

БОЛАЛАР НАШРЛАРИДА КОММУНИКАТИВ-ПРАГМАТИК ЁНДАШУВ ВА УНДА АУДИТОРИЯНИНГ ЎРНИ

Наргиза МИРЗАЕВА

доцент в.б.

филология фанлари бўйича (PhD) фалсафа доктори
Ўзбекистон журналистика ва оммавий

коммуникациялар университети

Тошкент, Ўзбекистон

nmirzayeva_78@mail.ru

Аннотация

Мақолада аудиториянинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириш, онги ва дунёқарашини кенгайтиришда ОАВнинг роли, коммуникаторнинг аудиториянинг нафақат рухиятига, балки унинг фикрини шакллантиришга ҳам хизмат қилиши, болалар нашрларида коммуникатив-прагматив ёндашувнинг ўрни каби масалалар атрофлича таҳлил қилинган.

Таянч сўзлар: болалар нашрлари, коммуникатив-прагматик ёндашув, нутқ фаолияти, аудитория, медиамаҳсулот, болалар психологияси.

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД И РОЛЬ АУДИТОРИИ В ДЕТСКИХ ПУБЛИКАЦИЯХ

Наргиза МИРЗАЕВА

И.о. доцента

доктор философии (PhD) по филологическим наукам
Университет журналистики и массовых

коммуникаций Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

nmirzayeva_78@mail.ru

Аннотация

В статье анализируются такие вопросы, как удовлетворение потребностей аудитории в информации, роль СМИ в расширении ее сознания и мировоззрения, а также влияние коммуникатора не только на ее психику аудитории, но и на формирование ее мнения, роль коммуникативно-прагматического подхода в детских публикациях.

Ключевые слова: детские публикации, коммуникативно-прагматический подход, речевая деятельность, аудитория, медиапродукт, детская психология.

Замонавий тилшуносликда коммуникатив-прагматик тадқиқотларга кизиқиш, энг аввало, тилга интегратив коммуникатив-фаол ёндашувни тушуниш билан боғлиқ ҳолда пайдо бўлди. Олимларнинг эътибори, айниқса, сўнгги ўн йилликларда нутқ фаолиятининг нафақат барча жиҳатларини ўрганишга, балки турли хил коммуникация бирликларини, хусусан,

прагматик омиллар билан биргаликда ўрганилаётган матн ва дискурс каби кўп ўлчовли объектларни кўриб чиқишга қаратилмоқда.

“Матнда воқеланадиган ҳар қандай мулоқот лисоний бирликларнинг шахсга, маконга ва замонга, эмоционал ҳолатга, суҳбатдошларнинг ижтимоий мавқеига доир прагматик ахборотни ҳам ўз ичига олади. Чунки ҳар қандай мулоқат маълум маконда (вазиятда) ва замонда, муайян коммуникатив мақсадни амалга ошириш учун амалга оширилади. Бу ҳақдаги ахборотни қабул қилаётган суҳбатдош унинг қачон, қаерда, қандай мақсадда айтилаётганлигини тушунишга уринади” [1;94]. Демак, тил бирликларининг маъно хусусиятлари нутқда воқеланади, аниқ тус олади, ҳар бир нутқ иштирокчиси воқеликда кечаётган ҳодисани ўзича идрок қилади, уни маълум макон, замон, вазият ичида тасаввур қилиб, ҳосил бўлган мантикий тасаввурга лисоний либос беради. Шу ўринда аудитория омилини ҳисобга олиш ҳар қандай ОАВ фаолиятининг самарасини таъминловчи омиллардан бири эканлигини таъкидлаб ўтиш жоиз.

Аудиториянинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириш, онги, дунёқарашини кенгайтириш, билимини бойитишда ОАВ муҳим роль ўйнайди. Айни пайтда бу аудиторияга етказиб берилаётган ҳар бир медиамаҳсулот маданий-маърифий, ижтимоий-педагогик таъсир кўрсатиш, жамиятни жипслаштириш, муайян ғояларни ҳаётга татбиқ этиш ва маданий ҳордиқ олиш имконини беради. Бир сўз билан айтганда, ҳаётимизни матбуот, радио ва телевидение, Интернет ва ижтимоий тармоқларсиз тасаввур этиб бўлмайди.

Маълумки, болалар нашрларида реципиент – болалар. Лекин болаларнинг ўсиши даврида уларда катта ўзгаришлар содир бўлади. Шунинг учун нашр ишларида болалар ривожланишининг ҳар бир даврига тааллуқли ўзига хос хусусиятларни ўрганиш муҳим ҳисобланади.

