

10-1-2019

A Publicist Discourse As A Conceptual Linguistic Unit Forming The Base Of The Text


Dilfuza TESHABAEVA

Uzbek state world languages university

Shaxodat USMONOVA

Uzbek state world languages university

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/philolm>

 Part of the [English Language and Literature Commons](#), [Language Interpretation and Translation Commons](#), [Linguistics Commons](#), [Other Languages, Societies, and Cultures Commons](#), and the [Reading and Language Commons](#)

Recommended Citation

TESHABAEVA, Dilfuza and USMONOVA, Shaxodat (2019) "A Publicist Discourse As A Conceptual Linguistic Unit Forming The Base Of The Text," *Philology Matters*: Vol. 2019 : Iss. 1 , Article 5.

Available at: <https://uzjournals.edu.uz/philolm/vol2019/iss1/5>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in Philology Matters by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact brownman91@mail.ru.



ЖУРНАЛ

Дилфуза ТЕШАБАЕВА, Шаҳодат УСМОҶОВА

ПУБЛИЦИСТИК ДИСКУРС МАТН АСОСИНИ ТАШКИЛ ҚИЛУВЧИ
КОНЦЕПТУАЛ ТИЛ БИРЛИГИ СИФАТИДА

Dilfuza TESHABAeva, SHAHODAT USMONOVA

A PUBLICIST DISCOURSE AS A CONCEPTUAL LINGUISTIC UNIT
FORMING THE BASE OF THE TEXT

Мақолада публицистик услуб хусусиятлари таҳлилга тортилган бўлиб, бу услубнинг стандарти ижтимоий жиҳатдан аҳамиятли ахборотни етказиш суръати билан боғлиқлиги асосланган. Шунингдек, публицистик дискурс матн асосини ташкил қилувчи концептуал тил бирлиги сифатида таҳлилга тортилган. Публицистик матндаги нутқий тузилиш улардаги концептуал сўзлар, баҳолаш мезонларини ўзида мужассам этган тил бирликларининг мутаносиблигига ҳам боғлиқ. Ижтимоий баҳолашга мойиллик матбуот матнларининг асосий хусусиятларидан биридир. Аниқки, газета тили, табиатига қўра, предметлар, воқеа-ҳодисаларни шунчаки баён этиш эмас, балки уларга бирор-бир ижтимоий гуруҳ, қатлам ёки жамият номидан қандайдир баҳо бериш, муносабат билдиришга қаратилган. Бу қонуният дастлабки газета-журналлар пайдо бўлганидан бери мавжуд бўлиб, ўз лексикасининг семантик тараққиётини ҳам белгилаб келмоқда.

Калит сўзлар: газета, оммавий ахборот воситалари, дискурс, матн, семантика, тил бирлиги, таъсир этиш.

В статье рассматриваются особенности публицистического стиля, обосновывается стандарт этого стиля, который основан на передаче социально значимой информации. Также публицистический дискурс был проанализирован как концептуальная единица текста. Структура речи в публицистическом тексте также зависит от согласованности языковых единиц, которые содержат концептуальные и оценочные единицы. Одной из главных особенностей прессы является тенденция к социальным оценкам. Очевидно, что газетный язык предназначен не просто для описания предметов и событий по своей природе, а для того, чтобы дать им определенную оценку от имени какой-либо социальной группы, класса или общества. Этот закон существует с самого начала появления первых газет и журналов, и он также разъясняет смысловое развитие своего лексикона.

Ключевые слова: газета, средства массовой информации, дискурс, текст, семантика, языковая единица, воздействие.

The article discusses the features of a publicistic style, justifies the standard of this style, which is based on the transfer of the socially significant information. Publicistic discourse was also analyzed as a conceptual unit of the text. The structure of speech in a journalistic text also depends on the consistency of the linguistic units, which contain conceptual and evaluative

Дилфуза Тешабаетва – ЎзДЖТУ профессори, филология фаълари доктори.
Шаҳодат Усмонова – ТерДУ ўқитувчиси.

units. One of the main features of the press is a trend towards social assessment. It is obvious that newspaper language is not intended simply to describe objects and events by their nature, but to give them a certain assessment on behalf of any social group, class or society. This law exists from the very beginning of the appearance of the first newspapers and magazines, and it also explains the semantic development of its vocabulary.

