllanadigan kommunikativ konstruktsiya hisoblanadi. Shuning uchun yangilikning lingvistik xususiyatlarini aniqlashda faqat unda ishlatilgan til birliklarini sanab o'tish yetarli emas; ularning matndagi vazifasi, axborot yuklamasi va boshqa birliklar bilan mazmun hamda funksional aloqasini ham hisobga olish zarur.

Yangilik janrining lingvistik-kompozitsion mezonlarini belgilash shu jihatdan nazariy ahamiyat bilan bir qatorda amaliy qiymatga ham ega. Mazkur mezonlar yordamida yangilik matnlarini tizimli tahlil qilish, ularning janriy belgilarini boshqa jurnalistik janrlardan farqlash, an'anaviy ommaviy axborot vositalari bilan raqamli media o'rtasidagi strukturaviy va kommunikativ o'zgarishlarni aniqlash mumkin. Shu bilan birga, bunday yondashuv zamonaviy jurnalistik matnning axborot yetkazish samaradorligini baholash, uning auditoriyaga ta'sirini aniqlash va turli media muhitlarida shakllanayotgan matnlarning umumiy hamda o'ziga xos jihatlarini belgilash imkonini beradi. Masalaning dolzarbligi ingliz, rus va o'zbek media makonlarida yuzaga kelayotgan yangilik matnlarini qiyosiy jihatdan o'rganish, ulardagi umumiy kommunikativ qonuniyatlar bilan bir qatorda milliy-lisoiy xususiyatlarni ham aniqlash zarurati bilan yanada kuchayadi.

Shu asosda yangilik janrining zamonaviy tabiatini chuqurroq yoritish uchun uning tarixiy shakllanish bosqichlari, raqamli axborot makonidagi transformatsiyasi hamda lingvistik va kompozitsion tashkilini kompleks tarzda tahlil qilish muhimdir. Bunday yondashuv yangilik matnini faqat axborot tashuvchi vosita sifatida emas, balki mazmunni tanlash, tartiblash, lingvistik jihatdan kodlash va auditoriyaga moslashtirish jarayonlari birlashtirilgan murakkab kommunikativ tizim sifatida ko'rishga imkon beradi. Unda matnning strukturaviy qismlari, axborotning joylashtirilish tamoyillari, lisoiy tanlovlar va media muhitining xususiyatlari o'zaro ta'sir qiluvchi yagona tizimni tashkil etadi.

Adabiyotlar tahlili

Yangilik janrining shakllanishi va lingvistik xususiyatlarini o'rganish ommaviy kommunikatsiya, matn lingvistikasi, diskurs tahlili va pragmatik lingvistik kesishmasida olib borilgan tadqiqotlar bilan chambarchas bog'liq. Mazkur yo'nalishdagi ilmiy qarashlar shuni ko'rsatadiki, yangilikni faqat voqea haqida ma'lumot beruvchi qisqa matn sifatida izohlash yetarli emas. U axborotni tanlash, ierarxialash, nomlash, izohlash va auditoriyaga yetkazish jarayonlarini birlashtiruvchi murakkab kommunikativ hodisadir. Shu jihatdan yangilik matnining lingvistik tabiatini aniqlashda uning strukturaviy tashkil topishi, janriy me'yorlari, kommunikativ maqsadi va ijtimoiy-madaniy konteksti birgalikda hisobga olinadi.

Yangilik tushunchasining tarixiy-semantik shakllanishi ham uning janriy mohiyatini anglash uchun muhimdir. Ingliz tilidagi *news* leksemasining "yangi xabar", "so'nggi ma'lumot" mazmunini bilan bog'lanishi mazkur janrning asosiy semantik yadrosi yangilik, ya'ni auditoriya uchun ilgari noma'lum yoki dolzarb bo'lgan axborotni taqdim etishdan iborat ekanini ko'rsatadi. Oksford ingliz tili lug'atida *news* birliklarining rivojlanishi yangi yoki yaqinda sodir bo'lgan voqealar haqidagi ma'lumot bilan bog'lanadi [1]. Etimologik manbalarda ham *news* shaklining "new" – "yangi" komponenti bilan tarixiy aloqasi qayd etilib, uning dastlabki semantik asosini yangilik va yangidan ma'lum bo'lgan axborot tashkil etgani ko'rsatiladi [2]. Bu qarashlar yangilik janrining zamonaviy media sharoitidagi "tezkorlik" va "dolzarblilik" belgilarini uning tarixiy semantik tabiatining davomiy ko'rinishi sifatida baholash imkonini beradi.

Yangilikning kommunikativ vositalar evolyutsiyasi bilan bog'liq ravishda shakllanishi media nazariyasi doirasida ham izohlangan. J.Straubhaar va R.LaRose ommaviy kommunikatsiya vositalarining rivojlanishini axborotni ishlab chiqarish, kodlash, uzatish va qabul qilish imkoniyatlarining texnologik o'zgarishi bilan bog'laydi [4, 15-32 b.]. Ularning qarashlari yangilik janrining media kanaliga bog'liq ravishda shakl va ifoda xususiyatlarini o'zgartirishini tushuntirish uchun metodologik asos bo'la oladi. Bosma nashr sharoitida yangilik matnining yozma va kompozitsion yaxlitligi ustuvor bo'lgan bo'lsa, radio va televideniya ovoz, intonatsiya, vizual tasvir va vaqt omili

muhimlashgan. Raqamli muhitda esa ushbu belgilar gipermatnlik, multimodallik, tezkor yangilanish va interaktivlik bilan kengaymoqda.

