

QO'QON DAVLAT
PEDAGOGIKA INSTITUTI
ILMIY XABARLARI
(2025-yil 3-son)



FILOLOGIYA
PHILOLOGY

PUBLITISTIK USLUBNING SHAKLLANISHI VA UNING ILMIY-ASOSIY XUSUSIYATLARI

Muxiddinova Ruxshona

Samarqand davlat chet tillar instituti o'qituvchisi

Annotatsiya: Publitsistik uslub tilshunoslikning muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib, uning asosiy vazifasi jamoatchilik fikrini shakllantirish, axborotni ommaga yetkazish va ijtimoiy muammolarni yoritishdan iborat. Ushbu uslubning og'zaki va yozma shakllari mavjud bo'lib, har biri o'ziga xos stilistik xususiyatlarga ega. Notqlik san'ati auditoriya bilan bevosita muloqotni ta'minlasa, esse va publitsistik maqolalar siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy masalalarga tahliliy yondashish imkonini beradi. Publitsistik uslubning asosiy xususiyatlari mantiqiy izchillik, emotsional ta'sirchanlik va ifoda ixchamligidir.

Kalit so'zlar: publitsistik uslub, notqlik san'ati, esse, publitsistik maqola, jamoatchilik fikri, stilistik vositalar, axborot yetkazish, lingvistik tahlil, emotsional ta'sirchanlik.

Annotation: The publicistic style is an important branch of linguistics, primarily aimed at shaping public opinion, delivering information to the masses, and addressing social issues. This style has both oral and written forms, each with its own stylistic features. Oratory ensures direct interaction with the audience, while essays and journalistic articles provide analytical insights into political, economic, and social matters. The key characteristics of publicistic style include logical consistency, emotional expressiveness, and brevity of expression.

Keywords: publicistic style, oratory, essay, journalistic article, public opinion, stylistic devices, information delivery, linguistic analysis, emotional expressiveness.

Аннотация: Публицистический стиль является важным направлением лингвистики, основной целью которого является формирование общественного мнения, передача информации массам и освещение социальных проблем. Данный стиль имеет как устную, так и письменную формы, каждая из которых обладает своими стилистическими особенностями. Ораторское искусство обеспечивает прямое взаимодействие с аудиторией, тогда как эссе и публицистические статьи предлагают аналитический взгляд на политические, экономические и социальные вопросы. Основными характеристиками публицистического стиля являются логическая последовательность, эмоциональная выразительность и краткость изложения.

Ключевые слова: публицистический стиль, ораторское искусство, эссе, публицистическая статья, общественное мнение, стилистические средства, передача информации, лингвистический анализ, эмоциональная выразительность.

Kirish. Publitistik uslub tilshunoslikning alohida sohalaridan biri bo‘lib, uning asosiy vazifasi ommaga ma’lumot yetkazish, jamoatchilik fikrini shakllantirish va ijtimoiy muammolarni yoritishdan iboratdir. Ushbu uslub XVIII asrning o‘rtalarida shakllangan bo‘lib, uning turli janrlarda namoyon bo‘lishi va o‘ziga xos uslubiy xususiyatlarga ega ekanligi ilmiy tadqiqotlar natijasida aniqlangan. Publitistik uslub boshqa uslublardan ajralib turadigan xususiyatlarga ega bo‘lib, ayniqsa, uning og‘zaki va yozma shakllari mavjudligi uning lingvistik tahlilini chuqurroq o‘rganish zaruratini yuzaga keltiradi, uning asosiy vazifasi jamiyatga axborot yetkazish, jamoatchilik fikriga ta’sir o‘tkazish va muayyan ijtimoiy, siyosiy hamda iqtisodiy masalalar bo‘yicha muallifning qarashlarini ommaga yetkazishdan iboratdir. Publitistik uslubning boshqa uslublardan farqli jihati – uning og‘zaki va yozma shakllarga ega ekanligidir. Publitistik uslubning ikki asosiy og‘zaki shakli mavjud:

1. Notqlik (ma’ruzaviy) uslubi – auditoriya bilan bevosita muloqot qilish orqali axborot yetkazish va ta’sir o‘tkazish vositasi hisoblanadi.