“Аудиториянинг аҳамияти – журналистлик касбининг ўзак масалаларидан ҳисобланади, – деб ёзади мутахассис И.Тхагушев, – профессионал журналист “аудитория туйғуси”ни ҳис этмоғи керак” [2;121].

Ҳар бир журналист медиамаҳсулот яратар экан, албатта, аудиториянинг ёши, касби ва қизиқишларини ҳисобга олиши зарур.

“ОАВ ижодий ходимлари учун истеъмолчисига айланиши мумкин бўлган аудиторияни яхши билиши, унинг қизиқишлари ҳақида маълумотларга эга бўлиш жуда муҳимдир” [3;146].

Ўзбек олимларидан профессор Ф.А.Мўминов ўзининг “Журналистика ижтимоий институт сифатида” китобида ёзишича, “Аудитория. Оммавий ахборотга муҳтож ижтимоий гуруҳлар, қатламлар ва алоҳида шахслар онгли инсон пайдо бўлиши билан вужудга келган” [4;48]. Дарҳақиқат, аудитория ахборотга эҳтиёжманд омманинг пайдо бўлиши билан боғлиқ.

Мақсадли аудитория вакили сифатида болалар матбуоти болага жамият ва унда қабул қилинган аксиологик база ҳақида ахборот беради. Нафақат ахборот билан таъминлайди, балки боланинг руҳияти, табиатига ўз таъсирини ўтказади.

“Албатта, болалар аудиторияси – бу ўзгача аудитория. Унинг ўзига хос хусусияти тез психофизик ўзгаришлари, турфа йўналишли қизиқишлари, табиатининг кўп қирралилиги, шунингдек, доимий равишда ўзгариб турадиган белгилари билан аниқланади” [5;6].

Оммавий ахборот воситаларида олиб борилган айрим тадқиқотлар тўғридан-тўғри болалар аудиториясига, уларнинг турли хил ролларига қаратилди. Россия жамияти тарихининг даврлари В.В.Грудинская [6;8], И.А.Руденко [7;65], М.И.Холмов каби рус олимлари томонидан ўрганилган. Бироқ олимларнинг ишларида уларда кўтарилган муаммо ҳақида яхлит фикрга келинмаган. Айни пайтда, болаларнинг онги шаклланишида оммавий ахборот воситаларининг таъсири муаммоси ўрганилмоқда.

Ҳозирги кунда журналистлар учун аудиториянинг қизиқишларини ўрганиш давр талабига айланмоқда. Аудиторияни ўрганишда социология, психология соҳаларининг тамойиллари, усулларини билиш ва уларни амалиётда татбиқ эта олиш журналистдан етарлича билим ва маҳорат талаб қилади. Бугунги кунда таҳририятга келадиган хатларни, билдирилган фикр-

мулоҳазаларни ва телефон кўнғироқларини эътиборга олган ҳолда, уларни таҳлил қилиш, чуқур ўрганиш болалар нашрлари ходимлари томонидан яхши йўлга қўйилган. Шу ўринда болалар нашрларидан “Ғунча”, “Гулхан” журналлари, “Тонг юлдузи” газеталаридаги мактублар ва телефон кўнғироқларини, бевосита таҳририятга мурожаатларни таҳлил қиладиган, аудитория билан ҳамкорликда тайёрланадиган рукнлар мавжудлигини айтиб ўтиш керак. “Бизга мактуб йўллабсиз”, “Устоз мактуби”, “G'unchaoyga” каби саҳифа ва рукнларни алоҳида таъкидлаш мумкин. Бу каби рукнлардаги материаллар болалар нашрларида интерактив усуллар кенг қўлланилишига мисол бўла олади. Бу усуллар аудиторияни ўрганиш, у билан қайта алоқага киришиш имкониятини беради.

“Ота-оналар кўпинча боласи қандай мультфильмларни кўриши ва қайси дастурларни танлаши, қандай ўйинларни афзал билишига унчалик аҳамият бермайди. Болалар телевизор, Интернет, радио ва бошқалар орқали чексиз “филтрланмаган” маълумотлар оқимида дуч келишади. Улар орқали болаларга тобора кўпроқ “билим” узатилади, сингдирилади, бироқ ҳар доим ҳам болалар уларнинг маъносини тушунмайдилар. Шунинг учун боланинг ҳали шаклланмаган онгига бундай таъсир қандай оқибатларга олиб келишини олдиндан айтиш қийин. Олимлар оммавий ахборот воситаларининг боланинг руҳияти ва онгига таъсири ҳақида тобора кўпроқ гапиришмоқда” [8;201]. Албатта, боланинг психологик ривожланишига ижтимоий омиллардан ташқари, биологик омиллар ҳам таъсир кўрсатади. Инсон психикасининг шаклланиши она қорнида содир бўлади. Ҳар бир бола танасининг тузилиши ва фаолиятининг индивидуал хусусиятлари билан туғилади. Руҳиятнинг тўла ривожланиши мия ярим шарининг тўғри ишлашига, шунингдек, марказий нерв фаолиятига боғлиқ. Миянинг ривожланмагани ёки шикастланиши оқибатида ақлий ривожланиш бузилиши мумкин.

