



**Qo'qon DPI**

**ILMIY  
XABARLAR**

ISSN: 3030-3958

Vol.08 № 3/2026

**Qo‘qon DPI.  
Ilmiy xabarlar**



**Кокандский ГПИ.  
Научный вестник**

**№3/2026**

<b>THE PRAGMATIC AND STYLISTIC EXPRESSION OF THE POLITENESS CATEGORY IN ENGLISH AND UZBEK LITERARY TEXTS</b> <i>Suleymanova Nargiza Mardonovna, Amanov Abduvani Telmanovich</i>	294
<b>BERNARD SHOU DRAMALARIDA MORFOLOGIK VARIANTLILIK VA UNING IJTIMOYIY XARAKTER YARATISHDAGI RO‘LI</b> <i>Jorayeva Gulrux Baxtiyorovna</i>	303
<b>THE FUNCTION OF IRONY AS AN EMOTIONAL AND PRAGMATIC STRATEGY IN “THE OLD MAN AND THE SEA” BY ERNEST HEMINGWAY</b> <i>Yusupov Zakhiriddin</i>	308
<b>CONCEPTUAL METAPHORS IN ENGLISH AND UZBEK PERSONAL NAMES</b> <i>Nematova Oygul Jamshid qizi</i>	313
<b>AXIOLOGICAL DIMENSIONS OF FAITH, HOPE, AND DEVOTION IN KHALED HOSSEINI’S FICTION: CULTURAL VALUES AND ETHICAL MEANING</b> <i>Ibadova Nafisa Axmatilloevna</i>	317
<b>G‘AFUR G‘ULOMNING “YODGOR” QISSASIDA QO‘LLANILGAN NOVERBAL VOSITALARNING SEMANTIK-PRAGMATIK TAHLILI</b> <i>Azamatova Sevinch Shuxrat qizi</i>	325
<b>O‘ZBEK TILIDAGI AYRIM SINONIM FRAZELOGIZMLARDA BAHO KATEGORIYASINING IFODASI</b> <i>Sattarova Dildora Sunnatullo qizi</i>	330
<b>COMPARATIVE ANALYSIS OF WORD FORMATION PROCESSES IN ENGLISH AND UZBEK</b> <i>Salimova Nilufar Aminjon qizi</i>	335
<b>MEDIA-FREYM MEDIAMA‘LUMOTNING STRUKTURA SHAKLLANTIRUVCHI ELEMENTI SIFATIDA</b> <i>Kim Tatyana Sergeyevna</i>	343
<b>TASAVVUF VA SHE‘RIYAT UYG‘UNLIGI: AHMAD YASSAVIY IJODI MISOLIDA</b> <i>Tolibova Farida Farhodovna</i>	350
<b>IDENTITY IN THE ETHNIC FORMATION OF TOPONYMS IN UZBEK AND ENGLISH LANGUAGES</b> <i>Toshmamatova Umida O‘ktam qizi</i>	357
<b>TILSHUNOSLIKDA SO‘Z BIRIKMALARI NAZARIYASI</b> <i>Pardayeva Mahliyo G‘ayrat qizi</i>	362
<b>INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARIDA VAQTNI IFODALOVCHI LEKSIK BIRLIKLARNING QIYOSIY TAHLILI</b> <i>Otamurodova Munisa Jabbor qizi</i>	371
<b>ERTAKLAR SYUJETINING STRUKTUR-SEMANTIK BUTUNLIGI</b> <i>Kabulova Umida Sayidmaxamadovna</i>	376
<b>KUNUZ VA BBC MEDIAVIY DISKURSINING JANRIY VA FUNKSIONAL TAVSIFI</b> <i>Karimova Fotima Kamoliddin qizi</i>	381
<b>XORAZM DOSTONLARI LEKSIKASIDA O‘ZGA TILLARGA OID O‘ZLASHMALARNING LISONIY TADQIQI</b> <i>Kurbanova Bibijon Kuranbayevna</i>	386



