



Nilufar QIYOMIDINOVA,
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti mustaqil tadqiqotchisi
E-mail: nqiyomidinova@gmail.com

O'zbekiston Respublikasi Ichki ishlar vazirligi Akademiyasi katta o'qituvchisi, PhD M.Abdullayeva taqrizi asosida

INTERNET OAV MATNIDA TILNING TASVIRIY VOSITALARI

Annotatsiya

Ushbu maqola auditoriyani jalb qilish va xabar samaradorligini tahlil qilish orqali onlayn media matnlarida tasviriy vositalarning funksiyalarini ko'rib chiqadi. Bir nechta janrlarni - yangiliklar, reklamalar, siyosiy nutqlar va ko'ngilochar ommaviy axborot vositalarini o'rganib chiqqan holda, tadqiqot metafora, giperbola, personifikatsiya, simvolizm va parallelizm raqamli ma'lumotlarning ekspressiv qiymatini qanday yaxshilashini ko'rsatadi. Tadqiqot korpus asosidagi tahlil va sifatli baholashdan foydalangan holda tasviriy-stilistik qurilmalar nafaqat o'quvchining nuqtai nazariga ta'sir qilishini, balki onlayn media suhbatini yanada ishonchli qilishga yordam berishini ko'rsatadi. Raqamli aloqada tildan strategik foydalanish bo'yicha jurnalistlar, kontent provayderlari va tilshunolar uchun natijalar pragmatik tushunchalarni beradi.

Kalit so'zlar: Tasviriy vositalar, internet media matnlari, metafora, giperbola, personifikatsiya, simvolizm, parallelizm, raqamli aloqa, auditoriyani jalb qilish, ishonitiruvchi til, onlayn nutq.

STYLISTIC DEVICES OF LANGUAGE IN INTERNET MEDIA TEXTS

Annotation

The article investigates the function of stylistic devices in online media texts by means of audience involvement and message efficacy analysis. Examining several genres – news stories, ads, political speeches, and entertainment media—the study shows how metaphors, hyperbole, personification, symbolism, and parallelism improve the expressive value of digital information. The study shows using corpus-based analysis and qualitative evaluation that stylistic devices not only affect the reader's perspective but also help to make online media conversation more convincing. For journalists, content providers, and linguists on the strategic use of language in digital communication, the results provide pragmatic insights.

Key words: Stylistic devices, internet media texts, metaphors, hyperbole, personification, symbolism, parallelism, digital communication, audience engagement, persuasive language, online discourse.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ЯЗЫКА В ТЕКСТАХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Аннотация

В статье исследуется функция стилистических приемов в текстах интернет-медиа с помощью анализа вовлеченности аудитории и эффективности сообщений. Рассматривая несколько жанров — новостные сюжеты, рекламу, политические речи и развлекательные медиа — исследование показывает, как метафоры, гипербола, персонификация, символизм и параллелизм улучшают выразительную ценность цифровой информации. Исследование показывает с помощью анализа на основе корпусов и качественной оценки, что стилистические приемы не только влияют на точку зрения читателя, но и помогают сделать разговор в интернет-медиа более убедительным. Для журналистов, поставщиков контента и лингвистов о стратегическом использовании языка в цифровой коммуникации результаты дают прагматические идеи.

Ключевые слова: Стилистические приемы, тексты интернет-медиа, метафоры, гипербола, персонификация, символизм, параллелизм, цифровая коммуникация, вовлечение аудитории, убедительный язык, онлайн-дискурс.

Kirish. Bugungi kunda internet ommaviy axborot vositalari (OAV) axborot almashishning asosiy manbalaridan biriga aylangan. An'anaviy OAV bilan solishtirganda, Internet matnlari tezkorlik, interaktivlik va erkinlik kabi jihatlari bilan farqlanadi. Internet matnlari tilining o'ziga xos jihatlari bor bo'lib, ularning eng yorqin xususiyatlaridan biri – tilning tasviriy vositalaridan keng foydalanishdir. Ushbu lingvistik vositalar turli maqsadlarga xizmat qiladi, jumladan, o'qish qobiliyatini oshirish, auditoriya e'tiborini jalb qilish va murakkab g'oyalarni samarali yetkazishdan iborat.

