GENDER STEREOTIPLARINING INGLIZ MEDIA MATNLARIDA BAHOLOVCHI BIRLIKLAR ORQALI IFODALANISHI

Normetova Sharifa Ravshanbek qizi,
Urganch innovatsion universiteti
Lingvistika ingliz tili 1-kurs magistranti

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19967322

Annotatsiya*. Mazkur maqolada ingliz media diskursida gender stereotiplarining baholovchi leksik birliklar orqali lingvistik ifodalanishi tadqiq etiladi. Tadqiqot tanqidiy diskurs tahlili hamda baholovchi til nazariyasiga tayangan holda, implitsit va eksplitsit baholovchi markerlarning genderga oid tasvirlarni shakllantirish va mustahkamlashdagi rolini tahlil qiladi. Tadqiqot natijalari baholovchi birliklarning maskulinlik va femininlik haqidagi ijtimoiy tasavvurlarni shakllantiruvchi ideologik vosita sifatida faoliyat yuritishini ko‘rsatadi.*

Kalit so‘zlar: *gender stereotiplari, media diskurs, baholovchi birliklar, tanqidiy diskurs tahlili, ingliz tili.*

Abstract. *This article investigates the linguistic expression of gender stereotypes in English media discourse through evaluative lexical units. Drawing on critical discourse analysis and evaluative language theory, the study examines how implicit and explicit evaluative markers contribute to the construction and reinforcement of gendered representations. The findings reveal that evaluative units function as ideological tools shaping public perceptions of masculinity and femininity.*

Key words: *gender stereotypes, media discourse, evaluative units, critical discourse analysis, English language.*

Аннотация. *В данной статье исследуется лингвистическое выражение гендерных стереотипов в англоязычном медиа-дискурсе посредством оценочных лексических единиц. Опираясь на методы критического дискурс-анализа и теорию оценочной лексики, в исследовании анализируется роль имплицитных и эксплицитных оценочных маркеров в формировании и закреплении гендерно обусловленных репрезентаций. Полученные результаты показывают, что оценочные единицы функционируют как идеологические инструменты, формирующие общественные представления о маскулинности и фемининности.*

Ключевые слова: *гендерные стереотипы, медиа-дискурс, оценочные единицы, критический дискурс-анализ, английский язык.*

Kirish. So‘nggi yillarda gender masalasi media diskurs tadqiqotlarining muhim yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Media nafaqat axborot uzatuvchi, balki ijtimoiy qadriyatlar va stereotiplarni shakllantiruvchi kuchli ideologik institut sifatida namoyon bo‘lmoqda. Ayniqsa, ingliz media matnlarida genderga oid stereotiplar ko‘pincha baholovchi birliklar orqali bilvosita ifodalanadi. Baholovchi birliklar (evaluative units) subyektning hodisaga munosabatini bildiruvchi leksik-semantik vositalar bo‘lib, ular gender obrazlarini ijobiy yoki salbiy jihatdan talqin qilishda muhim rol o‘ynaydi. Ushbu maqolaning dolzarbligi shundaki, gender

stereotiplarining ochiq emas, balki yashirin baholash mexanizmlari orqali uzatilishi keng auditoriyaga sezilmas ideologik ta’sir ko‘rsatadi. Maqolaning maqsadi — ingliz media matnlarida gender stereotiplarining baholovchi birliklar orqali qanday lingvistik vositalar yordamida ifodalanishini aniqlash.