**MEDIA-FREYM MEDIAMA'LUMOTNING STRUKTURA  
SHAKLLANTIRUVCHI ELEMENTI SIFATIDA**

<https://doi.org/10.70728/b.series.v08.i03.057>

*Kim Tatyana Sergeyevna*

*Koreyashunoslik oliy maktabi*

*Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti, PhD, dotsent*

**ANNOTATSIYA:** Mazkur maqolada strategik va konfliktli freymlarni o‘z ichiga olgan gazeta materiallarining auditoriya tomonidan siyosatni qabul qilish jarayoniga qanday ta’sir ko‘rsatishi tahlil qilinadi. Asosiy e’tibor emotsional reaksiyalarga ta’sir etuvchi nutqiy ta’sir vositalariga, til vositalari orqali namoyon bo‘ladigan siyosiy tsinizm darajasiga, shuningdek, siyosiy samaradorlikni his etish, saylovlarda ishtirok etishga tayyorlik va ommaviy axborot vositalariga bo‘lgan ishonch masalalari bo‘yicha tadqiqot natijalarini ko‘rib chiqishga qaratilgan. Empirik material sifatida Janubiy Koreyaning «Yonhab nyusi» gazetasi matnlari olingan. Tadqiqot doirasida kontent-tahlil usuli qo‘llanilgan hamda eksperimental tadqiqotlar olib borgan olimlarning ishlari natijalari tahlil qilingan.

**KALIT SO‘ZLAR:** gazeta materiallari, til vositalari, OAV, yangilik mediamatni, strategik mediafreymlar.

**MEDIA FRAME AS A STRUCTURING ELEMENT OF A MEDIA TEXT**

**ABSTRACT:** This article analyzes how newspaper materials containing strategic and conflict frames influence the audience’s perception of politics. Particular attention is paid to linguistic techniques of influence that affect emotional responses, levels of political cynicism expressed through language, as well as research findings on perceived political efficacy, willingness to participate in elections, and trust in mass media. The empirical basis of the study consists of texts from the South Korean newspaper *Yonhap News*. The research employs content analysis methods and considers the results of scholars who conducted experimental studies.

**KEYWORDS:** newspaper materials, linguistic tools, mass media, news media text, strategic media frames.

**МЕДИА-ФРЕЙМ КАК СТРУКТУРООБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ  
МЕДИАТЕКСТА**

**АННОТАЦИЯ:** Данная статья анализирует, каким образом газетные материалы, содержащие стратегические и конфликтные фреймы, влияют на восприятие аудиторией политики. Особое внимание уделяется речевым приемам воздействия, влияющим на

эмоциональные реакции, уровню политического цинизма, проявляющегося посредством языковых средств, рассмотрению результатов исследований по ощущению политической эффективности, готовности участвовать в выборах и доверию к средствам массовой информации. Эмпирической основой послужили тексты южнокорейской газеты «Ёнхаб нюсы». В рамках работы использованы методы контент-анализа и рассмотрены результаты работ ученых, проводивших экспериментальные исследования.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** газетные материалы, языковые средства, СМИ, новостной медиатекст, стратегические медиафреймы/

**ВВЕДЕНИЕ.** М. Херманн полагает, что в современном глобализационном мире стремительно возрастает роль средств массовой информации как уникального механизма, необходимого для адекватного понимания мира, который становится все сложнее для осмысления

В современных гуманитарных науках утвердилось представление о том, что человек воспринимает действительность опосредованно – через модели и символические системы. В этом контексте картина мира понимается как «целостный глобальный образ мира, являющийся результатом всей духовной активности человека». Она выполняет регулирующую функцию, направляя мышление, поведение и социальные установки индивида.

**ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.** Картина мира включает два условных компонента: индивидуальный и общечеловеческий. Если первый формируется за счёт личного опыта, то второй конструируется преимущественно средствами массовой коммуникации. Именно медиа формируют образ социальной реальности, с которым человек соотносит свой личный опыт, выстраиваясь в систему социокультурных координат.

С расширением информационного пространства и распространением сетевых технологий, человек всё чаще сталкивается не с непосредственным опытом, а с медиа-реальностью – моделью реальности, транслируемой через средства массовой информации. В этом смысле современный человек имеет дело преимущественно с реальностью второго порядка, построенной по законам медиа-коммуникации и подверженной редактуре, монтажу и идеологической селекции.