Key words: newspaper, media, discourse, text, semantics, language unit, impact.

Ҳозирги кунда газета лексикасидаги турли қатламларнинг стилистик бўёқдорликка эга бўлиб қолиши содир бўлмоқда. Ушбу жараён, айниқса, газеталарда ҳали охиригача шаклланиб улгурмаган нейтрал қатламнинг маълум даражада ўзгаришига олиб келди. Маълумки, мазкур лексик қатлам китобий ва сўзлашув услубига хос лексик бирликлар ҳисобидан доимо тўлиб туради. Газета нутқида турли услубга хос тил ресурсларининг тезкорлик билан адаптациялашуви ҳам кузатилмоқда. Бу ижтимоий ҳодисалар таъсири оқибатида рўй бериб турадиган ҳолатдир.

Келиб чиқиш манбаларидан қатъи назар, бу лексика газета тилида ягона нутқни ҳосил қилади. У ижтимоий жиҳатдан баҳолаш хусусиятига эга, газета публицистик нутқда бир хил функцияларни бажаради, айнан газетада ишлатилиши билан ажралиб туради. Иккиламчи қисм (периферия) – таркиби бўйича хилма-хил манбаларга дахлдор, бироқ газетада мунтазам ишлатилмайдиган сўзлардир. Одатда газетачилар баҳоловчи лексикани тўлдириш мақсадида муайян манбаларга мурожаат қилади. Бироқ ишлатилаётган сўзларнинг ўзи бирор аниқ жабага хослик сифатига эга эмас. Ахборот етказиш орқали аудиторияга таъсир ўтказиш юқорида санаб ўтилган вазифалар ичида энг асосийси ҳисобланади. Бироқ сўзлашувга хос лексикага ортиқча ружу қўйиш адабий меъёрларнинг бузилишига, олиб келмоқда. Бу эса газетанинг тарбиялаш вазифасига ҳалал бермоқда. Зеро, «матбуот тили намунавий тил бўлиб қолиши керак» [Abdusaidov A., 2005; 6].

Газета тилида адабий тилнинг барча стилларига хос элементларнинг қўлланиши унда китобий ва сўзлашув услубининг қоришиб кетишига, матбуот тилини ҳам адабий тилнинг бир кўриниши сифатида талқин этишга олиб келди [Abdusaidov A., 2005; 15]. Адабий тил тараққиётидаги бундай ҳолатлар ҳам тил тадқиқотчилари назаридан четда қолмади. Замонавий газета тилининг ўзига хос жиҳати икки тенденция – экспрессивликка интилиш ва стандартга мойилликдан иборат. Бу нарса публицистика бажарадиган айрим функциялар билан асосланганки, улар қуйидагича:

- маълумот етказиш функцияси;
- ишонтириш функцияси;
- эмоционал таъсир функцияси [Abdusaidov A., 2005; 40].

Газета-публицистик услубида ишонтириш ўқувчи ёки тингловчига эмоционал таъсир кўрсатиш воситасида амалга оширилади. Муаллиф етказилаётган маълумотга ўз муносабатини билдирибгина қолмай, муайян ижтимоий гуруҳ – партия, ҳаракат ва бошқаларнинг фикрини ҳам ифодалайди. Газета-публицистик услубининг асосий жиҳатларидан бири – унда эмоционал-экспрессивлик ўқувчи оmmasига таъсир кўрсатиш функцияси билан бевосита боғлиқ. Бу услубнинг стандарти ижтимоий жиҳатдан аҳамиятли ахборотни етказиш суръати билан боғлиқдир. Публицистиканинг бу принципини муаллиф экспрессия ва стандарт бирлиги деб таърифлайди. М.Н. Кожинанинг фикрича, экспрессия ва стандартнинг боғлиқлиги

муайян даражада ҳар қандай нутққа хосдир (Кожина М. Н., 1993; 224). Бироқ, айнан газета публицистикасида бошқа нутқий турлардан фарқли равишда, бу бирлик иборани ташкил этишнинг стилистик принципига айланади.