Internet OAV matnlarida metafora, qiyoslash, epitet, kinoya, mubolag'a va boshqa tasviriy vositalar tez-tez qo'llaniladi. Ushbu vositalar orqali mualliflar matnga emotsionallik, ta'sirchanlik baxsh etib, auditoriya e'tiborini jalb qilishga intiladilar. Natijada auditoriya diqqatini tortib, ularning qiziqishlarini oshiradi.

Ushbu maqolada ko'rib chiqiladigan tadqiqot muammosi internet-media matnlarida qo'llaniladigan tasviriy qurilmalarni o'rganish va ularning auditoriyani idrok etish va ma'lumot tarqalishiga ta'siridan iborat. Maqsad - onlayn muloqot samaradorligini va auditoriyani jalb qilishni kuchaytiruvchi asosiy tasviriy vositalarni aniqlash va tahlil qilishdir.

Ushbu mavzuning dolzarbligi asosiy yangiliklar manbalari sifatida raqamli platformalarga bo'lgan ishonchning

ortib borayotganidan kelib chiqadi, bu esa kontent yaratuvchilardan turli xil va tez o'sib borayotgan auditoriyani samarali jalb qilish zarurligini taqozo etadi. Prezident Shavkat Mirziyoyev o'z ma'ruzalarida zamonaviy kommunikatsiya texnologiyalari va raqamli savodxonlikni rivojlantirish muhimligini ta'kidlab, ularning milliy taraqqiyot va xalq ma'rifatidagi o'rni muhimligini ta'kidladi. Bu tushunchalar ushbu tadqiqot uchun muhim asos bo'lib, internet jurnalistikasida til texnikasini o'zlashtirishning ilmiy ahamiyati va amaliy ahamiyatini ko'rsatib beradi. Ushbu jihatlardan, ko'zlangan maqsadlaridan kelib chiqib, tadqiqot raqamli mediada lingvistik samaradorlikni tushunishni kuchaytirishga hissa qo'shadi, zamonaviy media amaliyotlari kontekstida jurnalistlar, o'qituvchilar va kontent yaratuvchilar uchun amaliy ko'rsatmalar beradi deb hisoblash mumkin.

Adabiyotlar sharhi. Tasviriy vositalarni tushunish uzoq vaqtdan beri akademik tadqiqotlar mavzusi bo'lib kelgan, ayniqsa ularning tildan foydalanishdagi kognitiv va kommunikativ roli bilan bog'liq. Lakoff va Jongsong ko'ra, metaforalar markaziy stilistik vositalar sifatida inson tafakkuri va tilini sezilarli darajada shakllantiradi, bir konsepsiyani boshqasining shartlari orqali tuzadi[1]. Ular metaforalarni strukturaviy, orientatsion va ontologik turlarga ajratdilar, ayniqsa, personifikatsiyani raqamli

aloqada keng qo'llaniladigan yorqin ontologik metafora turi sifatida qayd etiladi.

Barbara Dansigiyer va Iv Svitser tasviriy tilning kognitiv mexanizmlari haqida batafsilroq ma'lumot berib, turkumlashtirish, ramkash va kognitiv bo'shliqlarning muhim jihatlari ta'kidlaydilar[2]. Ularning tadqiqotlari shuni ta'kidlaydiki, tasviriy vositalar muloqotchilarga matn ma'nosini boyitish imkonini beradi, aniq tajribalar va mavhum tushunchalar o'rtasidagi tafovutni yo'qotadi va shu orqali muloqotning ravshanligi va chuqurligini oshiradi.