Изучение медиа-дискурса с позиций когнитивной лингвистики и семиотики предполагает обращение к структурам сознания, которые обеспечивают восприятие, интериоризацию и воспроизводство медиа-информации. В когнитивно-семиотическом аспекте ключевым объектом анализа становится медиа-фрейм – интегративная, поликодовая структура, служащая средством когнитивной репрезентации и категоризации медиареальности.

Полученная через медиаканалы информация изначально имеет полимодальный и поликодовый характер, включающий в себя как вербальные, так и невербальные (визуальные, аудиальные, кинетические и т.п.) компоненты. Однако при её сохранении и

воспроизведении в сознании реципиента доминирующую роль играет язык как универсальный код. Несмотря на мультимодальность восприятия, вербализация информации остаётся единственным способом её артикулированного представления. Это означает, что именно языковые структуры становятся тем когнитивным «каркасом», через который индивидуально воплощается медийная картина мира.

Таким образом, согласно исследованиям И.В. Рогозиной, медиа-фрейм может рассматриваться как когнитивно-семиотическая модель, с помощью которой масс-медиа перерабатывают и транслируют сложные, разнородные данные в целостные медиа-тексты, в которых их компоненты – визуальные образы, текст, интонация, музыка и другие знаки – обретают гомоморфность за счёт встраивания в единый нарративный и смысловой фрейм. Это придаёт медиа-дискурсу когнитивную целостность, а медиапотребителю – возможность реконструировать информацию через речевое сообщение в лингвистической форме.

Медиафрейм (или новостной фрейм) представляет собой структуру повествования, направленную на то, чтобы сосредоточить внимание читателя на определённых аспектах события, установить смысловые связи между элементами информации и предложить интерпретацию происходящего.

Несмотря на разнообразие определений, большинство исследователей сходятся во мнении, что фрейминг проявляется в избирательной подаче информации: медиа акцентируют определённые характеристики проблемы, тем самым формируя специфический образ рассматриваемого явления. Так, фрейм может быть сконструирован за счёт нарративной структуры, выделения конкретных аспектов события, придания значения определённым ценностям, или акцентирования определённых атрибутов проблемы.

Следовательно, новостной фрейм задаёт читателю рамку интерпретации: он не просто информирует, но и ограничивает диапазон смыслов, влияя на когнитивную и аффективную реакцию аудитории. Этот эффект получил название фрейминг-эффекта (framing effects).

Наиболее актуальным вопросом в области исследования новостных фреймов является следующий: если СМИ выделяют в сюжете некий аспект А, а не аспект В, то как это влияет на восприятие и интерпретацию события аудиторией? Как показано в ряде работ, тип фрейма влияет на то, какие элементы проблемы оказываются в центре внимания у получателя и, следовательно, на то, каким образом формируются его оценки и суждения.

Следовательно, изменения в интерпретации можно рассматривать как предпосылку изменения отношения и поведения, что придаёт фрейминг-эффекту особую значимость для политической коммуникации.

В современных условиях становления информационного общества особую актуальность приобретает изучение дискретных единиц медиапотока. Вне всякого

сомнения, основной такой единицей является медиатекст, рамки которого позволяют объединить такие разноплановые и многоуровневые понятия, как газетная статья, радиопередача, телевизионные новости, Интернет-реклама и прочие виды продукции средств массовой информации.

Появившись в 90-х годах XX века в англоязычной научной литературе, термин «медиатекст» быстро распространился как в международных академических кругах, так и в национальных медиадискурсах. Быстрое закрепление концепции медиатекста в научном сознании было обусловлено всё возрастающим интересом исследователей к изучению проблем медиаречи, особенностей функционирования языка в сфере массовой коммуникации.

Огромное внимание данной проблематике уделяли такие известные ученые, как Теун Ван Дейк, Мартин Монтгомери, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер, которые рассматривали тексты массовой информации с точки зрения самых различных школ и направлений: социолингвистики, функциональной стилистики, теории дискурса, контент-анализа, когнитивной лингвистики, риторической критики. Внимание учёных привлекал самый широкий круг вопросов: это и определение функционально-стилевого статуса языка СМИ, и способы описания различных типов медиатекстов, и влияние на медиаречь социокультурных факторов, и лингво-медийные технологии воздействия.