2. Radio va televideniye sharhlari – zamonaviy ommaviy axborot vositalari orqali nutqiy ta’sir ko‘rsatish imkonini beradi.

Shuningdek, publitistik uslubning ikki yozma shakli mavjud: Esse – axloqiy, falsafiy va adabiy jihatdan chuqur tahlil qilingan matn shakli bo‘lib, muallifning shaxsiy nuqtai nazariga asoslanadi. Publitistik maqolalar – siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy mavzularga bag‘ishlangan ilmiy-amaliy tahliliy materiallar hisoblanadi. Publitistik uslubning asosiy maqsadi – jamoatchilik fikriga ta’sir ko‘rsatish, auditoriyani muayyan g‘oya va qarashlarni qabul qilishga undashdan iborat. Bu uslub quyidagi lingvistik xususiyatlarga ega [5,56]: Mantiqiy va izchil sintaktik tuzilish – jumlar aniq, ravon hamda bir-biri bilan uzviy bog‘langan bo‘lishi kerak. Bog‘lovchilar tizimining keng qo‘llanilishi – matnning yaxlitligi va tushunarligini ta’minlaydi. Puxta paragraf tuzilishi – fikrlarning izchil ifodalanishiga xizmat qiladi. Hissiy ta’sirchanlik – emotsional ma’noga ega so‘zlar orqali amalga oshiriladi. Muallifning shaxsiy uslubining kam sezilishi – publitistik matn ommaviylikni ta’minlashga qaratilgan bo‘lib, individual uslubiy xususiyatlar kamroq uchraydi. Ifoda ixchamligi – ma’lumotni qisqa, lekin mazmunli shaklda yetkazish publitistik uslubning asosiy jihatlaridan biridir. Notqlik uslubi publitistik uslubning og‘zaki bo‘limi hisoblanadi. Notiqning auditoriya bilan bevosita muloqoti yozma va og‘zaki tilning sintaktik, leksik va fonetik xususiyatlarini uyg‘unlashtirish imkonini beradi. Notqlik uslubining asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat: Auditoriyaga bevosita murojaat qilish – nutqning jonli va ta’sirchan bo‘lishiga yordam beradi. Ba’zan so‘zlarning qisqartirilgan shaklda ishlatilishi – muloqot jarayonining tabiiyligini oshiradi. Suhbat uslubiga xos so‘zlardan foydalanish – auditoriyaning e’tiborini saqlashga xizmat qiladi. Stilistik vositalar va ularning qo‘llanilishi Notqlik uslubida stilistik vositalar muayyan nutq sharoitiga bog‘liq holda qo‘llaniladi. Auditoriya eshitgan ma’lumotni eslab qolishi lozim bo‘lgani sababli, notiqalar ko‘pincha takrorlash usulidan foydalanadilar. Bu usul asosiy fikrlarni yaxshiroq tushunish va xotirada saqlash imkonini beradi. Bundan tashqari, quyidagi stilistik vositalar keng qo‘llaniladi: O‘xshatish (simile) – ma’lum bir tushuncha yoki hodisani tasvirlash uchun o‘xshash ob’ekt

bilan solishtirish. Metafora – ma’no jihatidan umumiylik mavjud bo‘lgan hodisalar yoki ob’ektlarni bevosita bog‘lash orqali ta’sirchanlikni oshirish [4,152]. Biroq publitistik uslubdagi metaforalar odatda an’anaviy bo‘ladi, chunki murakkab stilistik vositalar auditoriyaning tushunishiga qiyinchilik tug‘dirishi mumkin. Shuning uchun publitistik uslub ifodaviylik va tushunarliklik o‘rtasidagi muvozanatni saqlashga intiladi. Publitistik uslub bugungi kunda eng keng qo‘llaniladigan va jamiyat hayotida muhim o‘rin tutadigan lingvistik vositalardan biridir. U ijtimoiy fikrni shakllantirish, muhim axborotlarni ommaga yetkazish va auditoriyani ma’lum bir nuqtai nazarga ishonitirish funksiyalarini bajaradi. Publitistik uslubda mantiqiy izchillik, sintaktik tuzilish, bog‘lovchilar tizimi va ifoda ixchamligi yetakchi o‘rinni egallaydi. Notiqlik uslubi esa publitistik uslubning og‘zaki shakli sifatida auditoriya bilan bevosita muloqot qilish, hissiy ta’sir o‘tkazish va axborotni tushunarli yetkazish imkonini beradi. Shu sababli publitistik uslub ham nazariy, ham amaliy jihatdan tahlil qilinishi lozim bo‘lgan dolzarb yo‘nalishlardan biridir.