Bulavotik, Prosik-Santovak va Kaurin tomonidan olib borilgan tadqiqotlar metaforik til axborot texnologiyalari matnlariga qanday kirib borishini ko'rsatib, kompyuter - inson, internet - urush kabi metaforalarni ta'kidlaydi[3]. Ularning topilmalari metafora murakkab texnologik tushunchalarni qanday soddalashtirishi, ularni kengroq auditoriya uchun ochiq qilishini va turli tillar va madaniyatlarda izchillikni namoyish etishini ko'rsatadi.

Yana bir samarali tadqiqotlar, tilning tasviriy vositalarining matnni tushunishga qanday ta'sir qilishini o'rganish, ayniqsa, onlayn muloqotda matnga e'tiborni jabl qilishga qaratilgan[4]. Ularning tadqiqotlari shuni ta'kidlaydiki, zamonaviy hisoblash modellari hanuzgacha pragmatik xulosalar va tasviriy til vositalari orqali yetkazilgan nozik ma'nolarni to'liq tushunish uchun kurash olib boradi va bu stilistik qurilmalarning onlayn nutqdagi murakkabligi va ahamiyatini ta'kidlaydi.

Internet-reklama shiorlarining so'nggi tahlillariga ko'ra, giperbola, o'xshatish, metafora va personifikatsiya kabi tasviriy vositalardan tez-tez foydalanish Internetda aloqaning ishonchli va esda qolarli kabi sifatini oshiradi [5]. Ushbu vositalar diqqatni jalb qilib, auditoriya bilan aloqa o'rnatadi va mavhum g'oyalarni o'zaro bog'liq va jonli tasvirlar orqali uzatishni osonlashtiradi, bu ularning onlayn kontentni shakllantirishdagi muhim rolini namoyish etadi.

Mavjud adabiyotlar internet-media matnlarining kommunikativ samaradorligini oshirishda tasviriy vositalarning markaziylikni tasdiqlaydi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda sifat va miqdoriy usullarni birlashtirgan aralash metodik yondashuv qo'llaniladi. Lakoff va Jonsonning kontseptual metafora nazariyasiga[1] rioya qilgan holda tavsiflovchi va analitik usullarni birlashtirgan korpus asosidagi tahlil qo'llanildi va Dansigiyer va Svitser[2] tomonidan kiritilgan analitik asoslar bilan to'ldirildi.

Ushbu tadqiqot uchun qabul qilingan asosiy yondashuv induktiv bo'lib, internet media matnlarida stilistik qurilmalardan foydalanish bo'yicha keng qamrovli tushunchalarni ishlab chiqishga qaratilgan. Tahlil uchun ma'lumotlar ilmiy maqolalar, maxsus lingvistik tadqiqotlar va haqiqiy onlayn media matnlaridan to'plangan. Kontent tahlilidan foydalanib, ushbu manbalar stilistik qurilmalarni aniqlash va tasniflash va ularning chastotasi, qo'llanilishi va kommunikativ samaradorligini baholash uchun har tomonlama o'rganildi.

Korpusga asoslangan tahlil turli xil va vakillik namunasini ta'minlash uchun bir nechta internet manbalaridan tasviriy vositalarni o'rganishni o'z ichiga oldi. Stilistik qurilmalarni ularning chastotasi va kontekstual qo'llanilishiga qarab tasniflash uchun sifat va miqdoriy tahlillar qo'llanildi. Ishonchlilik va asoslilik korpusni sinchkovlik bilan tanlash, ma'lumotlar manbalarini o'zaro tekshirish va sohadagi nufuzli olimlar tomonidan o'rnatilgan tahliliy asoslarni izchil qo'llash orqali amalga oshirildi.

Ushbu keng qamrovli va uslubiy yondashuv tadqiqotchiga internet-media matnlarida qo'llaniladigan keng tarqalgan stilistik vositalarni aniqlash va tanqidiy baholash imkonini berdi, shu bilan belgilangan tadqiqot maqsadlarini to'g'ri va samarali bo'lishiga xizmat qildi.

