

PUBLISISTIK USLUBDA MAQOL VA MATALLARDAN FOYDALANISH

Madaminova Gulsora Mirxamidovna¹

Annotatsiya: *Ma'lumki, publisistik uslub jurnalistika sohasida yoziladigan matnning asosi hisoblanadi. Bu uslubda maqol va matallardan unumli foydalanish esa nutq ta'sirchanligini oshorish barobarida muallifning ko'zlagan maqsadiga tezroq erishishda ham katta ahamiyatga ega. Ushbu maqolada maqol va matallarning publisistik uslubdagi ahamiyati haqida so'z boradi.*

Kalit so'zlar: *klik, shtamp, lingvistik ong, ritorik savol, ritorik ong, antiteza, informatsion funksiya.*

Gazeta tilida publisistik nutq stereotiplari (klishe) keng qo'llaniladi. Shu bilan birga, jurnalistik uslub ekspressiv ko'rinishlarda ham namoyon bo'ladi. Bu yerda majoziy frazeologiyaning funksional qurilmasi, til o'yini, so'zlarning g'ayrioddiy birikmasi keng qo'llaniladi. Doimiy ravishda yangi va g'ayrioddiy narsalarni qidirish mavjud va yangi majoziy ibora tezda takrorlanib, o'zining qarama-qarshiligiga—shtampga aylana oladi. Pochta markasi to'liq tan olinishi bilanoq, u tashlab yuboriladi va yangilik ta'sirini ta'minlashga qodir bo'lgan ekspressiv vositalarni qidirish yana boshlanadi va natijada ta'sir kuchayadi. Klishe (nutq standart) va shtamp barqarorligi, muntazam takrorlanishi, avtomatik ishlatilishi jihatidan o'xshash, lekin baholash va estetik atamalar nuqtayi nazaridan qarama-qarshidir. Bu yerda klik atamasi baholashni o'z ichiga olmaydi, u faqat ma'lum sharoitlarda nutq ifodasining tez-tez takrorlanishini bildiradi, bu uning takrorlanishiga olib keladi. Kliklardan—tayyor nutqiy aloqa bloklaridan— har qanday uslubda foydalanish axborot almashish jarayonini osonlashtiradi va tezlashtiradi. O'z navbatida, shtamp atamasi qadrlanadi. Faqat o'sha nutq stereotiplari shu tarzda malakali bo'lib, ular ommaviy lingvistik ong tomonidan o'zlarining asl ifodalilik, ajablanish, yangilik xususiyatini yo'qotgan nutq birliklari sifatida tanqid qilinadi. Publisistikaga eng xos bo'lgan figuralar— bu inversiya (u so'zlashuv nutqining intonatsiyasini yaxshi ifodalaydi), ritorik savol va ritorik undov (ular ifoda yaratish uchun ishlaydi), antiteza, sintaktik parallelizm (ham axborot-mantiqiy, ham ekspressiv maqsadlarga xizmat qiladi). Mubolag'a qilish tendensiyasi mavjud: universal miqyosdagi voqea, ehtiroslar va boshqalar shular jumlasidandir. Publisistik matnda posilka muhim o'rinni egallaydi. Genetik jihatdan, bu norasmiy so'zlashuv nutqining hodisasi— muzokaralar, o'z-o'zidan so'zlashuvda o'tkazib yuborilgan narsalarni darhol undan keyin qo'shish. Bu holatda yuzaga keladigan uzilish, nutqning silliq oqimining buzilishi, jurnalistikada nutq ishonchligiga erishish vositasi sifatida muhim ahamiyatga ega. Ushbu uslubning lingvistik xususiyatlariga mavzularning kengligi ta'sir qiladi: tushuntirishni talab qiladigan maxsus lug'atni kiritish zarurati mavjud. Boshqa tomondan, bir qator mavzular jamoatchilik diqqat markazida bo'lib, bu mavzularga oid lug'at publisistik rangga ega bo'ladi. Bunday mavzular orasida siyosat, iqtisodiyot, ta'lim, sog'liqni saqlash, kriminalistika va harbiy mavzularni alohida ta'kidlash kerak. Ushbu uslub siyosiy— mafkuraviy, ijtimoiy va madaniy munosabatlar sohasida qo'llaniladi, Axborot tor doiradagi mutaxassislar uchun emas, balki keng omma uchun mo'ljallangan bo'lib, ta'sir nafaqat ongga, balki qabul qiluvchining his-tuyg'ulariga ham