Газета тилининг ижтимоий функцияси “нутқ манзили”нинг ўзига хос хусусиятлари билан ҳам белгиланади. Газета тили сон жиҳатдан беҳисоб ва сифат жиҳатдан “нотекис” аудиторияга қаратилганлиги билан ажралиб туради. Газета-публицистик нутқда, оммавий, нотиклик нутқда бўлгани каби, “нутқ яратувчиси – нутқ манзили” антиномияси кейингисининг ҳисобига ҳал бўлади ва бу тилнинг ички ривожланиши билангина эмас, ижтимоий омиллар билан ҳам белгиланади [Solganik G.Ya., 1980; 22].

Стандартга мойиллик тенденцияси публицистиканинг илмий ва расмий-ишбилармонлик услубларига хос сиполик, маълумотга бой бўлишга интилишини англатади. Экспрессивликка мойиллик тенденцияси бадиий услуб ва сўзлашув нутқига хос мақбуллик ва фикрни ифодалашнинг образли шаклига интилишда намоён бўлади. Шу тариқа, публицистик нутқда турли услубларнинг ўзига хос хусусиятлари мужассамлашади. Публицистик услуб бир вақтнинг ўзида ҳам консервативлик, ҳам ҳаракатчанлик хусусиятига эга. Бир томондан, публицистик нутқда етарли миқдорда қолиплар, ижтимоий-сиёсий ва бошқа терминлар мавжуд, бошқа томондан эса, ўқувчини ишонтиришга интилиш унга таъсир кўрсатиш янги-янги тил воситаларидан фойдаланишни талаб этади. Бадиий ва сўзлашув нутқининг бутун бойлиги ҳам айнан шу мақсадга хизмат қилади.

Публицистик дискурсе унда аввалдан мустаҳкам жой олган концептларни лисоний таъкидлаш деб ҳам талқин этилиши мумкин. Улар идеологемалар деб ҳам аталади [Klushina G. I., 2007; 80].

Публицистик матндаги идеологемалар публицистик дунё манзарасининг бир қисми, элементиدير [Solganik G.Ya., 2000; 45]. Концепт – тан олинган маданий ҳодиса, дунё ҳақидаги содда тасаввурларнинг унсури, барчага маълум ижтимоий онг шаклидир. Идеологема эса эндигина шаклланаётган янги концепт, у вақт ўтиши билан онг шаклига айланади, яъни у бўлғуси концепт, у келажакка йўналтирилган [Solganik G.Ya., 2000; 45]. У омма онгида муайян тил бирликлари ёрдамида вербал-ментал стереотип сифатида муҳрланиб қолади. Шунга кўра ижтимоий ва шахсий идеологемалар фарқланади. Ижтимоий идеологемалар жамият тараққиётининг муайян босқичидаги мақсад ва мўлжалларни ифодаласа, шахсий идеологемалар ахлоқий—дидактик вазифаларни бажаради, фуқароларда янгича ижтимоий ҳуқ-атвор кўникмаларининг шаклланишига ёрдам беради (масалан. аллома ёки ваҳший) ёки масалан, республика, жумҳурият, озод Ватан, истиқбол, истиқлол – мустақиллик даврига хос идеологемалар ҳисобланади; Совет иттифоқи, ёвузлик империяси, тоталитар давлат каби идеологемалардаги аввалги ижобийлик ҳозирга келиб салбий баҳолаш билан алмашди.

Мисоллардан кўриниб турибдики, публицистик дискурсе – матн асосини ташкил қилувчи концептуал тил бирликлари семантикаси “ёвузлик” ва “эзулик” каби фалсафий категориялар замирида яратилади. Шунинг учун ҳам улар публицистик универсал ҳодисалар дея таърифланади. Ҳар бир даврнинг идеологема ва концептлари, асосан, таъсир кучига эга метафорик иборалардан ташкил то-

пади: совуқ уруш, жоҳилия даври, мафкуравий полигон, мафкуравий иммунитет, миллий истиқлол, зулматли ўрта асрлар қаъридан ва б. Газета-публицистик услуби ижтимоий-сиёсий соҳада ва нотификлик чиқишларида, газета жанрларида (репортаж, хабар, интервью, рецензия, эссе, очерк) ва даврий нашрларда (публицистик мақолаларда) қўлланилади. У ҳам ёзма, ҳам оғзаки шаклда намоеён бўлади.