Аналитический подход к исследованию медиафреймов на основе текстов возник как направление, стремившееся глубже понять структуру и содержание новостных сообщений. С 1970-х годов под влиянием критической теории усилилось внимание к вопросам ценностей, идеологии, искажений и дискурсивных стратегий СМИ, а также к их роли в поддержке или подавлении социальных групп.

Многие исследователи рассматривают новостной текст не просто как нейтральное отражение событий, а как социально сконструированный дискурс, смысл которого зависит от контекста его восприятия (Gans, 1979; Schudson, 1978; Van Dijk, 1988). Соответственно, исследование фрейминга в данном контексте сосредоточено на механизмах формирования текста — на том, как и зачем он организуется определённым образом.

Ключевой вклад в развитие текстоаналитического подхода внёс Годд Гитлин, который определил фреймы как устойчивые шаблоны восприятия и интерпретации, используемые СМИ для отбора, акцента, исключения и структурирования информации. В своём исследовании он показал, как американские медиа 1960-х годов представляли студенческое движение Новых левых как опасную, маргинальную и девиантную силу, используя разнообразные фрейминг-устройства (framing devices): снижение значимости, драматизация конфликта, акцент на экстремизме.

С конструктивистской точки зрения фрейм определяется как способ организации нарратива в конфликтной ситуации (Gamson & Lasch, 1983; Gamson & Modigliani, 1989). Так, в своих работах авторы проанализировали, как американская пресса формировала

фреймы по вопросам атомной энергетики и социальной политики в период с 1945 по 1980-е годы, демонстрируя, как менялась репрезентация социальных бенефициаров и политических решений.

Средства массовой информации в демократических обществах выступают в роли посредника между гражданами и государством. Однако, как показал опыт Южной Кореи, они могут не только информировать, но и способствовать росту общественного недоверия, формируя атмосферу цинизма и отчужденности от политических процессов.

Предыдущие исследования медиавлияния подчеркивали роль прайминга и фрейминга в определении повестки (agenda-setting) и интерпретации политических событий. В текстах преобладала лексика конфликта и игры: «атака», «шок», «разгром», «скандал», «битва», «шахматная партия».

Рассмотрим примеры экспрессивной лексики на в тексте электронной газеты Ёнхаб нюсы», где речь идет о высказывании *сестра* северокорейского лидера Ким Чен Ына:

### 김여정 "리재명, 역사 바꿀 위인 아냐...한국, 외교상대 못돼"(종합)

*Ким Ёчжон, заместитель заведующего отделом ЦК Трудовой партии КНДР и сестра Ким Чен Ына, в очередной раз выступила с резкими высказываниями в адрес Южной Кореи и её лидеров.*

김 부부장은 "우리는 문재인으로부터 윤석열에로의 정권 교체 과정은 물론 수십 년간 한국의 더러운 정치 체제를 신물이 나도록 목격하고 체험한 사람들"이라며 "결론을 말한다면 '보수'의 간판을 달든, '민주'의 감투를 쓰든 우리 공화국에 대한 한국의 대결 야망은 추호도 변함이 없이 대물림하여 왔다는 것"이라고 강조했다.

*«Мы – те, кто стал свидетелем и испытал на себе до отвращения не только процесс смены власти в Южной Корее от Мун Чжэ Ина к Юн Сок Ёлю, но и всю грязную политическую систему за последние десятилетия».*

*Она подчеркнула: «Если говорить кратко, то, независимо от того, под каким флагом – «консервативным» или в маске «демократии» – они выступают, враждебные амбиции по отношению к КНДР абсолютно не изменились и передаются из поколения в поколение».*

При анализе вышеуказанной статьи следует учесть утверждение Джусупова о том, что речевой фрейм в определенных случаях определяет сложный характер интерпретации текста (задействованные адресатом явления, процессы, представления, читательские ожидания и реакции). Все они в сумме образуют когнитивный контекст интерпретации, который способствует расстановке фокусов и определяет селективный характер аттенционального процесса, предполагающего выделение информации по принципу разграничения фигуры и фона. В итоге единый речевой фрейм интерпретации

определяет трансляцию доминантной информации, маркированной ироническим звучанием и авторским сарказмом.