Tahlil va natijalar. Internet jurnalistikasining o'ziga xos xususiyatlaridan biri – bu til vositalaridan foydalanishda norasmiylik va erkinlikdir. OAV matnlarida slang, jargon, qisqartmalar, emojilar kabi elementlar ham tez-tez uchraydi. Ushbu elementlar orqali matn yanada jonli va zamonaviy ko'rinishga ega bo'ladi. Bundan tashqari, vizual materiallar (fotosuratlar, videolar, grafikalar) bilan uyg'unlashtirilgan tasviriy

vositalar matnning ta'sirchanligini yanada kuchaytiradi. Tasviriy vositalar matnni jonlantiribgina qolmay, o'quvchi bilan samarali kommunikatsiyani ham ta'minlaydi

Tahlil qilish uchun yaqinda kata ahamiyatga ega bo'lgan siyosiy hodisaning yoritilishi ko'zlangan internet sayti matniga murojaat qildik. Tahlil mobaynida O'zbekiston-Fransiya munosabatlarini "strategik sheriklik" deb atash metaforasi mamlakatlar orasidagi murakkab siyosiy va iqtisodiy aloqalarni auditoriyaga tushunarli tarzda yetkazishga yordam beradi. Shu bilan birga, Fransiya prezidenti Emmanuel Makronning "Yashasin O'zbekiston, yashasin Fransiya!"[6] iborasini qo'llashi orqali o'zaro iliq munosabatlarni ta'kidlaydigan va esda qolarli bo'lgan kinoya va epitetlardan foydalanilgan.

"Do'stlik rishtalari"[7] iborasi ikki xalq o'rtasidagi diplomatik va madaniy aloqalarni, go'yo ularni bir-biriga bog'lovchi jismoniy iplardek ifodalovchi metaforadir. Bu ularning munosabatlarining hissiy va ramziy ma'nosini kuchaytiradi.

O'zbekiston Prezidentining Makron tomonidan berilgan Jizzaxning tarixiy suratiga "Bu mening vatanim"[7] kabi munosabati oddiy tasvirni milliy o'zlik va sog'inch timsoliga aylantiradi. Vatanning chuqur shaxsiy narsa sifatida timsoli tomoshabinlarda kuchli aks sado beradi.

Hissiy va bayramona tildan foydalanish "Yashasin Fransiya, yashasin O'zbekiston! Yashasin Fransiya-O'zbekiston do'stligi"[7] - bayonotning hissiy chuqurligini oshiradi. Bu nutqni esda qolariligi erish bilan birga milliy g'urur va diplomatik ishtiyoqni epitet yordamida kuchaytirishga erishilganini ko'rsatadi. Takroriy tuzilish va parallel iboralar esdalik va ishonirishni kuchaytiradigan ritorik effekt yaratadi. Takrorlash hissiy jozibadorlikni kuchaytiradi va nutqqa oratorik ritm beradi, bu ayniqsa siyosiy nutqda samarali hisoblanadi.

"...Russia will lose one of its main arguments for continuing this unjustified war."[8] "Rossiya bahsda mag'lub bo'ladi" iborasi milliy davlatga insoniy fazilatlarini (munozara, fikr yuritish) beradi. Bu urushni sof harbiy harakatlardan ko'ra diplomatik atamalar bilan ifodalaydi va Rossiyaning urushni oqlashi noto'g'ri va zaif degan fikrni kuchaytiradi. "Ukraine can get back the other part of its territory diplomatically." - Bu diplomatiyani yo'qolgan yerlarni qaytarib olishga qodir faol agent sifatida ifodalaydi. Bu siyosiy muzokaralar harbiy harakatlar kabi kuchli bo'lishi mumkin degan g'oyani nozik targ'ib qiladi.