Metodologiya. Mazkur tadqiqotda kompleks yondashuv asosida bir nechta ilmiy metodlar qo‘llanildi. Jumladan, media matnlarda gender ideologiyasining yashirin va ochiq shakllarini aniqlash maqsadida tanqidiy diskurs tahlili (CDA) usulidan foydalanildi.[5] Baholovchi birliklarning kommunikativ-pragmatik vazifalarini ochib berish uchun lingvopragmatik tahlil amalga oshirildi, kontekstual tahlil esa leksik birliklarning muayyan diskurs doirasidagi funksional yukini aniqlashga xizmat qildi. Tadqiqot materiali sifatida ingliz tilidagi nufuzli ommaviy axborot vositalari — BBC News, *The Guardian* va *The New York Times* nashrlarida e’lon qilingan maqolalardan olingan matnlar tanlab olindi. Tahlil jarayonida baholovchi sifatlar (masalan, *emotional, strong, ambitious, soft*), modal birliklar hamda metaforik ifodalar asosiy tahlil obyektlari sifatida ko‘rib chiqildi. Tadqiqotning nazariy asosini gender va til munosabatlari, ayollar nutqining ijtimoiy-lingvistik xususiyatlari hamda diskurs va hokimiyat o‘rtasidagi aloqalarni yorituvchi konseptual qarashlar tashkil etdi.[7]

Natijalar. Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, ingliz tilidagi media diskursda ayollarga nisbatan qo‘llaniladigan baholovchi leksik birliklar asosan emotsional va subyektiv semantik maydonga mansub bo‘lib, *emotional, caring, sensitive* kabi sifatlar orqali ayol obrazi affektiv holatlarga moyil, muloyim va parvarishkor subyekt sifatida konseptuallashtiriladi.[11] Bunday leksik tanlovlar ayollarning shaxsiy va ijtimoiy xususiyatlarini ratsionallikdan ko‘ra hissiylik bilan bog‘lashga xizmat qilib, ularning professional va yetakchilik salohiyatini ikkilamchi darajaga tushiruvchi diskursiv ta’sirni yuzaga keltiradi.

Mazkur baholovchi birliklar ayollarning ijtimoiy rollarini g‘amxo‘rlik, parvarish va emotsional qo‘llab-quvvatlash funksiyalari bilan uzviy bog‘lab, genderga xos stereotipik tasavvurlarni diskursiv darajada qayta ishlab chiqaradi. Natijada ayol obrazi ko‘proq xususiy va shaxslararo munosabatlar doirasiga yo‘naltirilgan subyekt sifatida tasvirlanib, uning ijtimoiy faolligi va jamoat hayotidagi ishtiroki cheklangan semantik ramkada ifodalanadi. Shu tariqa, mazkur leksik strategiyalar gender rollarining normativ model sifatida mustahkamlanishiga xizmat qilib, media diskurs orqali mavjud ijtimoiy tengsizliklarning davomiyligini ta’minlaydi.

Aksincha, erkaklarga oid baholovchi birliklar asosan kuch, yetakchilik va ratsionallik bilan bog‘lanib, *strong, decisive, powerful* kabi leksik vositalar orqali

ularning faol, qat'iyatli va hukmron ijtimoiy pozitsiyasi ta'kidlanadi. Tadqiqot shuningdek, gender stereotiplarining ko'pincha implitsit baholash mexanizmlari orqali uzatilishini aniqladi: bu jarayonda ochiq diskriminatsiya shakllaridan ko'ra, konnotativ ma'noga ega birliklar yordamida ideologik yuklama beriladi. Metaforalar va epitetlar esa gender rollarini normallashtiruvchi va mustahkamlovchi asosiy lingvistik vositalardan biri sifatida namoyon bo'lib, media matnlarda an'anaviy gender tasavvurlarining davomiyligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Muhokama. Olingan natijalar ingliz tilidagi media diskursda gender stereotiplari ko'pincha bevosita va ochiq shaklda emas, balki baholovchi leksik birliklar orqali yashirin (implitsit) tarzda kodlanishini ko'rsatadi. Ushbu diskursiv strategiya o'quvchi ongida genderga oid ijtimoiy tasavvurlarni tabiiy, o'zgarmas va muqarrar hol sifatida qabul qilishga olib kelib, gender rollarining tanqidiy qayta baholanishini cheklaydi hamda ularni normativ model sifatida mustahkamlaydi. Natijada media matnlar ijtimoiy ongni shakllantiruvchi ideologik maydon sifatida faoliyat yuritib, mavjud gender ierarxiyalarining davomiyligini ta'minlaydi.