Publitistik uslub uchta asosiy shaklga bo‘linadi:

1. Notiqlik san’ati – ommaviy nutqlar, ma’ruzalar va chiqishlar orqali amalga oshiriladi. Ushbu shakl tinglovchilarga bevosita ta’sir o‘tkazish imkonini beradi.
2. Esse – falsafiy, axloqiy va adabiy mavzularga bag‘ishlangan bo‘lib, subyektiv qarashlar asosida tahlil qilinadi.
3. Maqolalar – gazeta va jurnallarda chop etiladigan siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy mavzularga oid tahliliy matnlar.

Shuningdek, radio va televideniye rivojlanishi natijasida publitistik uslubning yangi shakllari – radio sharhlari va televideniye chiqishlari ham shakllangan. Bu turlar og‘zaki nutq elementlarini o‘z ichiga oladi va tinglovchi yoki tomoshabinga bevosita ta’sir o‘tkazish maqsadida ishlab chiqiladi.

Publitistik uslubning eng asosiy maqsadi – jamoatchilik fikriga ta’sir ko‘rsatish, axborot yetkazish va uni talqin qilishdir. Ushbu uslub quyidagi funksiyalarni bajaradi: Axborot funksiyasi – dolzarb mavzularda ishonchli va haqqoniy ma’lumot yetkazish. Ta’sirchanlik funksiyasi – o‘quvchi yoki tinglovchini muayyan fikrga yo‘naltirish. Madaniy-tarbiyaviy funksiyasi – jamiyat a’zolarini tarbiyalash va ularning madaniy saviyasini oshirish. Hissiy-estetik funksiyasi – obrazli ifodalardan foydalanib, auditoriyaga kuchli ta’sir o‘tkazish [2,36].

Publitistik uslubda emotsional ta’sir ko‘rsatish muhim omil hisoblanadi. Nutqning ekspressivligi, stilistik vositalarning samarali qo‘llanilishi matnning jozibadorligini oshiradi. Publitistik uslub mantiqiy izchillik, aniq sintaktik tuzilish va hissiy ta’sir vositalaridan foydalangan holda ommaga yetkaziladi. Uning lingvistik jihatlari quyidagilardan iborat: Mantiqiy bog‘liqlik va izchillik – fikrlar bir-biri bilan bog‘langan bo‘lib, auditoriya uchun tushunarli shaklda ifodalanadi. Hissiy ta’sir vositalari – metafora, tashbeh, epitet va boshqa badiiy vositalar orqali matn ta’sirchanligi oshiriladi.

Tahlil va natijalar. Rasmiy va norasmiy uslublarning uyg‘unligi – maqola va esse janrlarida individual uslub sezilarli bo‘lsa, gazeta maqolalarida rasmiylik ustunlik qiladi.

Xulosaviy va chaqiruvchi tusdagi gaplar – auditoriyani aniq harakatga undovchi jumlarlar keng qo‘llaniladi. Publitistik uslub mantiqiy izchillik jihatidan ilmiy uslubga yaqin bo‘lsa-da, uning asosiy farqi hissiy ta’sir kuchining yuqoriligidadir. Ilmiy uslub aniq dalillar, faktlar va obyektiv yondashuvga asoslangan bo‘lsa, publitistik uslub hissiyotga yo‘g‘rilgan va auditoriyani muayyan pozitsiyani qabul qilishga undaydi [1,14].