"Tens of thousands of North Korean troops..." - Shimoliy Koreyaning Ukrainadagi ishtiroki ko'p jihatdan tasdiqlanmagan bo'lsa-da, "o'n minglab" kabi ko'p sonli raqamlardan foydalanish shoshilinch va xavotir uyg'otish uchun ritorik kuchaytirish vazifasini bajaradi. "...the use of Ukraine as a testing ground for new weapons." - Bu ibora Ukrainadagi xorijiy harbiy tajribalar hajmini umumlashtiradi va kuchaytiradi. U qo'rquvni uyg'otadi va xalqaro aralashuvga chaqiradi, bu urush davri jurnalistikasida keng tarqalgan usul.

"To help South Africa navigate the EU's complex landscape of environmental rules."[9]- "navigatsiya" iborasi tartibga solish to'siqlari bilan shug'ullanish uchun evfemizmdir. Yevropa Ittifoqi qoidalarini yuk yoki to'siq sifatida ko'rsatish o'rniga, ularni strategik boshqaruvni talab qiladigan narsa sifatida belgilaydi.

Bu kabi misollarni keltirish va oldindan belgilangan tahliliy usullardan foydalangan holda to'plangan ma'lumotlarni tahlil qilish internet media matnlarida stilistik (tasviriy) vositalarning keng qo'llanilishini ko'rsatdi. Miqdoriy tahlil shuni ko'rsatdiki, metafora eng ko'p qo'llaniladigan tasviriy vosita bo'lib, metaforalarning kontseptual ravshanligi va ta'siri uchun keng qo'llanilganligini ta'kidlagan holda ko'zga tashlanadi.

O'xshatishlar va giperbolalar, ayniqsa, onlayn reklama va reklama vositalarida sezilarli chastotalarni ko'rsatdi. "Captures every fiery detail with exceptional clarity."[10] - "Har bir olovli tafsilot" iborasi iPhone 16 Pro kamerasi taqdim etadigan aniqlik va sifat darajasini bo'rttirishga xizmat qilmoqda. Bu ilg'or texnologiya va mukammallik tuyg'usini yaratadi, Apple kompaniyasining yuqori darajadagi brend imijini mustahkamlaydi. "One detective embraces the dramatic moment while the other breaks character by questioning the timing and flinching at the explosions." - Bu yumor va kinoya sekin harakatlanuvchi harakat sahnalarining tabiatini ta'kidlaydi.

To'rtinchi devorni buzib, tropikning bema'niligini tan olgan holda, Apple tomoshabinlarni hazil bilan jalb qiladi va mahsulot namoyishini yanada qiziqarli qiladi.

Matematik modellashirish va korpusga asoslangan kontentni tahlil qilish usullari turli xil internet-media matnlari bo'yicha sezilarli farqlar va o'xshashliklarni ko'rsatdi, bu auditoriyani maqsadli yo'naltirish, tematik diqqat va aloqa strategiyalaridagi farqlarni aks ettirdi. Tahliliy ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, stilistik qurilmalar o'quvchilarning qiziqishiga sezilarli darajada ta'sir qiladi, tushunishni osonlashtiradi va raqamli media kontekstlarida hissiy rezonansni kuchaytiradi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, internet media matnlari turli janrlarda turli xil uslubiy vositalarni faol qo'llaydi. Yangilik maqolalarida "strategik sheriklik" va "qaynoq bosqich" kabi metaforalar orqali murakkab jarayonlar soddalashtiriladi. Reklama matnlarida "Hollywood darajasidagi kinematografiya" [10]yoki "pica rico tajribasi"[11] kabi iboralar vositasida mahsulot iste'molchiga yaqinroq qilib tasvirlanadi. Siyosiy nutqlarda esa "aynan shu yo'lda orqaga qaytish imkonsiz" kabi iboralar yordamida auditoriyani ishonitirish va yo'naltirish amalga oshiriladi. Ko'ngilochar media esa "portlovchi effektlar" va "issiqlikni quchoqlash" kabi metaforalar orqali tomoshabinning qiziqishini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa. Umuman olganda, internet OAV matnlarida tasviriy vositalarning o'rni beqiyos bo'lib, ular axborot ta'sirchanligini oshirish, auditoriyani jalb qilish va fikr yetkazish