Teun A. van Dijk ta'kidlaganidek, media diskursda baholash ideologiyaning asosiy tashuvchilaridan biri bo'lib, u ijtimoiy kuch va hokimiyat munosabatlarini bilvosita tarzda legitimlashtiradi.[6] Mazkur tadqiqot natijalari ayollarning emotsionallik va g'amxo'rlik bilan, erkaklarning esa kuch, ratsionallik va yetakchilik bilan bog'lanishi patriarxal ijtimoiy modelning lingvistik darajada qayta ishlab chiqarilishiga xizmat qilishini ko'rsatadi. Bu holat baholovchi birliklarning neytral tavsiflovchi vosita emas, balki ideologik yuklama tashuvchi diskursiv mexanizm ekanini tasdiqlaydi.

Shu ma'noda, baholovchi leksik birliklar gender tengsizligini yashirin tarzda qo'llab-quvvatlovchi va mustahkamlovchi semantik-pragmatik vosita sifatida namoyon bo'ladi. Ularni tanqidiy diskurs tahlili asosida o'rganish nafaqat gender stereotiplarining lingvistik mexanizmlarini ochib berish, balki media diskursda tenglik va inklyuzivlikni targ'ib etishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar uchun muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.[1]

Xulosa. Xulosa qilib aytganda, ingliz tilidagi media matnlarda gender stereotiplari asosan baholovchi leksik birliklar orqali diskursiv jihatdan shakllantiriladi va bu birliklar ijtimoiy ongda gender rollarining barqarorlashuvi hamda normativlashuviga xizmat qiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mazkur baholovchi vositalar ochiq va bevosita diskriminatsiyadan ko'ra, implitsit ideologik ta'sir mexanizmlariga ega bo'lib, o'quvchi tomonidan ko'pincha tanqidiy anglanmagan holda qabul qilinadi. Natijada genderga oid ijtimoiy tasavvurlar tabiiy

va o‘zgarmas model sifatida idrok etilib, mavjud ijtimoiy tengsizliklar diskursiv darajada qayta ishlab chiqariladi.

Shu nuqtai nazardan, media diskursni gender jihatdan sezgir va tanqidiy tahlil qilish zarurati yanada dolzarb bo‘lib, bu jarayonda lingvistik baholash kategoriyasi muhim metodologik vosita sifatida namoyon bo‘ladi. Mazkur tadqiqot natijalari gender va media diskursi o‘rtasidagi murakkab munosabatlarni ochib berishda baholovchi birliklarning markaziy rolini tasdiqlaydi hamda kelgusida gender tengligi, ideologiya va diskurs masalalarini tadqiq etishga qaratilgan lingvistik izlanishlar uchun nazariy va amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Lakoff R. *Language and Woman’s Place.* — New York: Harper & Row, 1975. — 328 p.
2. Cameron D. *Gender and Language.* — Cambridge: Cambridge University Press, 2005. — 214 p.
3. van Dijk T. A. *Discourse and Power.* — London: Palgrave Macmillan, 2008. — 308 p.
4. Charteris-Black J. *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor.* — London: Palgrave Macmillan, 2011. — 356 p.
5. Fairclough N. *Media Discourse.* — London: Edward Arnold, 1995. — 214 p.
6. Wodak R. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual.* — London: Palgrave Macmillan, 2009. — 252 p.
7. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // *Journal of Communication.* — 1993. — Vol. 43, №4. — P. 51–58.
8. Kövecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction.* — Oxford: Oxford University Press, 2010. — 375 p.
9. The Guardian. Gender and media representation. — Elektron resurs. — URL: https://www.theguardian.com (murojaat sanasi: 10.01.2026).
10. BBC News. Gender stereotypes in media discourse. — Elektron resurs. — URL: https://www.bbc.com/news (murojaat sanasi: 10.01.2026).
11. The New York Times. Language and gender in journalism. — Elektron resurs. — URL: https://www.nytimes.com (murojaat sanasi: 10.01.2026).
12. Holmes J., Meyerhoff M. *The Handbook of Language and Gender.* — Oxford: Blackwell Publishing, 2003. — 552 p.