A.Bell yangilik tilini jurnalistik faoliyatning o'ziga xos kommunikativ mahsuli sifatida tadqiq etib, yangilik matnining tuzilishi va undagi til tanlovlari tahririy jarayon bilan bevosita bog'liqligini ta'kidlaydi. Olim yangilik matnida sarlavha, lid, asosiy axborot, manba va iqtiboslang joylashuvi tasodifiy emasligini, ularning axborotning muhimlik darajasini belgilashga xizmat qilishini ko'rsatadi [6, 65-92 b.]. Ayniqsa, jurnalistik matnda axborotning yuqoridan pastga qarab ierarxik tashkil etilishi o'quvchining asosiy mazmunni dastlabki qismlardan oqiblashiga imkon beradi. Bellning qarashlari yangilik janrida kompozitsion ixchamlik bilan kommunikativ samaradorlik o'rtasidagi munosabatni aniqlashda muhim nazariy asos hisoblanadi.

R.Fowler yangilik matnining tilini neytral va obyektiv axborot uzatish vositasi sifatida emas, balki ijtimoiy voqelikni muayyan nuqtayi nazardan konstruktsiya qiluvchi diskurs sifatida ko'radi. Uning fikricha, leksik tanlov, sintaktik qurilish, agentning ko'rsatilishi yoki yashirilishi, faol va majhul nisbatlardan foydalanish hamda baholovchi birliklarning qo'llanishi voqeaning auditoriya tomonidan qanday talqin qilinishiga ta'sir ko'rsatadi [7, 1-14; 25-45 b.]. Shu nuqtayi nazardan yangilik matnining lingvistik xususiyatlarini tahlil qilishda "nima haqida xabar berilgan?" degan savol bilan bir qatorda "voqea qanday nomlangan?", "kim faol subyekt sifatida berilgan?" va "qaysi jihat asosiy axborot sifatida ajratilgan?" kabi savollar ham muhimdir. Bu yondashuv yangilik janrining lingvistik-kompozitsion mezonlarini faqat formal struktura bilan cheklamaslik zarurligini ko'rsatadi.

T.A. van Dijkning yangilik diskursiga oid konsepsiyasi ushbu janrning strukturaviy tashkilini tushuntirishda alohida ahamiyatga ega. Olim yangilik matnini makrostruktura, superstruktura va mikrostruktura darajalarida tahlil qilishni taklif etadi. Makrostruktura matnning umumiy mavzusi va mazmuniy yadrosini ifodalasa, superstruktura yangilikning janriy-kompozitsion sxemasini belgilaydi; mikrostruktura esa leksik, sintaktik va semantik birliklarning konkret qo'llanishini qamrab oladi [8, 52-76 b.]. Yangilik matnining superstrukturasi summary va story kabi yirik qismlar ajratilib, summary tarkibida headline va leading, story tarkibida esa voqea tavsifi, kontekst va sharhning o'ziga xos ta'siri ko'rsatiladi [8, 83-114 b.]. Mazkur model yangilik matnining ichki tuzilishini izchil tahlil qilish va sarlavha, lid hamda asosiy matn o'rtasidagi mazmuniy munosabatlarni aniqlash imkonini beradi.

Van Dijkning yondashuvida sarlavha oddiy nomlash vositasi emas, balki matnning makropropozitsiyasini qisqartirilgan shaklda ifodalovchi muhim struktur birlik hisoblanadi. Lid esa sarlavhada umimlashtirilgan axborotni konkretlashtirib, voqeaning asosiy ishtirokchilari, vaqti, joyi, sababi yoki oqibatlari haqida ma'lumot beradi [8, 114-136 b.]. Shu sababli sarlavha va lid yangilik matnining axborot zichligi eng yuqori bo'lgan qismlari sifatida namoyon bo'ladi. Raqamli media muhitida ushbu birliklarning funksiyasi yanada kengayib, ular nafaqat matn mazmunini jamlash, balki foydalanuvchi e'tiborini jalb qilish, qidiruv tizimlarida materialning ko'rinishini ta'minlash va ijtimoiy tarmoqlarda ulashilishini rag'batlantirish vazifalarini ham bajaradi.

M.Montgomery yangilik diskursining, xususan, efir yangiliklarining lingvistik tashkilini tadqiq qilib, yangilikning mazmunini faqat faktlarni sanab o'tishdan iborat emasligini ko'rsatadi. Uning tahlilida yangilikning axborot qiymati voqeaning dolzarbligi, ishtirokchilarning maqomi, ziddiyat, salbiylik, kutilmaganlik va ijtimoiy ahamiyat kabi omillar bilan bog'lanadi [9, 42-67 b.]. Ushbu yondashuv yangilik qiymati tushunchasini lingvistik-kompozitsion tashkil bilan bog'lash imkonini beradi. Masalan, yuqori yangilik qiymatiga ega bo'lgan fakt sarlavha yoki lidga chiqarilishi, nisbatan ikkilamchi ma'lumot esa matnning keyingi qismlarida berilishi mumkin. Demak, axborotning kompozitsion joylashuvi uning ijtimoiy va kommunikativ qiymatini ham aks ettiradi.

Yangilik matnida baholash kategoriyasining mavjudligi M. Bednarek tomonidan batafsil o'rganilgan. Olim media diskursida baholashning leksik va grammatik vositalar orqali yuzaga chiqishini, jurnalistik matnning obyektivlikka intilishiga qaramay, unda muayyan baholovchi komponentlar mavjud bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi [10, 1-22; 45-72 b.]. Bu holat yangilik matnidagi iqtiboslar, sifatlashlar, modal birliklar, fe'l tanlovi va voqeani tavsiflovchi nominativ birliklarning funksiyasini o'rganishda muhimdir. Ayniqsa, jurnalistning bevosita bahosidan ko'ra manbaga tegishli baholovchi fikrni iqtibos shaklida berish yangilik matnida xolislik effektini kuchaytiruvchi strategiya sifatida namoyon bo'lishi mumkin.