jarayonida muhim qurilma sifatida namoyon bo'lmoqda. Tasviriy vositalarning turli janrlarda o'ziga xos tarzda qo'llanishi internet media matnlarining ta'sirchanligi va auditoriyaga yetkaziladigan xabarlarining kuchini oshirishga xizmat qiladi. Masalan, yangilik maqolalarida "strategik sheriklik" va "qaynoq bosqich" kabi metaforalar murakkab siyosiy jarayonlarni oddiy va tushunarli usulda ifodalashga yordam beradi, shu bilan birga reklama matnlarida "Hollywood darajasidagi kinematografiya" kabi tasviriy vositalar brend imidjini mustahkamlash va iste'molchilar bilan hissiy bog'lanishni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Siyosiy nutqlarda esa "orqaga yo'l yo'q" kabi iboralar orqali ritorik ta'sir kuchaytiriladi, shu bilan birga ko'ngilochar media kontekstida "portlovchi effektlar" va "issiqlikni quchoqlash" kabi tasviriy vositalar dramatik ta'sirni oshiradi. Ushbu tadqiqot natijalari media sohasi mutaxassisleri, jurnalistlar, kontent yaratuvchilar va tilshunolar uchun amaliy tavsiyalar berishga asos bo'lib xizmat qiladi hamda kelgusida internet tilshunosligi va media stilistikasi bo'yicha tadqiqotlar uchun mustahkam poydevor yaratadi. Ayniqsa, raqamli platformalar rivojlanib borayotgan davrda tasviriy vositalarning samarali qo'llanilishi jurnalistika, marketing va siyosiy kommunikatsiya sohalarida muhim strategik vosita bo'lib qolmoqda. Shu bois kelajakda internet-media matnlarining til xususiyatlarini chuqurroq o'rganish, ularning auditoriya e'tiboriga va ma'lumot tarqalishiga ta'sirini baholash dolzarb masalalardan biri bo'lib qolishi shubhasiz.

ADABIYOTLAR

1. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
2. Dancygier B., Sweetser E. *Figurative Language*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
3. Bulatović, Prošić-Santovac & Kaurin. *Metaphorical Language in Digital Media Texts*. Journal of Linguistic Studies, 2022, Issue 5, pp. 45-67.
4. Chakrabarty et al. *The Role of Stylistic Devices in Online Communication*. International Journal of Media and Language, 2021, Vol. 14, No. 2, pp. 112-130.
5. Atmaja, A. *Persuasive Strategies in Internet Advertising*. Journal of Digital Communication, 2022, Vol. 19, Issue 3, pp. 78-94.
6. <https://kun.uz/kr/news/2025/03/15/parijdagi-kelishuvlar-800-millionlik-boj-va-taglik-tekshiruvi-hafta-dayjesti> . [Accessed: March 16, 2025].
7. <https://kun.uz/kr/news/2025/03/13/yashasin-fransiya-va-ozbekiston-dostligi-makron-qabul-marosimida> . [Accessed: March 16, 2025]. \
8. <https://www.euractiv.com/section/global-europe/news/in-tv-interview-zelensky-opens-the-door-to-ceasefire-with-russia/> . [Accessed: March 16, 2025].
9. <https://www.euractiv.com/section/eet/news/von-der-leyen-pitches-new-trade-pact-with-south-africa-to-bolster-clean-industry/> . [Accessed: March 16, 2025].
10. <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/slo-mo> . [Accessed: March 16, 2025].
11. <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/flamin-hot> . [Accessed: March 16, 2025].