Таъсирчанлик функцияси – газета-публицистик услуби учун энг муҳим вазифа саналади. Шу боисдан публицистиканинг табиати, ифодали восита ҳамда манбалари ҳақидаги масаланинг тўғри ҳал этилиши фақат назарий эмас, катта амалий аҳамиятга ҳам эгадир.

Публицистика эмоционал, таъсирчан, ифодали соҳадир, бироқ бу таъсирчанлик табиати бадиий адабиётдан фарқ қилади, чунки у образли эмас. Г.Я. Солганик публицистикани бадиий адабиёт билан “адабиётнинг бирламчи элементи” – яъни сўз яқинлаштиради; сўздан фойдаланиш хусусияти, табиати, услубияти турлича эканлиги эса уларни бир-биридан фарқлайди, дея таърифлайди [Solganik G.Ya., 1980; 22]. Бадиий адабиётнинг эстетик идеали – воқеликни образли тарзда акс эттириш, публицистиканинг эстетик идеали эса – фикр ва нутқнинг чуқурлиги, мазмунан бойлиги, эҳтиросли ва эмоционал бўлишидир. Публицистика ва бадиий адабиётда воқеликнинг ўзига турлича ёндашилади.

Газета тилига хос андозавий бирликлар ОАВ фаолияти маҳсули ҳисобланади. Чунки улар фақат ОАВ доирасида яратилади ва қўлланилади. Ахборот етказиш зарурати андозавийликни келтириб чиқарган бўлса, унга баҳо бериш эҳтиёжи таъсирчанликни тақозо этди. Бундай анъана тадқиқотчилар томонидан қонуният деб эътироф этилган [Abdusaidov A., 2005; 37]. Андозавийлик, яъни муайян сўз бирикмалари ва жумлаларни қайта-қайта қўллаш ҳодисаси тилнинг барча услубларида кузатилади. Л. В. Шчерба уларнинг пайдо бўлиш сабаблари ҳақида: “Адабий тилимиз бизни аввалдан тахт қилиб қўйилган тайёр қолипларни ишлатишга мажбур этади”, деб ёзган эди [Шчерба Л. В., 1974; 28].

Француз тилшуноси Ш. Балли айтганидек, қолипчилик, андозавийлик журналистик фаолиятдаги тезкорлик, мавзулар ва вазиятларнинг такрорланувчанлиги ҳамда даврийлиги туфайли юзага келади [Balli Sh., 1961; 109]. Танланган мавзуга муносабат билдириш, уни баҳолаш, бошқача қилиб айтганда, ҳис-туйғуларни ифодалаш усулларини излаш шундай коммуникатив мақсадларга хизмат қилувчи тил воситаларининг тез орада қолип ва андозалар тоифасига ўтиб қолишига олиб келади. Г. Винокурнинг фикрича, матбуот нутқидаги қолипбозлик табиий ва прогрессив жараён. У турли мулоқот соҳалари ва мақсадлари учун тайёр нутқ шакллари яратишга қаратилган [Vinokur G.O., 1935; 182-184].

Тадқиқотчилар орасида қолип ва андоза, ибора ва сўзлар хусусида ўзгача фикр ҳам мавжуд. Унга кўра, ортиқча «қолипбозлик» матн ёки нутқнинг қуруқ, трафаретли, зерикарли қилиб қўйиши мумкин. Бироқ қолип лисоний хилма-хиллик ва бойликка зид бўлмай, шу билан бирга, муаллифдан индивидуал маҳорат, ўзига хослик, оригиналлик ва юксак дидни ҳам тақазо этади.

Мулоқотга киришган кишиларнинг аксарияти тайёр қолип, сўз ва иборалар воситасида гапириши ҳамда ёзиши хусусида С.И. Виноградов ҳам фикр билдирган [Vinogradov S.I., 1994; 44-46]. Бу ҳол матбуот учун анъанавий бўлган

андозавийлик умумлисоний хусусият эканлигидан далолат беради. Бироқ лисоний андоза турли услубларда ҳар-хил намоён бўлади. Масалан, газета тилида ҳаракатчан ва ўзгарувчан шаклда, ахборот жанрларида андозавийлик кўзга яққол ташланса, бадиий-публицистикада деярли сезилмайди.