C.Cotter jurnalistik tilni tahlil qilishda yangilikning professional kommunikativ faoliyat bilan bog'liqligiga e'tibor qaratadi. Uning tadqiqotlarida yangilik yaratish jarayoni manbalarni tanlash, axborotni tekshirish, suhbat va iqtiboslarni qayta ishlash, matnni tahrirlash hamda auditoriya uchun tushunarli shaklga keltirish kabi bosqichlardan iboratligi ko'rsatiladi [11, 18-42; 96-120 b.]. Shu jihatdan yangilik matnining

lingvistik xususiyatlari jurnalistik amaliyotdan ajratib qaralmasligi kerak. Matnda qo'llangan qisqartirish, terminlashtirish, iqtibos keltirish va axborotni ketma-ket joylashtirish usullari muayyan kasbiy va kommunikativ me'yorlar bilan belgilanadi.

Rus tilshunosligida ham yangilik matni va yangilik diskursining strukturaviy hamda lingvistik xususiyatlari turli yo'nalishlarda o'rganilgan. L. V. Kudrina internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlardagi yangiliklarni tadqiq etib, zamonaviy yangilik matni verbal va nonverbal komponentlarning o'zaro ta'siri asosida shakllanishini ko'rsatadi [12, 8-18 b.]. Uning yondashuvida internet yangiliklarining sarlavha, asosiy matn, vizual material, havola va boshqa raqamli komponentlari yagona kommunikativ tuzilma sifatida qaraladi. Bu qarash raqamli media sharoitida yangilik matnining multimodal tabiatini hisobga olish zarurligini asoslaydi.

E.B. Kagan tadqiqotlarida yangilik sarlavhalarining metaforik xususiyatlariga e'tibor qaratib, sarlavha nafaqat axborotni nomlovchi, balki auditoriyaning e'tiborini boshqaruvchi va ma'lum assotsiativ tasavvurlarni shakllantiruvchi birlik ekanini ko'rsatadi [13, 7-17 b.]. Metaforik sarlavhalarning "Sotsium", "Inson", "Tabiat" va "Artefakt" kabi manba sohalari asosida shakllanishi yangilik janrida obrazlilikning ham muayyan kommunikativ vazifaga ega ekanini ko'rsatadi. Shu bilan birga, raqamli media sharoitida sarlavhaning ekspressivligi bilan uning aniqligi o'rtasidagi muvozanat alohida ahamiyat kasb etadi.

N.N. Panchenko ingliz tilidagi yangilik diskursida komiklikning lingvistik ifodalanishini tahlil qilib, yangilik matnining har doim ham mutlaq neytral va hissiyotsiz shaklda namoyon bo'lmashligini ko'rsatadi [14, 8-16 b.]. Xabar, kinoya, yumor va yashirin baho kabi vositalarning qo'llanishi, ayniqsa, siyosiy, madaniy va ijtimoiy mavzudagi materiallarda yangilik diskursining pragmatik imkoniyatlarini kengaytiradi. Ushbu qarash yangilik janrining ichki differensialligini ko'rsatadi: janrning umumiy faktual tabiati saqlangan holda, turli tematik va kommunikativ vaziyatlarda uning ekspressivlik darajasi o'zgarishi mumkin.

O'zbek tilshunosligida ommaviy axborot vositalari tili va mediamatnning lingvistik xususiyatlari D.M. Teshaboyeva tomonidan tizimli ravishda tadqiq etilgan. Olim ommaviy axborot vositalari tilini nutq madaniyati nuqtayi nazaridan tahlil qilib, aniqlik, mantiqiylik, ixchamlik, tushunarlik, ta'sirchanlik va adabiy til me'yorlariga rioya qilish kabi mezonlarning jurnalistik matn uchun muhimligini asoslaydi [15, 146-168 b.]. Ushbu mezonlar yangilik janrining lingvistik-kompozitsion tabiatini belgilovchi asosiy omillar qatoriga kiradi. Ayniqsa, qisqa hajmda katta miqdordagi axborotni yetkazish zarurati leksik tanlov va sintaktik qurilishning tejamkor bo'lishini talab etadi.

M.K. Sabirovaning o'zbek mediamatnlarining pragmatik lingvistik xususiyatlariga bag'ishlangan tadqiqotlari yangilik sarlavhalarining kommunikativ imkoniyatlarini aniqlashda muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotda sarlavhalarining xabar berish bilan birga buyruq, talab, e'tiroz va boshqa nutqiy axtarlarni ifodalashi mumkinligi ko'rsatiladi [16, 27-39 b.]. Demak, sarlavha matnning informativ qismini oldindan belgilab beruvchi birlik bo'lish bilan birga, o'quvchi bilan bevosita kommunikativ aloqa o'rnatuvchi pragmatik vosita hamdir. Raqamli media muhitida sarlavhaning ushbu xususiyati yanada kuchayadi, chunki foydalanuvchi ko'pincha avval sarlavha bilan tanishadi va materialni o'qish-o'qimaslik qarorini aynan shu birlik asosida qabul qiladi.

N.X. Kayumovaning ingliz va o'zbek tillaridagi yangiliklar mediadiskursiga bag'ishlangan tadqiqoti mazkur mavzuga bevosita aloqador bo'lib, unda yangilik mediadiskursining strukturaviy-semantik va kommunikativ-pragmatik xususiyatlari qiyosiy asosda tahlil qilingan [17, 15-29 b.]. Tadqiqotda sarlavha, lid va asosiy matn o'rtasidagi munosabat, axborotning kompozitsion joylashuvi, kommunikativ maqsad va pragmatik ta'sir masalalariga e'tibor qaratiladi. Mazkur yondashuv ingliz va o'zbek media makonida yangilik janrining umumiy universal xususiyatlari bilan bir qatorda, milliy-lisoniy va madaniy farqlarni ham aniqlash imkonini beradi.

