

KREOLLASHUV VA POLIKODLIK FENOMENLARINING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI

Nargiza Rahmonbek qizi YUSUPOVA

mustaqil tadqiqotchi

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy axborot kommunikatsiyalari universiteti

Toshkent, O'zbekiston

ORCID: 0009-0009-5220-3911

e-mail:yusupovan2211@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada kreollashuv va polikodlik fenomenlarining nazariy-metodologik asoslari jurnalistika va ommaviy kommunikatsiya nuqtayi nazaridan tadqiq etilgan. Xususan, verbal, vizual, audio va grafik kodlarning integratsiyasi natijasida shakllanadigan media matnlarning kommunikativ samaradorligi, auditoriyaga ta'sir ko'rsatish mexanizmlari hamda axborotni idrok etish jarayoniga ta'siri yoritilgan. Shuningdek, mahalliy va xorijiy olimlarning ilmiy qarashlari qiyosiy tahlil qilinib, kreollashuv va polikodlikni tadqiq etishning zamonaviy metodologik tamoyillari umumlashtirilgan. Tadqiqot natijalari zamonaviy media mahsulotlari, raqamli platformalar va audiovizual kontentni tahlil qilishda nazariy-metodologik asos sifatida xizmat qilishi mumkin.

Tayanch so'zlar: kreollashuv, polikodlik, kreol matn, polikodli media matn, multimodallik, media diskurs, semiotika, vizual kommunikatsiya, audiovizual media, ommaviy kommunikatsiya, media lingvistika, diskurs tahlili, kommunikativ samaradorlik.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФЕНОМЕНОВ КРЕОЛИЗАЦИИ И ПОЛИКОДНОСТИ

Наргиза Рахмонбек кизи ЮСУПОВА

Независимый исследователь

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

ORCID: 0009-0009-5220-3911

e-mail:yusupovan2211@gmail.com

Аннотация

В статье исследуются теоретико-методологические основы феноменов креолизации и поликодности в контексте журналистики и массовой коммуникации. В частности, освещается коммуникативная эффективность медиатекстов, формирующихся в результате интеграции вербальных, визуальных, аудио- и графических кодов, а также механизмы их воздействия на аудиторию и влияние на процесс восприятия информации. Кроме того, проводится сравнительный анализ научных взглядов отечественных и зарубежных учёных и обобщаются современные методологические

принципы исследования креолизации и поликодовости. Результаты исследования могут послужить теоретико-методологической базой для анализа современных медиапродуктов, цифровых платформ и аудиовизуального контента.

Ключевые слова: креолизация, поликодовость, креолизованный текст, поликодовый медиатекст, мультимодальность, медиадискурс, семиотика, визуальная коммуникация, аудиовизуальные медиа, массовая коммуникация, медиалингвистика, дискурс-анализ, коммуникативная эффективность.

Zamonaviy kommunikatsiyaning raqamli bosqichida “matn” tushunchasi faqat yozma til birliklari ketma-ketligini emas, balki tasvir, rang, shrift, maket, ovoz, harakat, giperhavola va interaktiv interfeys kabi turli semiotik resurslar o‘zaro ta’sirida shakllanadigan murakkab kommunikativ butunlikni ham anglatadi. Bu holatni izohlashda postsovet ilmiy maktabida asosan “kreollashgan matn” va “polikodli matn” terminlari, G‘arb ijtimoiy semiotikasi va diskurs tahlilida esa “multimodallik” tushunchasi faol qo‘llaniladi. Ushbu uch atama bir-biriga yaqin bo‘lsa-da, ularning nazariy manbalari, metodologik yo‘nalishi va tahlil obyekti bir xil emas. Shu sababli Z avlod kommunikatsiyasidagi media kontentni tadqiq etishda mazkur tushunchalarni sinonim sifatida emas, balki turli ilmiy an‘analarda shakllangan konseptual vositalar sifatida farqlash zarur.

Masalaning semiotik asosi, avvalo, belgining til va madaniyatdagi o‘rni haqidagi klassik nazariyalarga borib taqaladi. F. De Sossyur tilni belgilar tizimi sifatida tushuntirib, belgi “ifodalovchi” va “ifodalanuvchi” o‘rtasidagi munosabatga asoslanishini ko‘rsatgan; bu yondashuv keyinchalik matnni belgilar tizimi sifatida tahlil qilish uchun muhim nazariy zamin yaratdi.