Биологик омиллар бола психикаси ва унинг индивидуал хусусиятлари ривожланишида муҳим роль ўйнайди, лекин таъкидлаш керакки, булар фақат соғлом бола психикаси шаклланишининг зарур шартларидир. Боланинг

руҳиятини соғлом шакллантиришда ривожланиш жараёнида ўзлаштирилган ижтимоий тажриба етакчи роль ўйнайди. Ижтимоий муҳитга киришиб кетган бола маълум бир қонуният бўйича шаклланади, бу эса жамиятнинг ривожланиш даражаси ва ушбу тарихий босқичдаги етакчи фаолият билан белгиланади. Шунинг учун ҳам турли тарихий даврларда болалар турлича ривожланади. Демак, ижтимоий муҳит кўпроқ ақлий ривожланиш манбаи ҳисобланади, чунки унда бола ўзлаштириши лозим бўлган барча нарса мавжуд. Ижтимоий муҳит хулқ-атвор нормаларини, яхшилик ва ёмонлик тушунчаларини, ижтимоий муносабатлар моделларини, анъана ва урф-одатларни, диний қадриятларни, ижтимоий-сиёсий вазият ва бошқаларни ўз ичига олади.

Болалик каби ижтимоий-маданий ва психофизиологик ҳодиса билан боғлиқ муаммолар жуда муҳим саналади ва ҳеч қачон илмий долзарблигини йўқотмайди. Чунки болалик даврида нафақат индивидуал ақлий жараёнлар (сезги, идрок, хотира, тафаккур) ривожланиб боради, балки бу даврда бола шахс сифатида шаклланади, қобилият ва қизиқишлари ортиб, асосий характер-хусусиятлари ривожланади. Индивидуал ақлий жараёнлар ривожда оммавий ахборот воситалари, шу жумладан, болалар журналистикаси боланинг дунё, жамият, маданият ва ўзи ҳақидаги тушунчасини ўзгартира бошлайди.

Швед болалар адибаси Астрид Линдгренининг таъкидлашича, болалар китоб ўқиётганда мўъжиза содир бўлади. Китобдаги сирли мўъжизаларнинг барчасини яратиш ёлғиз ёзувчининг қўлидан келмайди. Бу жараёнда ёзувчига китобсевар болалар олами кўмакка келади. Болалар учун ёзилган китоблар улар дунёқарашининг, инсоний фазилатларининг шаклланишига ва феъл-атвориغا таъсир кўрсатади. Шунингдек, болаларнинг олам ва одам ҳақидаги билимларини бойитиб, луғат бойлиги ошишига хизмат қилади.

Е.Пронинанинг фикрича, аудитория алоҳида шахс ёки бутун жамиятдан иборат бўлса, журналист ёзган матни ва саъй-ҳаракатлари билан аудиториянинг руҳиятига таъсир этувчи коммуникатор вазифасини

базаради. Коммуникатор аудиториянинг нафақат руҳиятига таъсир қилади, балки унинг фикрини шакллантиришга ҳам хизмат қилади. Журналистикада фикрни шакллантириш ОАВнинг асосий вазифаси – жамоатчилик онгига таъсир этиш ва уни шакллантиришдан кейин иккинчи ўринда туради. Шундай қилиб, замонавий журналистиканинг бош вазифаси одамларда фуқаролик жамияти талабларига жавоб берадиган, жамиятни демократлаштириш ва бозор иқтисодиёти талабларидан келиб чиқадиган ижтимоий-психологик сифатлар, қарашлар ва ишончни шакллантиришдан иборатдир. В.В.Ворошиловнинг бу фикри айнан болалар аудиториясига ҳам тааллуқлидир. Айнан, болалар ОАВ ўз аудиторияси вакилининг онги ва фикрини шакллантиришда, уларнинг руҳиятига таъсир қилишда етакчи ўринни эгаллайди.