E. B. Gromova va Yu. M. Ershov televizion yangiliklarning mazmuniy tuzilishini o'rganib, yangilik matnida axborotning mantiqiy va semantik tashkil topishi, voqea hamda unga beriladigan izohning o'zaro munosabati muhim ekanini ko'rsatadi [18, 284-292 b.]. Televizion yangiliklar misolida verbal nutq tasviriy komponentlar bilan birlashgani sababli, mazmunning shakllanishi faqat lingvistik birliklarga emas, balki vizual va audiovizual vositalarning o'zaro aloqasiga ham bog'liq bo'ladi. Bu holat raqamli media sharoitidagi multimodal yangiliklarni tahlil qilish uchun ham nazariy ahamiyatga ega.

Mavjud adabiyotlar tahlili yangilik janriga doir qarashlarni bir necha asosiy yo'nalishga ajratish imkonini beradi. Birinchi yo'nalishda yangilikning tarixiy va media-kommunikativ taraqqiyoti o'rganilgan bo'lsa [1, 2, 4], ikkinchi yo'nalishda yangilik matnining strukturaviy tashkil topishi va janriy modeli tadqiq etilgan [6, 8, 9]. Uchinchi yo'nalish yangilik tilining ideologik, pragmatik va baholovchi xususiyatlariga

qaratilgan [7, 10, 11]. To'rtinchi yo'nalishda esa internet, ijtimoiy tarmoqlar va multimodal media muhitida yangilikning yangi shakllari tadqiq qilinmoqda [12, 13, 17]. O'zbek tilshunosligida ommaviy axborot vositalari tili, mediamatn pragmatikasi va yangilik mediadiskursining strukturaviy xususiyatlari bo'yicha muayyan ilmiy baza shakllangan [15, 16, 17].

Shu bilan birga, mavjud tadqiqotlarda yangilikning tarixiy shakllanishi, media kanal almashinuvi, makrostruktura-superstruktura-mikrostruktura munosabati va raqamli muhitning multimodal xususiyatlarini yagona lingvistik-kompozitsion model doirasida izohlash masalasi yetarlicha tizimlashtirilmagan. Ayniqsa, an'anaviy matbuotdagi yangilik modeli bilan internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlardagi yangilik shakllarini bir tizimda qiyoslash, shuningdek, sarlavha, lid, asosiy matn, manba va interaktiv komponentlarning yangi kommunikativ sharoitdagi funksional nisbatini aniqlash dolzarb masala bo'lib qolmoqda. Shuning uchun yangilik janrini faqat lingvistik birliklar majmui sifatida emas, balki dolzarblik, faktuallik, kompozitsion ixchamlik, mavzuiylik, media kanal va auditoriyaga moslashuvning o'zaro ta'siri natijasida shakllanadigan ko'p sathli mediadiskurs sifatida talqin qilish maqsadga muvofiqdir.

Tadqiqot metodologiyasi

Maqolada yangilik janrining shakllanishi va rivojlanishini yorituvchi tarixiy ma'lumotlar, shuningdek, ingliz, rus va o'zbek tilshunoslari hamda media tadqiqotchilarining ushbu janrga oid nazariy qarashlari asosiy ilmiy-nazariy manba sifatida tanlandi. Tadqiqot materiallari sifatida an'anaviy matbuot nashrlarida, internet nashrlarida va ijtimoiy tarmoqlarda e'lon qilingan yangilik matnlarining lingvistik hamda kompozitsion xususiyatlari olindi. Bunda yangilikning mazmuniy tuzilishi, sarlavha va lidning shakllanishi, asosiy axborotning berilish tartibi, fakt va manbalarning ifodalanishi, iqtiboslardan foydalanish, shuningdek, matnning auditoriyaga yo'naltirilganlik darajasiga alohida e'tibor qaratildi. Turli media kanallaridan olingan materiallarni birgalikda tahlil qilish yangilik janrining umumiy va o'ziga xos belgilarini aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot jarayonida tarixiy-qiyosiy usul muhim metodologik vosita sifatida qo'llanib, yangilik janrining dastlabki shakllaridan tortib zamonaviy raqamli media muhitigacha bo'lgan taraqqiyot bosqichlarini izchil kuzatish imkonini berdi. Ushbu usul yordamida yangilikning kommunikativ vazifasi, shakliy tashkiloti va axborot uzatish tamoyillarida yuz bergan o'zgarishlar davriy jihatdan taqqoslandi. Xususan, an'anaviy bosma matbuotda yangilikning nisbatan barqaror kompozitsion shaklga ega bo'lishi bilan internet va ijtimoiy tarmoqlarda uning tezkor yangilanishi, multimedia elementlari bilan boyitilishi va interaktiv xususiyat kasb etishi o'rtasidagi farqlar aniqlashtirildi.

Definitsion tahlil orqali "yangilik", "yangilik janri", "yangilik matni" kabi asosiy tushunchalarning ilmiy adabiyotlarda berilgan talqinlari o'rganildi va ular tarkibida takrorlanib keluvchi tayanch belgilar ajratib olindi. Mazkur tahlil yangilik janrining tezkorlik, dolzarblik, faktga asoslanganlik, aniqlik, ixchamlik, obyektivlik va auditoriyaga yo'naltirilganlik kabi muhim xususiyatlarini tizimlashtirishga xizmat qildi. Turli ilmiy maktab va tilshunoslik an'analarda mazkur belgilar qanday izohlanishi ham qiyosiy nuqtayi nazardan ko'rib chiqildi.