Матбуот тили, хусусан, газета тилининг шаклланиши ва ривожланиши билан боғлиқ масалалар биринчи марта рус тилшуноси Г.О. Винокур томонидан ўрганилган. Газетадаги андозавийликни у газета тили учун доимий ва ижобий аҳамиятга эга хусусият сифатида баҳолаган. Унинг таъкидлашича, «ахборот истеъмолчисининг иложи борича кўпроқ қисмини ва иложи борича юқори даражада тезкорлик билан ўз вақтида ахборот етказиш зарурати уни ишлаб чиқариш жараёнининг автоматлашуви ва механизациялашувига олиб келади. Газетадаги энг кўп ва тез-тез қўлланидиган ибора ва жумлалар тайёр қолип асосида тузилади. Улар газета материаллини тайёрлаш жараёнида ишлаб чиқилади ва лисоний қолиплар тарзида намоён бўлади» [Vinokur G.O., 1935; 183]. Бу ўзбекча газеталар тилида ҳам кузатилади. Масалан: йўл қўйишди; эканлиги таъкидланди; бошқарди; олиб борди; таъкидланди; тўғрисида айтилди; кузатилди; вазифалари баён этилди, тааллуқли вазифалар баён этилди. “... дахлдор бўлган ҳар биримизга тааллуқли бўлган вазифалар баён этилди”; “Ватанимизнинг барча фуқароларига тааллуқли бўлган вазифалар баён этилган” (“Халқ сўзи”).

Газета матнларида таъсирчанликка хизмат қилувчи тил воситалари билан бирга, унга хос бўлган андоза (қолип) бирикмалардан ҳам кенг фойдаланилади. Масалан: расмий ташриф буюрди; воқеа содир бўлган жойдан; ножўяликларга изн бермаслик; дилдан мулоқот; ечимини кутаётган муаммолар; ривожни паст; ҳар гектар ердан; жорий йилда ва б.

Бундай сўзларнинг пайдо бўлишида ахборотнинг айнан газета ёхуд журнал кўринишидаги ахборот етказиш воситасида тарқатилгани муҳим лисоний бўлмаган омил бўлиб хизмат қилган. Ахборотнинг улар ёрдамида макон ва замонни осонликча енгиб ўтиши, замоннинг ўтмиш, замонавийлик ва келажак даврларига бўлиниш имкониятини очиб берди. Ахборотнинг оғзаки ва ёзма кўринишида тарқатилиши ҳам қолип сўзларнинг пайдо бўлишига муайян даражада туртки бўлган. Айрим тадқиқотчиларнинг таъкидлашича, оғзаки ошкора нутқда қолип сўзлардан кўпроқ фойдаланилади. Бу ҳол оғзаки нутқда нотикнинг барчага маълум билим, тушунча ва фикрларга таяниши билан ҳам изоҳланади [Zadronov M. N., 1998. 15]. Матбуотда таъсирчанлик жанрларнинг ўзига хос хусусиятлари орқали белгиланади. Ахборот жанрларида бундай коммуникация мақсадига нейтрал тил воситалари ёки нейтраллашган сўз ва иборалар хизмат қилса, қолган матбуот жанрларида бунга тескари манзара кузатилади. Масалан: дала юлдузлари, оқ олтин ижодкорлари ва б. Газета-публицистик нутқи – бу, аввало, таъсир кўрсатиши лозим бўлган нутқ, шу боисдан аудиториянинг манфаатларини максимал даражада ҳисобга олади. Демак, нутқ манзили нуқтаи назаридан ҳам газета нутқи ижтимоий жиҳатдан ўта аҳамиятлидир. Газета матнларида юқорида қайд этилган лисоний ифода воситаларини қўллашда муаллифнинг ўрни алоҳида аҳамиятга эга. Матбуот матнида келтирилган воқеа-ҳодисалар баёнида муаллифнинг аралашуви – унинг ўзига хослиги, кучи ва ифодалилигини белгиловчи қонуният сифатида намоён бўлади. Му-

аллиф нима ҳақида сўзламасин, унинг нутқида бевосита ва билвосита унинг овози, баҳоси, ҳис туйғулари, фикрлар «занжири», мавзуга қизиқиши орқали муносабати аниқланади: «Келинг, батафсил гапира қолай» (“Халқ сўзи”); “Ушбу кўнгил эътирофимда Ватанимиз пойтахти...” (“Хуррият”).