¹ Farg'ona davlat universiteti chet tillari fakulteti o'qituvchisi



qaratilgan. Yuqorida aytib o'tilganidek publisistika uslubining muhim funksiyalaridan bular: axborot-ya'ni odamlarni so'nggi yangiliklardan imkon qadar tezroq xabardor qilish istagi bo'lsa ta'sir qilish-odamlarning fikriga ta'sir qilish istagi bundan keyin boshlanadigan jarayon hisoblanadi. Nutq vazifasi: jamoatchilik ongiga ta'sir qiladi va shu qatorda kerakli ma'lumotlarni muloqot orqali yetkazishdan iboratdir. Publisistikaning asosiy vazifalari- yangiliklarni reportaj qilish va sharhlash, faktlar va hodisalarni baholash. Publisistika uslubi tilning ikkita funksiyasini amalga oshiradi- ta'sir etuvchi va informatsion. Bu funksiyalarning o'zaro ta'siri publisistik uslubning o'ziga xosligididadir. Informatsion funksiya lug'atning neytral qatlamini, nutq me'yorlarini, xabarlarini og'zaki shakllantirish uchun zarur bo'lgan chiziqli lug'atni shakllantirishga olib keladi. Axborot va ta'sir qiluvchi funksiyalarning o'zaro ta'siri tufayli, shuningdek, gazeta matnini yaratish uchun shart- sharoitlar natijasida ikkinchisi ifoda va standart (V. G. Kostomarov), yangi, g'ayrioddiy narsalarni qidirish bilan tavsiflanadi. Ifodali vositalar, ko'pincha standart, shtampga aylanadi. Ijtimoiy baholash gazeta (jurnalistika) tilining asosiy xususiyatlaridan biri bo'lib, u nafaqat hodisa, fakt, hodisalar nominatsiyasini, balki ularni ijtimoiy baholash va talqin qilishni ham talab qiladi. Ijtimoiy baholash publisistika uslubini tubida sodir bo'ladigan asosiy til jarayonlarini belgilaydi. Ba'zi mafkuraviy sabablarga ko'ra, lingvistik vositalarni ijobiy va salbiy baholovchilarga keskin farqlash xarakterli edi.²

Publisistik usub janri- ishlab chiqarilgan(M. M. Baxtin), funksional va ommaviy axborot vositalarning " nisbatan barqaror tematik, kompozitsion va stilistik turlari" belgilangan. Odatda janrlarning uch guruhi ajratiladi: axborot(eslatma, reportaj, intervyu, reportaj), tahliliy(ma'ruza, maqola), yozishmalar va nashriyot shular jumlasidandir. Yana shuni xam aytib o'tish kerakki, gazeta-publisistik uslub leksik, morfologik, sintaktik til vositalaridan foydalanishni o'z ichiga oladi.

Gasprinskiyning publisistik asarlarini ana shu parametrlarga muvofiq keladi. Leksik vositalar haqida gapirganda shuni ta'kidlash kerakki, Gasprinskiy o'z publisistikasida ijtimoiy- siyosiy lug'at, jumladan, voqealikni anglatuvchi va ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan falsafiy, madaniy, sotsiologik va boshqa leksemalardan, shuningdek, siyosiy nutq so'zlaridan faol foydalangan. Bunga misol sifatida, XIX asr oxiri—XX asr boshlarida Qrimda nashr qilingan "Terjiman" gazetasi mazmunini tahlil qilish, boy lug'atga ega Gasprinskiy har doim leksik birliklarning xilma- xilligidan foydalana olganligini aytishga asos beradi.³ Publisistikada leksik takrorlash kabi usul ko'pincha qo'llaniladi- matnning ma'lum bir qismida bir xil so'z, ibora, ifodani ataylab takrorlash. Bu mustahkamlash tufayli o'quvchi e'tibori ushbu konteksga qaratiladi, bu uning qurilishiga ma'lum bir izchillik va tartib bag'ishlaydi. Ulardan iqtibos keltirish bilan o'quvchi e'tiborini taqdim e'tilayotgan materialga qaratibgina qolmay, balki o'zining bilimdonligi va dunyoqarashini ham ko'rsatadi. Muallifning publisistik asarlarida maqollar va matallar, frazeologik birliklar ko'p uchraydi. Qoidaga ko'ra, muallif u yoki bu maqolada aytilgan gaplarni umumlashtirib, uni maqol bilan yakunlaydi. Bunga misol tariqasida Gasprinskiyning "Zukko tatarlar haqida" maqolasini aytishimiz mumkin.