Struktur tahlil yordamida yangilik matnining ichki kompozitsiyasi va uning asosiy qismlari o'rtasidagi funksional munosabatlari aniqlandi. Bunda sarlavha, lid, asosiy axborot, tafsilotlar, iqtibos, fakt ma'lumot va manba ko'rsatkichlarining matn tarkibidagi o'rni hamda kommunikativ vazifasi tahlil qilindi. Axborotning muhimlik darajasiga ko'ra joylashtirilishi, asosiy mazmunning matnning boshlang'ich qismida berilishi va keyingi qismlarda tafsilotlarning izchil kengaytirilishi kabi kompozitsion tamoyillar ham alohida ko'rib chiqildi. Shu orqali yangilik matnning shakliy tuzilishi uning axborot yetkazish vazifasi bilan qanday bog'lanishi aniqlashtirildi.

Qiyosiy tahlil metodi esa turli media kanallarida shakllanayotgan yangiliklarning o'xshash va farqli jihatlarini aniqlash uchun qo'llandi. Matbuot yangiliklari, internet nashrlari va ijtimoiy tarmoq postlari o'rtasida sarlavha tuzilishi, matn hajmi, axborot zichligi, til birliklarining tanlanishi, vizual komponentlardan foydalanish, havolalar va foydalanuvchi bilan interaktiv aloqa imkoniyatlari jihatidan taqqoslash olib borildi. Natijada raqamli muhitning yangilik janri kompozitsiyasi va lingvistik ifodasiga ko'rsatadigan ta'sirini aniqlash imkoniyati yuzaga keldi.

Bundan tashqari, tavsifiy tahlil usulidan foydalanib, aniqlangan lingvistik va kompozitsion belgilar tizimli ravishda tavsiflandi. Kontekstual yondashuv orqali esa ayrim til birliklarining ma'nosi va funksiyasi ularning yangilik matni tarkibidagi qo'llanish holati asosida belgilandi. Media diskursiga xos kommunikativ vazifalar, auditoriyaning ehtiyojlari va axborotni tezkor qabul qilish sharoitlari ham tahlil jarayonida hisobga olindi. Shu tariqa qo'llangan metodlar o'zaro bir-birini to'ldirgan

holda yangilik janrini tarixiy, nazariy, lingvistik va kompozitsion jihatdan kompleks o'rganishga asos yaratdi.

Natijalar

Rasmiy xabarlarini ommaga yetkazish amaliyoti bosma gazetadan ancha oldin mavjud bo'lgan. Qadimgi Misrda hukmdor farmonlari jarchilar orqali tarqatilgan. Qadimgi Rimdagi "Acta Diurna" siyosiy qarorlar va jamoat uchun muhim ma'lumotlarni lavhalariga yozib, ommaviy joylarda e'lon qilish tizimi edi. O'rta asr Angliyasida qirolik farmonlari sheriflar tomonidan bozor maydonlari va yig'ilish joylarida ovoz chiqarib o'qilgan. Bu shakllarda zamonaviy jurnalistikaning to'liq

janriy belgilari bo'lmasa-da, xabarni tanlash, rasmiylashtirish va ommaga yetkazish vazifasi mavjud edi.

Bosma matbuot yangilikni muntazam, tahrirlangan va qayta o'qish mumkin bo'lgan matnga aylantirdi. Radio xabarni ovoz, intonatsiya va vaqt cheklovi bilan bog'ladi; televideniya esa verbal bayonga kadr, tasvir, montaj hamda boshlovchi nutqini qo'shdi. Internet nashri matbuotdagi yozma izchillikni saqlagan holda tezkor yangilanish, gipermatnlik va interaktivlikni kuchaytirdi. Ijtimoiy tarmoqlarda esa xabar yaratish va tarqatish faqat professional tahririyatga tegishli bo'lmay qoldi; oddiy foydalanuvchi ham axborot muallifi va tarqatuvchisiga aylandi.

1-jadval

Yangilik tarqatishning tarixiy-kommunikativ bosqichlari

№	Bosqich	Yetakchi vosita	Janriy va lisoniy xususiyat
1	Bosma nashrgacha bo'lgan davr	Jarchi, farmon, lavha	Rasmiylik, ommaviy e'lon, bir yo'nalishli aloqa
2	Bosma matbuot davri	Gazeta va jurnal	Tahrir, kompozitsion izchillik, qayta o'qish imkoniyati
3	Efir davri	Radio va televideniya	Ovoz, intonatsiya, tasvir, montaj, vaqt chegarasi
4	Raqamli media davri	Internet nashri va platforma	Tezkorlik, gipermatnlik, multimodallik, yangilanish
5	Ijtimoiy tarmoq davri	Foydalanuvchi platformalari	Interaktivlik, ommaviy mualliflik, norasmiy va qisqa bayon

Raqamli muhit yangilikning asosiy xususiyatlarini bekor qilmagan, balki ularning nisbatini o'zgartirgan. Dolzarblik va tezkorlik kuchaygan, tahrir va ishonchlik esa nashrning institutsional maqomiga ko'proq bog'liq bo'lib qolgan. Multimodallik va auditoriya faolligi internet

nashrlarida yuqori bo'lsa, bosma matbuotda kompozitsion izchillik va tahririy nazorat ustun. Ijtimoiy tarmoqlarda axborot tez tarqaladi, lekin manba va tahrir masalasi doim ham aniq emas.