Замонавий матбуот тили – мураккаб адабий маҳсулот бўлгани учун унинг адабий тилга таъсирини ҳам ижобий баҳолаш мумкин.

Умуман олганда, матбуот матнларини яратиш публицистик дискурсе сифатида тавсифланади ва коммуникатив, услубий ва тил меъёрларига мувофиқ равишда яратилади.

Публицистик матнни яратишда ишонтириш эҳтиёжи керакли семантик ва стилистик заҳираларни жалб этишни тақозо этади. Масалан, баҳолаш орқали ишонтириш, матндаги стилистик оҳангнинг адресатга таъсири ва ундаги асосий вояни талқин этиш услуби кабилар муҳим аҳамиятга эга. Масалан, “Юртбошимиз билан бўлган ушбу илк учрашув ҳаётимизда ўчмас из қолдирди. У зотнинг камтарлиги, инсонга бўлган эътибори, воят меҳрибонлиги ўшанда мени ҳайратда қолдирган. Шу кундан бошлаб Президентимизнинг буюк келажак, Ватанимизнинг ёруғ истиқболи ҳақидаги ҳаётбахш сўзлари, бу йўлда олиб бораётган дадил қатъий сиёсати ва кўлами ҳаётимнинг мазмунига айланди” (“Хуррият”).

Юқорида қайд этилган мулоҳазалардан хулоса қилиб айтиш мумкинки, ҳозирги замон ўзбек газета тилида асосан икки тенденция кўзга ташланади: биринчидан, расмий матбуот нашрларида расмий услуб сақланиб қолган бўлса; иккинчидан, кўнгилочар матбуот нашрларида турли услубларнинг қоришиғи маҳсули бўлмиш бадиий-публицистик услуб ҳукмрон. Бу, албатта, инсонлараро мулоқотнинг оммавийлашгани учун матбуотнинг ана шу оммавийликка хизмат қилиши билан изоҳланади. Бироқ, матбуот тили китобий услубга мансуб. Ҳар қандай ОАВ вербал матнда умумида адабий тил меъёрлари билан бирга, унинг бир кўриниши бўлмиш китобий услуб меъёрларига ҳам риоя этиш талаб этилади. Мазкур услуб доирасида расмий вазиятларда нутқий мулоқот амалга оширилади.

Газета матнларида коммуникатив мулоқот меъёрлари лисоний доирасида ҳамжиҳатлик ва хушмуомалалик принциплари сифатида намоён бўлади (уларни айрим ҳолларда максима ёки постулатлар деб ҳам аташади). Масалан, “Ўзбек оиласи. Нақадар бағрикенг, меҳрибон, шарафларга бурканган ҳикмат бу”; “Сизга сиҳат-саломатлик, иймон эътиқод, оилангизга беғубор ҳаёт тилайман” (“Давр овози”); “Сизни Тошкентда қутлашдан мамнунмиз. Сиз орқали Малайзия раҳбарияти ва халқига ҳурмат-эҳтиромимизни изҳор этамиз” (“Адолат”); “Ҳурматли газетхон, сиз тагин ушбу мақолани ўқиётиб...” (“Хуррият”).

Муайян коммуникатив фаолиятда ушбу принциплар ҳар бир коммуникация қатнашчисининг нутқий стратегияси ва тактикасига айланади, улар асосида белгиланган коммуникатив мақсадлар амалга оширилади.

Ҳар қандай ифода воситаси, айниқса, у эмоционал-экспрессив таъсир кўрсатишга мўлжалланган бўлса, вақт ўтиши билан ўз ифодалилик кучини йўқотади, ундаги баҳолаш хусусиятлари эса янгиланиш ёки ўзгартирилишга мойил бўлиб қолади.