Jurnalistik nutq uslubining janrlari ommaviy axborot vositalariga xos bo'lgan muayyan kompozitsion va stilistik asar turidir.

Publisistik uslubda uchta asosiy uslub mavjud:

- 1) Axborot;
- 2) Analitik;
- 3) Badiiy va jurnalistik

Ularning har biri o'z tuzilishi, vazifalari va xususiyatlariga ega, tarkibi;

² Stylistic of publisistic

³ Nbpublish.com



- 1) Axborot jurnalistik uslubi
- 2) Analitik publisistik nutq uslubi
- 3) Badiiy va publisistik uslub

Bulardan biri bo'lgan axborot jurnalistik uslubi, axborot janrining yagona maqsadi bor: o'quvchini voqea haqida xabardor qilish. Uning vazifasi odamlarning ma'lum ma'lumotlarga har qanday reaksiyasini keltirib chiqarishdir. Ushbu uslubga yo'naltirilgan jurnalistik uslubning eng xarakterli misollariga quyidagilarni aytib o'tishimiz mumkin (Eslatma, reportaj, intervyu, eskiz, hisobot). Asosan, publisistik uslubning zamonaviy vakillari eslatmadan foydalanadilar. Eslatma- bu faktlar, voqealar, taxminlar, yangiliklar haqida qizqacha xabar beriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mirxamidovna, M. G. (2022). MAQOL VA MATALLARNING KOMMUNIKATIV XUSUSIYATI. *Eurasian Journal of Social Sciences, Philosophy and Culture*, 2(2), 125-129.
2. Madaminova, G. M. (2020). ON THE QUESTION OF DEFINING THE CONCEPT OF "SLANG". *Мировая наука*, (1), 41-44.
3. Mirxamidovna, M. G., & Musinovna, S. H. (2022). Communicative Characteristics of Proverbs and Languages. *International Journal of Formal Education*, 1(10), 11-17.
4. Musinovna, S. H., & Mirxamidovna, M. G. (2022). Paremiological Units in Uzbek, English and Russian. *International Journal of Formal Education*, 1(10), 18-21.
5. Musinovna, S. H., & Mirxamidovna, M. G. (2022). Paremiological Units in Uzbek, English and Russian. *International Journal of Formal Education*, 1(10), 18-21.
6. Mirxamidovna, M. G. (2023). PUBLISISTIKA VA UNING ZAMONAVIY TILSHUNOSLIKDAGI AHAMIYATI. *Journal of Universal Science Research*, 1(5), 883-891.
7. Mirxamidovna, M. G. (2023). PUBLISISTIKA USLUBIDA MAQOL VA MATALLARNING IFODALANISH XUSUSIYATLARI. *Journal of Universal Science Research*, 1(5), 594-599.
8. Sotvaldieva, K., Mirzayeva, D., & Odilov, M. (2023, May). THE RELATIONSHIP BETWEEN AFFIRMATION AND NEGATION. In *International Conference on Education and Social Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 156-158).
9. Sotvaldieva, K., & Odilov, M. (2022). LINGUISTIC UNITS EXPRESSING NEGATION IN DIFFERENT SYSTEMIC LANGUAGES. *Eurasian Journal of Academic Research*, 2(13), 544-548.
10. Kholmatova, E., & Sotvaldieva, K. (2023, April). THE PLACE AND SIGNIFICANCE OF ADJECTIVE WORDS USED IN THE FIELD OF EDUCATION. In *Academic International Conference on Multi-Disciplinary Studies and Education* (Vol. 1, No. 4, pp. 21-23).
11. qizi Usmonova, U. H., & Sotvaldieva, K. M. (2023). A COMPARATIVE ANALYSIS OF UZBEK AND ENGLISH SOMATIC PROVERBS. *GOLDEN BRAIN*, 1(13), 238-242.
12. Habibiloyevna, M. D. (2021). The Semantic Analysis of Slang in The Movie "School". *Journal of Pedagogical Inventions and Practices*, 3, 83-85.
13. Madazizova, D. X. (2021). Some Linguistic Peculiarities Of Slang. *Scientific progress*, 2(7), 1277-1278.
14. Xabililoyevna, D. M. (2022). VARIOUS SCIENTIFIC APPROACHES TO 'SLANG'. *American Journal of Interdisciplinary Research and Development*, 10, 303-305.
15. Madazizova, D. H. (2016). Качества, необходимые успешному преподавателю иностранного языка. *Ученый XXI века*, (5-1 (18)), 28-29.