2-jadval

Matbuot, internet nashri va ijtimoiy tarmoq yangiliklarining qiyosiy belgilari

№	Mezon	Matbuot	Internet nashri	Ijtimoiy tarmoq
1	Tezkorlik	O'rtacha	Yuqori	Juda yuqori
2	Tahririy nazorat	Yuqori	Nashrga qarab barqaror	O'zgaruvchan
3	Kompozitsion izchillik	Yuqori	Yuqori yoki o'rtacha	Ko'pincha qisqa va bo'lakli
4	Multimodallik	Cheklangan	Faol	Faol
5	Interaktivlik	Bilvosita	Izoh va ulashish orqali	Bevosita va tezkor
6	Ishonchlik	Tahrir orqali tekshiriladi	Manba nufuziga bog'liq	Muallif va manbaga bog'liq
7	Yangilanish	Keyingi son bilan	Real vaqtga yaqin	Doimiy

T. van Dijk taklif qilgan model yangilik matnining ichki tashkilini izchil tavsiflaydi. News report eng umumiy birlik bo'lib, "summary" va "story" qismlaridan tuziladi. Summary tarkibidagi headline voqeaning markaziy mazmunini qisqa nomlaydi, lead esa kim, qayerda, qachon va qanday savollariga javob berib, sarlavhadagi fikrni kengaytiradi. Story

qismida situation va comments joylashadi. Situation asosiy voqea, oqibat, kontekst, tarixiy fon va oldingi hodisalarni qamrab oladi; comments esa rasmiy shaxs, ekspert yoki guvoh munosabati, baholash va kutilmalarni o'z ichiga oladi.

3-jadval

Yangilik matnining struktur darajalari

Daraja	Tarkibiy birliklar	Asosiy vazifa
Makrostruktura	Mavzu, sarlavha, lid	Xabarning umumiy mazmunini belgilash
Superstruktura	Summary, story, situation, comments	Yangilik qismlarining janriy tartibini tashkil etish
Mikrostruktura	Leksik, sintaktik, pragmatik, stilistik va ritorik vositalar	Mazmunni aniq lisoniy shaklda voqelantirish
Kontekstual qatlam	Tarix, sharoit, oldingi voqealar, manba	Asosiy hodisani tushunishga zarur fonni berish
Baholovchi qatlam	Iqtibos, verbal munosabat, xulosa va kutilma	Voqea yuzasidan ijtimoiy munosabatni ko'rsatish

Mikrostruktura yangilikning tilshunoslik uchun eng bevosita tahlil qilinadigan qatlamidir. Leksik sathda nominativ birlik, termin va baholovchi so'zlar; sintaktik sathda aktiv-passiv qurilmalar, so'z tartibi va gap uzunligi; pragmatik sathda presuppozitsiya, yashirin ma'no va sabab-oqibat aloqasi; stilistik sathda ekspressiv vositalar; ritorik sathda raqam, iqtibos va dalillik usullari tekshiriladi. Shuning uchun yangilik janrining kompozitsiyasini uning tilidan ajratib o'rganish mumkin emas: qaysi fakt sarlavhaga chiqarilgani, agentning berilishi yoki tushirilishi va qaysi termin tanlangani matnning umumiy talqiniga ta'sir qiladi.

A. Bell ajratgan hard news va soft news turlari janr ichidagi vazifaviy farqni ko'rsatadi. Hard news siyosiy qaror, iqtisodiy o'zgarish, jinoyat, favqulodda hodisa va rasmiy bayonotlarni tezkor, lo'nda va faktual usulda beradi. Inson omiliga asoslangan yangiliklarda esa madaniyat, maishiy hayot, san'at, mashhurlar, turmush tarzi va shaxsiy tajriba kengroq yoritiladi. Birinchi tur "nima bo'ldi?" savoliga, ikkinchisi esa voqeaning inson hayotidagi ta'siriga ko'proq e'tibor qaratadi.

Yangilik qiymati ham matn tanlovini belgilaydi. Yaqinda sodir bo'lish, mojaro yoki ziddiyat, nufuzli shaxs va tashkilotlar ishtiroki, salbiy oqibat, dramatism va kutilmaganlik ommaviy e'tiborni kuchaytiradi. Shu bilan birga, yangilik faqat hodisaning o'ziga xos xususiyati emas; jurnalist va tahririyat faktlarni saralab, voqeaning qaysi tomonini markazga chiqarishi orqali uning "yangilik" maqomini shakllantiradi. Shuning uchun bir hodisa turli nashrlarda boshqa sarlavha, boshqa kontekst va boshqa iqtibos bilan berilishi mumkin.

Yangilik matni bilan yangilik diskursi bir-biriga yaqin, lekin mazmuniy ko'lami teng bo'lmagan tushunchalardir. Yangilik matni sarlavha, lid, asosiy qism, manba, iqtibos va fon ma'lumotidan tuzilgan tayyor media mahsulotini anglatadi. Yangilik sharhshi esa xabarni tanlash, yaratish, tahrir qilish, tarqatish, qabul qilish, diskursi va qayta talqin etish jarayonlarini ham qamrab oladi. Raqamli muhitda bu farq ayniqsa aniq: o'quvchi tayyor matnni qabul qiluvchi bo'lib qolmay, unga izoh yozadi, havola beradi va boshqa platformada qayta muomalaga kiritadi.

Muhokama

Nazariy manbalarni umumlashtirish natijasida yangilik janrini bir-biri bilan uzviy bog'liq bo'lgan oltilta asosiy belgi birligi asosida tavsiflash mumkin: dolzarblik, faktuallik, kompozitsion ixchamlik, mavzuiy yo'nalish, media kanal va auditoriyaga moslashuv. Mazkur belgilar yangilik matnining nafaqat mazmuniy mohiyatini, balki uning shakllanishi, tashkil etilishi va kommunikativ vazifasini ham belgilaydi. Ularning har biri alohida xususiyatga ega bo'lsa-da, amaliy jihatdan ular o'zaro bog'liq holda namoyon bo'ladi va yangilik janrining yaxlit lingvistik-kommunikativ modelini shakllantiradi.