Ch.S.Pirs semiozisni uchlik munosabat, ya’ni ifodalovchi (representator), obyekt va talqin etuvchi (interpretator) o‘rtasidagi jarayon sifatida talqin qilgani bois, turli kodlar ishtirokidagi media xabarlarini bir vaqtning o‘zida obyekt, belgi va qabul qiluvchi interpretatsiyasi nuqtayi nazaridan o‘rganish imkonini beradi.

Ch. Morris esa belgilar tahlilini sintaktika, semantika va pragmatika yo‘nalishlariga ajratgan; bu uchlik kreollashgan yoki multimodal matnda

komponentlar qanday joylashgani, nima anglatgani va adresatga qanday ta'sir qilganini farqlab tahlil qilishda dolzarbdir.

Klassik semiotikadan kelib chiqadigan muhim xulosa shundaki, har qanday media xabar belgilar yig'indisi sifatida emas, balki belgilanish, interpretatsiya va ijtimoiy kelishuv jarayoni sifatida o'rganilishi kerak. Sossyur an'anasi belgi tizimining ichki munosabatlarini, Pirs an'anasi esa belgining qabul qiluvchi ongida harakatlanishini ko'rsatadi; shu ikki yo'nalish kreollashgan va multimodal matnni bir vaqtning o'zida tuzilmaviy va pragmatik obyekt sifatida tadqiq qilish imkonini beradi. Morrisning sintaktika, semantika va pragmatika uchligi esa Z avlod media kontentini tahlil qilishda amaliy mezon sifatida ishlatiladi: sintaktik darajada elementlar joylashuvi, semantik darajada ularning o'zaro ma'no ishlab chiqarishi, pragmatik darajada esa auditoriyaga ta'siri o'rganiladi. Demak, mazkur faslda kreollashuv, polikodlilik va multimodallik tushunchalari alohida-alohida ta'riflansa-da, ularning barchasi semiozis jarayoniga, ya'ni ma'noning belgilar orqali hosil bo'lishi va qayta talqin qilinishiga tayanadi.

Kreollashuv tushunchasining matn nazariyasiga kirib kelishi postsovet psixolingvistik va lingvosemiotik an'anasi bilan bog'liq. Yu. A. Sorokin va Ye. F. Tarasov "kreollashgan matn"ni fakturasi ikki gomogen (ayni, bir xil) bo'lmagan qismdan, ya'ni verbal va noverbal belgilar tizimidan tashkil topgan matn sifatida ta'riflagan; mazkur ta'rif kreollashuvni, eng avvalo, matnning moddiy-fakturaviy tuzilishi bilan bog'laydi. Bu yerda "kreollashuv" atamasi tilshunoslikdagi kreol tillar haqidagi ma'nodan farqli ravishda metaforik tarzda qo'llanadi: matn ichida turli belgilar tizimi "aralashadi", bir-biriga qo'shiladi va yangi semantik butunlik hosil qiladi. Shu nuqtayi nazardan kreollashgan matn faqat tasvir qo'shilgan yozma xabar emas, balki verbal va ikonik qismlar o'zaro bog'liq bo'lgan, ularning birini olib tashlash umumiy ma'noni yoki pragmatik ta'sirni o'zgartiradigan murakkab tuzilmadir.

Kreollashuv atamasining afzalligi shundaki, u verbal va noverbal komponentlar o'rtasidagi tashqi qo'shilishni emas, balki ularning bir-biriga singib ketishini, ya'ni ma'noning aralash, sinkretik holda paydo bo'lishini ta'kidlaydi.

Shu bois postsovet tadqiqotlarida kreollashgan matn ko‘pincha “lingvovizual butunlik” sifatida talqin qilinadi, chunki unda so‘z va tasvir alohida kanallar emas, balki yagona ta’sir mexanizmini tashkil etadi. Ayniqsa reklama va media matnlarda bu holat ravshan ko‘rinadi: tasvir mahsulot yoki voqea haqida emotsional fon yaratadi, so‘z esa uning ma’nosini aniqlashtiradi, cheklaydi yoki muayyan ideologik yo‘nalishga burib yuboradi. Shu sababli, kreollashuvni faqat shakliy aralashma emas, balki qabul qiluvchining kognitiv va emotsional reaksiyasini boshqarishga qodir pragmatik mexanizm sifatida ham tushunish zarur.