Оммавий ахборот воситаларининг ёш авлодга таъсирини ўрганиш жараёнида кузатиш, таққослаш, индукция ва дедукция каби умумий илмий усуллардан фойдаланилди. Муаммонинг ўрганилган томонларини таҳлил қилиш шуни кўрсатдики, болалар журналистикасини ижтимоий онгни шакллантиришнинг муҳим омили сифатида психология, социология, сиёсатшунослик каби бир неча илмий фанларнинг ўзаро уйғунлигида тадқиқ этиш мумкин. Айнан болалар ОАВ мисолида уларни бир-бирига таққослаш ва таҳлил қилиш орқали назарий фикрлар асосланди.

“Болалар психологияси ўзига хос хусусиятлари, қоидалари билан ажралиб туради. Рус олими, психолог Елена Смирнованинг фикрича: “Болалар психологияси – бу боланинг ақлий ҳаётига хос хусусиятларни ва болаликдаги ақлий ривожланиш қонуниятларини ўрганадиган фан”дир [9;19]. Айни пайтда, ёш ўқувчиларни болалар матбуотининг бир қисмига “киритиш”да ёрдам беради, маълум бир ижтимоий муассасанинг яна бир гуруҳига (мактаб, дўстлар, оила) кўрсатма беради, у ёки бу ерда маълум бир хатти-ҳаракат, вазиятларни (ҳикоядаги мисоллардан фойдаланиш, ўқувчиларнинг хатларига жавоблар ва бошқалар) шакллантиради. Бола ҳақида фикр юритар эканмиз, уни биз ўз муҳитимизга, замон ва маконимизга

олиб кириб эмас, аксинча, биз унинг мухитига кириб боришимиз, унинг замон ва маконида туриб мулоқот ўрнатишимиз лозим. “Замонавий компьютер технологиялари, “оммавий маданият” ёшларни реал ҳаётдан чалғитиб, беҳабар қолдириб, лоқайд қилувчи кўплаб омилларни пайдо қилди. Булар: компьютер ўйинлари, Интернет, виртуал воқелик, кино, телевидение. Айниқса, педагог, психолог ва социологлар онлайн ролли ўйинлари феноменидан, лудоманларнинг соатлаб, кунлаб виртуал дунёларида қолиб кетишларидан ташвишга тушмоқдалар” [10;56]. Мактабгача ёшдаги болалар аллақачон телеканалларни мустақил равишда алмаштира олади. Ота-оналар болани мультфильмлар томоша қилиши учун ёлғиз қолдириб, унинг кейинги ҳаракатларини назорат қилмайди ва оқибатда бола канални ўзгартириб зўравонлик, қотилликлар, ўз жонига қасд қилиш, одобсиз саҳналар ва ҳоказоларни кўрсатадиган дастурларга дуч келиши мумкин. Америкалик психологлар томонидан олиб борилган тадқиқот натижаларига кўра, ўн икки ёшга келиб ўсмирлар телевизорда юз минглаб зўравонлик ва қотиллик саҳналарига гувоҳ бўлишади [11].

Вояга етган одам учун бундай маълумотни тушуниш ва танқидий баҳолаш осон. Ҳали воқелик моҳиятини тушунмайдиган бола учун эса ҳамма нарса ҳақиқий ва табиий, деб қабул қилинади. Болалар психологияси катталарникидан фарқ қилади. Болалар, айниқса, мактабгача таълим муассасасидаги тарбияланувчилар дунёнинг дахлсизлиги ва очиклигига, эзгулик ва адолатга ишонадилар. Бу ҳақда болалар ёзувчиси К.И.Чуковский шундай деб ёзган эди: “Икки ёшдан беш ёшгача бўлган барча болалар ҳаётни фақат кувонч, чексиз бахт учун яратилганига ишонишади ва бу эътиқод уларнинг нормал психологик ўсиши учун энг муҳим шартлардан биридир” [12;141]. Бу кузатиш болалар даврий нашрлари предмет соҳасининг муҳим жиҳатини аниқлаш имконини беради. Болалар оптимист бўлиши керак, шунда яхшилик ёмонлик устидан, ҳақиқат эса ёлғон устидан ғалаба қилади.

Оммавий ахборот воситаларининг болага таъсирининг муҳим натижаси – бу ҳис-туйғуларнинг пасайиши. Ҳар куни телевизор, Интернетда очик

намойиш этилаётган зўравонлик саҳналарини томоша қилган болалар ҳеч нарсадан кўркмай ва жирканмай қўядилар. Онг ҳали шаклланмаган, яхшилик ва ёмонлик ўртасидаги фарқни аниқ-тиниқ ажрата олмайдиган бола фильмларда кўрсатилган саҳналарни ўз даражасидан келиб чиқиб идрок қилади, кўришга одатланади ва бу унинг учун табиий ҳолга айланади.