Dolzarblik yangilikning muayyan vaqt, voqea yoki jarayon bilan bevosita bog'liqligini ifodalaydi. Yangilik auditoriyaga, avvalo, yangi yoki ayni paytda muhim bo'lgan axborotni yetkazishi bilan boshqa axborot janrlaridan ajralib turadi. Shu sababli voqeaning qachon sodir bo'lgani, uning hozirgi vaziyat bilan qanday aloqadorligi va jamoatchilik uchun qanchalik muhimligi yangilikning kommunikativ qiymatini belgilovchi

asosiy omillardan hisoblanadi. Raqamli media sharoitida dolzarblik mezonini yanada kuchayib, axborotning tezkor e'lon qilinishi, muntazam yangilanib borishi va yangi ma'lumotlar bilan to'ldirilishi bilan namoyon bo'lmoqda.

Faktuallik yangilikning real voqea, hodisa yoki jarayonga asoslanganligini bildiradi. Unda keltiriladigan ma'lumotlar imkon qadar aniq faktlar, rasmiy bayonotlar, statistik ko'rsatkichlar, mutaxassislar fikri yoki boshqa ishonchli manbalar bilan bog'lanadi. Shu jihatdan faktuallik nafaqat axborotning mazmunini, balki uning manbasini ko'rsatish, iqtibosni to'g'ri berish va ma'lumotni tekshiriladigan shaklda taqdim etish tamoyillarini ham qamrab oladi. Yangilik matnining ishonchligi ko'p jihatdan aynan shu belgining qay darajada ta'minlanganiga bog'liq.

Kompozitsion ixchamlik esa katta hajmdagi yoki murakkab axborotni qisqa va tizimli shaklda yetkazish zarurati bilan bog'liq. Yangilik matnida asosiy ma'lumot, odatda, sarlavha va lid qismida jamlanadi, keyingi qismlarda esa ushbu ma'lumot tafsilotlar, qo'shimcha faktlar, izohlar va iqtiboslar orqali kengaytiriladi. Bunday tuzilish o'quvchiga materialni to'liq o'qimasdan ham voqeaning asosiy mazmunini anglash imkonini beradi. Ayniqsa, raqamli platformalarda foydalanuvchining qisqa vaqt ichida katta miqdordagi axborot bilan to'qnash kelishi kompozitsion ixchamlikni yangilik matnining muhim talablaridan biriga aylantirmoqda.

Mavzuiy yo'nalish yangilikning qaysi ijtimoiy yoki professional sohaga tegishli ekanini belgilaydi. Siyosat, iqtisodiyot, ta'lim, fan, sog'liqni saqlash, madaniyat, sport, ekologiya, texnologiya va boshqa yo'nalishlar yangilik mazmunining asosiy tematik maydonlarini tashkil etadi. Mavzuning xususiyati esa matnda qo'llaniladigan terminologik birliklar, izohlash darajasi, faktlarni tanlash va axborotning auditoriyaga taqdim etilish usuliga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, ilmiy yoki iqtisodiy mazmundagi yangiliklarda maxsus terminlar va statistik ma'lumotlarga ehtiyoj yuqori bo'lsa, madaniy yoki ijtimoiy mavzulardagi materiallarda izohlovchi va tavsiflovchi birliklar nisbatan faol qo'llanishi mumkin.

Media kanal yangilikning shakliy va texnik tashkiliga bevosita ta'sir ko'rsatadigan mezonidir. Bosma matbuot, televideniye, radio, internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlar bir xil voqeani turli kommunikativ imkoniyatlar asosida taqdim etadi. Bosma nashrda matnning kompozitsion yaxlitligi va sarlavha-lid munosabati muhim bo'lsa, internet nashrida havolalar, multimedia materiallari, yangilanishlar va gipermatnli tuzilma alohida ahamiyat kasb etadi. Ijtimoiy tarmoqlarda esa ixchamlik, tezkorlik, vizual komponent, foydalanuvchi reaksiyasi va interaktivlik yanada muhim o'rin egallaydi. Demak, media kanal yangilikning nafaqat tashqi ko'rinishini, balki uning til birliklari va kompozitsion qurilishiga xos xususiyatlarni ham shakllantiradi.

Auditoriyaga moslashuv yangilik mazmuni va tilining muayyan o'quvchi yoki foydalanuvchilar guruhining bilim darajasi, qiziqishi va kommunikativ ehtiyojlariga muvofiqlashtirilishini anglatadi. Turli auditoriyalar uchun bir xil voqea turlicha nomlanishi, izohlanishi yoki tafsilotlar bilan taqdim etilishi mumkin. Umumiy auditoriyaga mo'ljallangan xabarda murakkab terminlar izohlanishi va axborot soddashaklda berilishi talab etilsa, muayyan kasbiy yoki ilmiy auditoriyaga