В вышеуказанной статье **северо-корейский** представитель правительства Ким Ё Джон намеренно использует лексику 더러운 *грязная* и 대결 야망 *враждебные амбиции*, дискредитирующую политиков Южной Кореи.

Результаты демонстрируют, что стратегические медиафреймы, при всей их журналистской привлекательности, подрывают доверие к политике и СМИ, усиливая общественную апатию и цинизм. Это подтверждает модель подрыва медийной демократии, предложенную Дж. Капеллой и К. Джемисон, согласно которой избыточное внимание к конфликту и манипуляции разрушает демократическую культуру.

Следовательно, проблема фрейминга выходит за рамки журналистской этики: она затрагивает основы легитимности политического участия и функционирования демократических институтов. Развитие ответственного медийного подхода и переосмысление стандартов политической журналистики становятся необходимыми для укрепления демократического диалога.

Согласно исследованиям И.В. Рогозиной, изучение лингвистического объекта в когнитивно-семиотическом аспекте, с одной стороны, закономерно детерминирует выход исследования на структуры сознания, которые позволяют репрезентировать и интериоризировать медиа-информацию, а с другой, – на различные коды, фиксирующие результаты медиа-познания реальности. В исследовании таким кодом является медиа-фрейм как интегративная познавательная структура. языковые структуры служат в предпринятом исследовании базисом для обоснования положения о том, что масс-медиа перерабатывают и презентуют информацию посредством медиа-фреймов таким образом, что их гетерогенные компоненты становятся гомоморфными в структуре медиа-текста.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Развитие медиа и информационных технологий трансформирует когнитивные процессы, коммуникативные модели и способы формирования картины мира. Медиа становятся не только каналом передачи информации, но и производителем смыслов, определяющих социальную и личностную реальность. В условиях глобального информационного пространства роль языка, символов и культурных кодов возрастает, а медиареальность начинает доминировать над непосредственным опытом, формируя вторичную, но при этом воспринимаемую как «реальную» картину мира. В текстах используются различные речевые приемы воздействия такие как экспрессивно-окрашенная лексика «агрессивных речей».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Херманн М.К. Политическая коммуникация: воздействие средств массовой информации на общество в современных государствах: [Выступление на

- конференции «Свободные средства массовой информации»... в Московской школе политических наук. 9 дек. 2000 г.].
2. Постовалова, В.И. Язык и картина мира. // Вопросы языкознания, №1, 1988. – С. 19–29.
  3. Анисимова, Е.Е. Картина мира и её регулятивная функция в коммуникации. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация: Учебное пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – М.: Издат. центр Академия, 2003. – 128 с.
  4. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Дисс. ... докт. филол. н. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2003. – 399 с.
  5. Мастерман, Л. Обучение языку средств массовой информации / Л. Мастерман // Специалист. – 1993 (а). – № 4. – С. 22–23.
  6. Fillmore, Charles J. 1982. Frame semantics. In *Linguistics in the Morning Calm*. Hanshin, Seoul: Linguistics Society of Korea. – P. 111–138.
  7. Баранов, А.Н., Казарцева, Е.Е. (2005). *Фрейм как когнитивная и лингвосомиотическая структура в медиа-дискурсе*. // Вестник РГГУ, №10.
  8. 이중웅. 미디어 프레임 연구의 쟁점// 『언론정보연구』# 34, 1997. – P. 135–162.
  9. McCombs Building Consensus: The News Media's Agenda-Setting Roles// [Political Communication](#) Volume 14, 1997 - [Issue 4](#). - P. 433-443.
  10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Флинта, 2008. – С. 39.
  11. Van Dijk, T. A. *News34 as Discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum: New Jersey, 1988. – 210 p.
  12. Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press, 2003. – 327 p.
  13. Н.М. Джусупов. Фреймовые структуры и рефрейминг в интерпретации текста// International Scientific-Methodological Electronic Journal “Foreign Languages in Uzbekistan”, 2025, vol. 11, No 2 (61), pp. 63-72. <https://journal.fledu.uz>. ISSN: 2181-8215 (online)