16. Murotova, D. (2022). TURLI TIZIMLI TILLARDA UZR SO'RASHNI IFODALOVCHI FONETIK, LEKSIK VA MORFOLOGIK TIL VOSITALARI. *Science and innovation*, 1(B8), 260-262.
17. Oxonjonovich, A. S. (2023). ZAMONAVIY NEMIS TILI FRAZEOLOGIK NEOLOGIZMLARINING SINTAKTIK TUZILISHI VA SEMANTIKA TARKIBI. *TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI*, 3(8), 28-32.
18. Oxonjonovich, A. S. (2023, June). FRAZEOLOGIK TADQIQOTLAR TARIXIGA BIR NAZAR. In " *ONLINE-CONFERENCES*" PLATFORM (pp. 88-90).
19. Ibrohimowitsch, S. R., & Oxonjonowitsch, A. S. (2023). DIE WORTARTEN IM DEUTSCHEN. *XXI ASRDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR, FAN VA TA'LIM TARAQQIYOTIDAGI DOLZARB MUAMMOLAR*, 1(6), 28-31.
20. Okhonjonovich, A. S., & Ibrokhimovich, S. R. (2023). GENERAL CONCEPTS OF PHRASEOLOGICAL UNITS. *XXI ASRDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR, FAN VA TA'LIM TARAQQIYOTIDAGI DOLZARB MUAMMOLAR*, 1(6), 23-27.
21. Oxonjonovich, A. S., & Ibrohimovich, S. R. (2023). O'ZBEK VA NEMIS TILLARIDA JINS KATEGIRIYASINING GRAMMATIK QURILISHI. *XXI ASRDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR, FAN VA TA'LIM TARAQQIYOTIDAGI DOLZARB MUAMMOLAR*, 1(6), 19-22.
22. Абдилоев, Ш. О. (2023). ЎЗБЕК, ТОЖИК, РУС ВА НЕМИС ТИЛЛАРИДА УЙ ҲАЙВОНЛАРИ БИЛАН БОҒЛИҚ БЎЛГАН ЗООНИМ ФРАЗЕОЛОГИК БИРЛИКЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ. *XXI ASRDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR, FAN VA TA'LIM TARAQQIYOTIDAGI DOLZARB MUAMMOLAR*, 1(5), 149-152.
23. Абдилоев, Ш. О. (2023). ЎЗБЕК, ТОЖИК, РУС ВА НЕМИС ТИЛЛАРИДА УЙ ҲАЙВОНЛАРИ БИЛАН БОҒЛИҚ БЎЛГАН ЗООНИМ ФРАЗЕОЛОГИК БИРЛИКЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ. *XXI ASRDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR, FAN VA TA'LIM TARAQQIYOTIDAGI DOLZARB MUAMMOLAR*, 1(5), 149-152.