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Oxford English Dictionary. News, n. In OED Online. https://www.oed.com/dictionary/news_n
2. Online Etymology Dictionary. News. <https://www.etymonline.com/word/news>
3. Bleumer, G. Electronic Postage Systems: Technology, Security, Economics. – New York: Springer, 2007. – 332 p.
4. Straubhaar, J., LaRose, R. Communications Media in the Information Society. – Belmont: Wadsworth, 1997. – 548 p.
5. Lim, H. K. Take Writing: News, Information, and Documentary Culture in Late Medieval England. – University of Maryland, 2006. – 244 p.
6. Bell, A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell Publishers, 1991. – 296 p.
7. Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London: Routledge, 1991. – 254 p.
8. van Dijk, T. A. News as Discourse. – Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988. – 210 p.
9. Montgomery, M. The Discourse of Broadcast News: A Linguistic Approach. – London; New York: Routledge, 2007. – 246 p.
10. Bednarek, M. Evaluation in Media Discourse: Analysis of a Newspaper Corpus. – London: Continuum, 2006. – 253 p.
11. Cotter, C. News Talk: Investigating the Language of Journalism. – Cambridge: Cambridge University Press, 2010. – 282 p.

yo'naltirilgan materiallarda maxsus terminologiya va batafsil faktik ma'lumotlardan foydalanish imkoniyati kengroq bo'ladi. Raqamli platformalarda auditoriyaning faol ishtiroki, izoh qoldirishi va materialni qayta ulashishi ushbu moslashuv jarayonini yanada dinamik xususiyatga ega qilmoqda.

Mazkur olti belgi birligi o'zaro aloqador holda yangilik janrining yaxlit modelini hosil qiladi. Dolzarblik axborotning vaqt bilan bog'liqligini ta'minlash, faktuallik uning ishonchligi va daliliy asosini belgilaydi; kompozitsion ixchamlik axborotni qisqa va tartibli shaklda yetkazishga xizmat qiladi; mavzuiy yo'nalish mazmunning sohaga xosligini belgilaydi; media kanal xabarining shakli va texnik imkoniyatlarini aniqlaydi; auditoriyaga moslashuv esa axborotning qanday til va izoh darajasida taqdim etilishini belgilab beradi. Shu sababli yangilik matnini mazkur belgilar tizimidan birortasini ajratib holda emas, balki ularning o'zaro ta'siri asosida tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Shu nazariy asosdan kelib chiqib, yangilikni muayyan voqea, hodisa yoki o'zgarish haqidagi dolzarb va faktlarga asoslangan axborotni tahririy tanlov, janriy-kompozitsion tashkil va lisoniy vositalar orqali ommaviy auditoriyaga yetkazuvchi mediamatn turi sifatida ta'riflash mumkin. Mazkur ta'rif yangilikning an'anaviy kommunikativ vazifasi ya'ni jamoatchilikka muhim va yangi axborotni tezkor yetkazish funksiyasini saqlab qoladi. Shu bilan birga, zamonaviy raqamli media sharoitida yangilikning interaktiv, multimodal va dinamik xususiyatlarini ham qamrab oladi.

Bunday yondashuv yangilikni faqat yozma axborot birligi sifatida emas, balki matn, tasvir, video, havola, audio va foydalanuvchi reaksiyasi kabi turli komponentlarning o'zaro aloqasi asosida shakllanuvchi murakkab kommunikativ hodisa sifatida baholash imkonini beradi. Natijada yangilik janrining zamonaviy modeli an'anaviy fakt yetkazish vazifasi bilan bir qatorda, axborotni saralash, ierarxiyalash, qisqartirish, auditoriyaga moslashtirish va raqamli muhitda qayta tarqatish jarayonlarini ham o'z ichiga oladigan kengroq tushuncha sifatida namoyon bo'ladi.

Xulosa

Yangilik janri qadimgi rasmiy e'lon va farmonlardan bosma matbuot, radio, televideniya hamda internet nashrlarigacha bo'lgan uzoq taraqqiyot jarayonida shakllangan. Har bir media kanali xabarining ifoda shakliga yangi belgi qo'shgan: matbuot tahrir va kompozitsion barqarorlikni, efir ovozi va tasvirni, internet esa gipermatnlilik, tezkor yangilanish va auditoriya ishtirokini kuchaytirgan.

Yangilik matnining nazariy tahlili makrostruktura, superstruktura va mikrostruktura darajalarini birgalikda ko'rishni talab etadi. Sarlavha va lid mazmunni jamlaydi, asosiy qism voqea va fonni ochadi, iqtibos hamda sharhlar esa ijtimoiy bahoni kiritadi. Leksik, sintaktik, pragmatik, stilistik va ritorik vositalar ushbu kompozitsiyaning lisoniy jihatdan shakllantiradi. Shu sababli yangilik janrini faqat qisqa xabar sifatida emas, media kanali, tahririy institut va auditoriya ehtiyoji bilan birga yuzaga keladigan ko'p sathli kommunikativ matn sifatida o'rganish ilmiy jihatdan asosli hisoblanadi.

12. Кудрина Л. В. Структура новостных текстов и их лексические особенности: на примере социальных сетей и интернет-СМИ: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2020. – 24 с.

13. Каган Е. Б. Метафорические заголовки в российской, американской и британской прессе: когнитивный, текстовый и психолингвистический аспекты: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2012. – 25 с.

14. Панченко Н. Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2005. – 22 с.

15. Тешабоева Д. М. Оммативный ахборот воситалари тилининг нутк маданияти аспектида тадқиқи: филол. фан. д-ри (DSc) дисс. – Тошкент, 2012.

16. Сабинова М. К. Ўзбек медиаматнларининг прагмалингвистик тадқиқи: газета матнлари мисолида: филол. фан. б. фалс. д-ри (PhD) дисс. автореф. – Тошкент, 2021. – 52 б.

17. Kayumova N. X. Ingliz va o'zbek tillarida yangiliklar mediadiskursining struktural-semantik va kommunikativ-pragmatik jihatlari: filol. fan. b. fals. d-ri (PhD) diss. avtoref. – Andijon, 2025. – 52 b.

18. Громова Е. Б., Ершов Ю. М. Смысловые структуры телевизионных новостей // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 68. – С. 280–297