Публицистика тасвирий ифода воситаларининг муҳим жиҳатларидан бири унинг баҳолаш хусусиятига эга эканлигидан иборат. Газета, публицистика экс-

прессив воситаларга жуда муҳтож. Бироқ газета-публицистик нутқда экспрессия яққол кўриниб турган ижтимоий хусусият устундир. Бу, аввало, мақсадга йўналтирилган, танланган, баҳоловчи хусусиятга эга экспрессиядир. Кўчма маънодаги сўз ва иборалар публицистикада гапнинг беазаги, материални жонлантириш воситаси сифатида ўз-ўзидан эмас, балки улар кўрсатадиган баҳоловчи таъсир нуқтаи назаридан қимматлидир. Газета-публицистик услуби, ОАВ ва тарғибот воситаларининг спецификаси, бир томондан, кўчма маънодаги сўзлардан фойдаланишга муайян чекловларни қўйса, иккинчи томондан, уларни худди махсуслаштиригандек айнан газета-публицистик услуби вазифалари билан асослаган бўлади.

Публицистика тилининг ижтимоий жиҳатдан баҳоланган принципи нутқ шакли, турини белгилайди, унинг тузилишида аке этади. Демак, нутқ публицистик турининг тузилиши унинг энг муҳим вазифаси — ўқувчига бевосита, тўғридан тўғри таъсир этиш вазифасига тўла мос келади. Публицистика тилининг бош хусусияти шундан иборатки, нутқ яратувчисининг позицияси публицистика нутқининг очиқлиги, ҳақиқийлиги, субъективлиги ва бирёқлама эканлиги билан муаллиф “мен”га мос келади.

Айнан ижтимоий нуқтаи назардан баҳоланган умумадабий тил ва бошқа манбалардан керакли сўзларни танлашни талаб этади, матбуот лугат таркибини кенгайтиради (масалан, демократизация натижасида), лексик бирликларнинг умумий стилистик хусусиятларини белгилайди.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Abdusaidov A. Gazeta janrlarining til xususiyatlari. Filol. fan. d-ri..... avtoref. —Toshkent, 2005. 37 - b.
2. Balli Sh. Fransuzkaya stilistika. —M., 1961. —S.109.
3. Vinogradov S.I. Yazik pressy kak sfera formoobrazovaniya i normativnoy refleksii // Yazik SMI i obshche problemy sovremennoy publitsistiki. Tezisy nauchnoy konferensii / F-t jurn. MGU. —M., 1994. - S. 44-46.
4. Vinokur G.O. Kultura yazika // Ocherki lingvisticheskoy texnologii. -M., 1935, -S. 183.
5. Zadrinov M.N. Assortiment dlya kontinenta / Ogonek.1998. № 15.
6. Kakorina Ye.V. Novizna i standarty v yazike sovremennoy gazeti // Poetika. Stilistika. Yazik i kultura. Pamyati Tatyany Grigorevny Vinokur. — M.: Nauka, 1996. - S. 169-181.
7. Klushina G.I. Publitsisticheskiy tekst v pragmaticheskom aspekte. Kollektivnaya monografiya. Yazik massovoy i mejlichnostnoy kommunikatsii. —M.: Media Mir. 2007. - S. 80.
8. Kojina M.N. Stilistika russkogo yazika. —M.: Prosveteniye, 1993. —S. 224.
9. Lesakova I.P. Tip gazeti i stil publikatsii. Opyt sotsiolingvisticheskogo issledovaniya. —L., 1989.
10. Panov M.V. Iz nablyudeniya nad stilem segodnyashney periodiki // Yazik sovremennoy publitsistiki. —M., 1988.
11. Solganik G.Ya. O strukture i vajneyshix parametrx publitsisticheskoy rechi (yazika SMI) // Yazik sovremennoy publitsistiki. —M., 2000. -S. 45.
12. Solganik G.Ya. Obshnye osobennosti yazika gazeti ././ Yazik i stil sredstv massovoy informatsii i propagandy. —M.: Iz-vo MU, 1980. —S. 22.
13. Щерба L.V. Yazik. Sistema i rechevaya deyatelnost. —L.: Nauka, 1974. —S. 28.
14. Yazik massovoy i mejlichnostnoy kommunikatsii. —M.: Media-Mir, 2007. - S. 15.