Болаларни оммавий ахборот воситаларининг зарарли таъсиридан қандай ҳимоя қилиш керак?

Биринчидан, болаларнинг оммавий ахборот воситаларидан эркин фойдаланишини чеклаш керак. Телевизор ва компьютердан фойдаланиш ота-оналар томонидан назоратга олиниши лозим. Агар бола телевизор ёнида ёлғиз қоладиган бўлса, сиз унга салбий таъсир қиладиган ёки ёшига мос бўлмаган маълумотларни узатадиган каналларни блоклашингиз мумкин.

Иккинчидан, боланинг компьютер ва телевизор олдида ўтказадиган вақтини қатъий чеклаш керак. Уч ёшгача бўлган болаларга кунига 15 дақиқадан кўпроқ мультфильм кўриш тавсия этилмайди. Катта ёшдаги болаларнинг компьютер ёки телевизор олдида ўтказадиган вақтини ярим соатгача ошириш мумкин. Қолган вақтда боланинг фойдали машғулот билан шуғулланиши, сайр қилиши ёки китоб ўқиши яхшироқдир. Ҳар ҳолда, боланинг ёнида мультфильмларда кўрсатилган нарсаларни шарҳлаб, нима яхшию, нима ёмон эканини тушунтириб бера оладиган, жамиятда ўзини қандай тутиш бўйича ибрат кўрсатадиган катта ёшдагиларнинг бўлиши фойдалидир.

Хулоса қилиб айтганда, ахборот технологияларининг ривожланиши, шубҳасиз, замонавий жамиятнинг ютуғидир. Оммавий ахборот воситалари етказаётган ахборот оқимидан тўғри фойдаланилса, бу тараққиётга фойдали таъсир кўрсатиши табиий. Шунга қарамай, ота-оналар фарзандларининг тўғри тарбияланиши учун телевизор, радио ва Интернетда берилаётган ҳамма нарсани “филтрдан” ўтказишни ўрганиши керак, боланинг соф онгини оммавий ахборот воситаларида тўлиб-тошиб ётган “чиқинди”лардан ҳимоя қилиши керак. Болалар фильмларда, янгиликларда, видеоларда ва ҳатто

зарарсиздек туюладиган мультфильмларда кўрган нарсаларини онгсиз равишда борича қабул қилади. Бола ўзи кўрган ҳолат, вазиятни холис баҳолай олмайди, у фақат тақлид қилиши мумкин. Шунинг учун оммавий ахборот воситаларидан болаларнинг назоратсиз фойдаланиши тузатиб бўлмас оқибатларга олиб келиши мумкин. Фарзандлар билан кўпроқ вақт ўтказиш, сайр қилиш, интеллектуал ўйинлар ўйнаш, китоб ўқиш орқали оммавий ахборот воситаларининг бола руҳиятига салбий таъсирини камайтириш мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Кўчибоев А. Матн прагматикаси. - Самарқанд, 2015.
2. Дўстмуҳаммад Хуршид. Ахборот – мўъжиза, жозоба, фалсафа. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2013.
3. Ирназаров Қ., Маматова Ё. ва б. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. – Тошкент: ЮНЕСКО, 2002.
4. Мўминов Ф. Журналистика ижтимоий институт сифатида. – Тошкент: Университет, 1998.
5. Хилько М. Е., Ткачева М. С. Возрастная психология. Конспект лекций. – Москва, 2012.
6. Грудинская В.В. Современные СМИ для детей и юношества. Тенденции развития и типологические черты // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2010. № 8.
7. Руденко И.А. Детская пресса России в современном этапе. – Москва: МГУ, 1996.
8. Светловская Н.Н. Детская книга и детское чтение / Н.Н.Светловская. – Москва: Академия, 1999.
9. Смирнова Е.О. Детская психология. Учебник. – Владивосток: Владос, 2008.
10. Акрамова Ш. Глобаллашув шароитида ёшларда дахлдорлик туйғусини оширишнинг долзарб масалалари // Янгиланаётган жамиятда ёшларнинг

ижтимойй фаоллиги: муаммо ва ечимлар мавзуидаги республика илмий-амалий конференцияси мақолалар тўплами – Тошкент: Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи, 2020.

11. Труфанова В.П. Влияние средств массовой информации на развитие личности ребенка // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 2(17). URL: [http://sibac.info/archive/guman/2\(17\).pdf](http://sibac.info/archive/guman/2(17).pdf)

12. Романенко А.Р. Мир сказочный и мир реальный / А.Р.Романенко. – М.: Художественная литература, 1987.