Postsovet maktabida kreollashgan matnni o‘rganishda asosiy e’tibor matnning verbal va nonverbal komponentlari o‘rtasidagi munosabatga qaratiladi. Bu munosabat ilustrativ, to‘ldiruvchi, izohlovchi, kuchaytiruvchi, zidlovchi yoki manipulyativ bo‘lishi mumkin. Masalan, V. Garayeva va I. Vashunina kreollashgan matnda tasvir verbal mazmunni qo‘llab-quvvatlashi, uni o‘zgartirishi yoki adresat diqqatini asosiy verbal mazmundan chalg‘itishi mumkinligini ko‘rsatadi. Bu yondashuv jurnalistik materiallar, reklama, mem, plakat, infografika va ijtimoiy tarmoq postlarida tasvirning pragmatik vazifasini aniqlash uchun samaralidir.

Z avlod kommunikatsiyasida esa bunday munosabat ayniqsa muhim, chunki xabarning ta’sir kuchi ko‘pincha so‘zdan ko‘ra vizual kod, shrift, emodzi, memik qolip yoki qisqa videoning montaj ritmi orqali yuzaga keladi.

“Polikodlilik” tushunchasi kreollashuvga yaqin bo‘lsa-da, undan nazariy qamrovi bilan farqlanadi. Agar “kreollashgan matn” ko‘pincha verbal va ikonik komponentlar uyg‘unligini ta’kidlasa, “polikodli matn” bir nechta kodlar, ya’ni til, tasvir, rang, ovoz, harakat, grafika, tipografika va boshqa belgilar tizimining umumiy kommunikativ vazifaga bo‘ysundirilgan birligini anglatadi.

N. Novospasskaya va N. Dugalich polikodli matn nazariyasida “polycode”, “creolized text”, “multimodal text”, “linear/nonlinear text” kabi terminlar o‘zaro kesishishini, ammo ularni to‘liq sinonimlashtirish metodologik noaniqlik tug‘dirishini ta’kidlaydi. Demak, polikodlilik kreollashuvga nisbatan kengroq

tushuncha sifatida olinishi mumkin, chunki u faqat matn-tasvir munosabati emas, balki kodlar ko‘pligi va ularning semiotik hamkorligini markazga qo‘yadi.

Polikodli matn nazariyasining shakllanishiga bag‘ishlangan tadqiqotlarda ushbu tushuncha ma’no, struktura va funksiya birligi bilan bog‘lanadi.

N. Novospasskaya va X. Szou polikodli matnni yagona kommunikativ vazifani bajarishga yo‘naltirilgan verbal va noverbal komponentlar birligi sifatida tavsiflaydi; ular bu nazariya, ayniqsa reklama, kino, ta’lim, siyosiy lingvistika va internet kommunikatsiyasida faol rivojlanayotganini qayd etadi. Shu ma’noda polikodlilik kreollashuvdan ko‘ra funksional va semiotik jihatdan umumiyroq yondashuv hisoblanadi. U media kontentni “qaysi komponentlar bor?” degan savol bilan emas, balki “qaysi kodlar qanday tashkil topgan va umumiy ma’noni qanday ishlab chiqaryapti?” degan savol bilan tahlil qilishga undaydi.

Polikodlilik tushunchasining yana bir metodologik qimmatini shundaki, u faqat vizual va verbal munosabat bilan cheklanmay, audial, kinetik, grafik, raqamli va interfeys kodlarini ham tahlilga jalb qiladi. Masalan, qisqa videoda nutq, fon musiqasi, kadr almashinuvi, rang filtri, subtitrlar, emodji va platforma belgisi birgalikda ishlaydi; bunday holatni faqat “so‘z va tasvir” modeli bilan tushuntirish yetarli emas. Polikodlilik aynan shu ko‘p kodlilikni tizimlashtirishga xizmat qiladi, ammo u ko‘pincha kodlarning semiotik tarkibiga e’tibor qaratib, ularni yaratuvchi ijtimoiy amaliyot va platformaviy muhitni G‘arb multimodallik nazariyasidek keng ochib bermaydi.

G‘arb ilmiy an‘anasida esa shunga yaqin hodisalarni tushuntirishda “multimodallik” tushunchasi ustuvor hisoblanadi. G. Kress va T. van Leeuwen ishlab chiqqan ijtimoiy semiotik yondashuvda mode, ya’ni “rejim” muayyan ijtimoiy-madaniy guruhda ma’no yaratish uchun ishlatiladigan resurs sifatida talqin qilinadi. Bu yerda tahlil obyekti faqat “kod” emas, balki ma’no yaratishda ishtirok etadigan ijtimoiy resurslar, ularning imkoniyatlari, material shakli va qabul qilish sharoitidir. Kressning “Reading Images: Multimodality, Representation and New Media” maqolasida yozuv va sahifa markazli madaniyatdan ekran va tasvir

markazli kommunikatsiyaga o'tish natijasida o'qish trayektoriyasi, kirish nuqtasi va vizual tartib kabi omillar muhimlashgani ko'rsatiladi.

Multimodallikning kreollashuv va polikodlilikdan asosiy farqi shundaki, u matnni tayyor obyekt sifatida emas, balki ma'no yaratish amaliyoti sifatida ko'radi. G'arb ijtimoiy semiotikasi uchun muhim savol "matnda nechta kod bor?" emas, balki "ijtimoiy subyektlar qaysi rejimlarni tanlaydi, ularni qanday dizayn qiladi va adresat qanday o'qish yo'lini qurib oladi?" degan savoldir. The New London Group tomonidan ilgari surilgan multiliteracies konsepsiyasi ham shu nuqtaga yaqin: mualliflar kommunikatsiya kanallarining ko'payishi va madaniy-til xilmaxilligi savodxonlikni faqat yozish va o'qish emas, balki turli representational modes bilan ishlash qobiliyati sifatida qayta tushunishni talab qilishini ta'kidlaydi. Bu nazariya Z avlod kommunikatsiyasini tushuntirishda ayniqsa ahamiyatli, chunki mazkur avlod raqamli platformalarda bir vaqtning o'zida matn, tasvir, video, audio, reaksiya belgisi, emodzi va algoritmik interfeys bilan ishlaydi.

G'arb multimodallik maktabida "rejim" va "kod" tushunchalarini farqlash muhim. Kod ko'proq belgilar tizimi va uning shartli qoidalarini anglatrsa, rejim ijtimoiy amaliyotda ma'no yaratish uchun tanlanadigan material va madaniy resurs sifatida tushuniladi. Masalan, rang kod sifatida madaniy kelishuvlarga ega bo'lishi mumkin, ammo rejim sifatida u dizayn, hissiy ta'sir, kompozitsiya va brend identifikatsiyasida muayyan affordance beradi. Kress va Van Leuvenning vizual grammatikasida tasvir ifodalovchi (reprezentativ), interaktiv va kompozitsional ma'nolar orqali tahlil qilinadi; bu uchlik media kontentda kim yoki nima tasvirlangani, tasvir auditoriya bilan qanday munosabat qurgani va elementlar sahifa yoki ekranda qanday tartiblanganini ochishga xizmat qiladi. Shu jihatdan multimodallik kreollashuvdan ko'ra dinamikroq va auditoriya ishtirokini ko'proq hisobga oladigan yondashuvdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Alimova G.B. Sotsial tarmoqlarda jurnalistikaning shakllanishi, faoliyat tendensiyalari va xususiyatlari (jahon va milliy tajribaning qiyosiy-tipologik tahlili): filol. fan. bo'yicha falsafa doktori (PhD) diss. avtoreferati. – Toshkent, 2018.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Асадемия, 2003.
3. Ахмедова М.М. К вопросу о специфике языка онлайн-новостей (на материале узбекистанских и российских СМИ) // Ўзбекистонда хорижий тиллар. – 2023. – № 2 (49).
4. Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989.
5. Бичков Д. Типологические и прагматические характеристики креолизованного текста // Журнал филологических исследований. – 2019. – №4.
6. Глоткина А.А. Анализ медиатекстов: от традиционного текста к поликодовому образованию // Современный учений. – 2025.
7. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М.: УРСС, 2005.
8. Дунас Д.В. (ред.) Медиапотребление “сифровой молодёжи” в России: монография / под ред. Д.В. Дунаса. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; Изд-во Московского университета, 2021.
9. Дунас Д.В., Вартанов С.А., Кулчитская Д.Ю., Салихова Е.А., Толоконникова А.В. Мотивационные факторы медиапотребления “сифровой молодёжи” в России: результаты пилотного исследования // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2020. – № 2.