Publitistik uslubda quyidagi ilmiy uslub elementlari mavjud: Mantiqiy va aniq fikrlar – publitistik matnlar ob’yektiv ma’lumotlarga asoslanishi kerak. Terminlar va tushunchalar – ilmiy atamalar siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy maqolalarda keng qo‘llaniladi. Analitik yondashuv – publitistik maqolalarda ham faktlar tahlil qilinadi, xulosalar chiqariladi.

Biroq, publitistik uslubda ilmiy uslubdan farqli ravishda, obrazli ifodalar, metaforalar, emotsional ta’sirchanlik va oddiy uslubiy konstruksiyalar ham keng ishlatiladi.

Qisqa yangilik xabarning asosiy vazifasi o‘quvchini ma’lumot bilan ta’minlashdan iborat. Yangilik xabarlarini asosan aniq va xolis ifodalanadi hamda andozaviy ifoda shakllari ustunlik qiladi. Tabiiyki, gazeta uslubida qo‘llaniladigan lug‘at tarkibi asosan adabiy tilga xos bo‘lib, keng tarqalgan so‘zlardan tashkil topadi. Shu bilan birga, gazeta uslubining o‘ziga xos lug‘aviy xususiyatlari ham mavjud bo‘lib, ular quyidagilarda namoyon bo‘ladi:

a) maxsus siyosiy va iqtisodiy atamalar – masalan, konstitutsiya, prezident va hokazo.

Inglizcha misol (The Guardian): "The Prime Minister emphasized the need for a new economic reform during his recent speech." (The Guardian gazetasi). **O‘zbekcha misol (Xalq So‘zi):** "Prezident o‘z nutqida yangi iqtisodiy islohotlarning ahamiyatini ta’kidladi." (Xalq So‘zi gazetasi). English Example (The Guardian): "The President signed the new constitution into law yesterday." Uzbek Example (Xalq So‘zi): "Konstitutsiyaga o'zgartirishlar kiritish bo'yicha prezident tomonidan imzolandi."

b) noatama siyosiy leksika – masalan, jamoatchilik, xalq, birlik kabi so‘zlar. **Inglizcha misol (The Times):** "The unity of the people is crucial in overcoming the ongoing crisis." (The Times gazetasi). **O‘zbekcha misol (O‘zbekiston Ovozi):** "Mamlakat taraqqiyoti uchun xalq birligi muhim ahamiyat kasb etadi." (O‘zbekiston Ovozi gazetasi).

c) gazeta klişelari – o‘quvchiga yaxshi tanish bo‘lgan, tez-tez uchraydigan andozaviy iboralar. Gazeta sarlavhalarida bunday klişelardan ko‘proq foydalaniladi, chunki ular matnga o‘ziga xos rang-baranglik va hissiy ta’sir baxsh etadi. Masalan: dolzarb muammo, amalga oshirish yo‘lida kabi iboralar. **Inglizcha misol (The Daily Telegraph):** "The rising unemployment rate remains a pressing problem for the government." (The Daily Telegraph gazetasi), "The energy crisis remains a pressing problem for the government. (BBC News)". **O‘zbekcha misol (Darakchi):** "Ishsizlik darajasining oshishi dolzarb muammo bo‘lib qolmoqda." (Darakchi gazetasi), "Energetika inqirozi dolzarb muammo bo'lib qolmoqda. (Kun.uz)"

d) qisqartmalar – tashkilotlar, davlat va jamoat idoralari, siyosiy uyushmalar, sanoat va boshqa kompaniyalar nomlari odatda ularning bosh harflari orqali qisqartirilgan holda

qo‘llaniladi. Masalan: BMT (Birlashgan Millatlar Tashkiloti), TIV (Tashqi Ishlar Vazirligi) va hokazo.

e) neologizmlar – tilga yangi so‘zlarning yoki mavjud so‘zlarning yangi ma’noda kirib kelishi. Neologizmlar gazeta tiliga juda tez singib ketadi. Masalan: "ko‘tariluvchi" (biror ijtimoiy mavzuda ommaviy qiziqish uyg‘otuvchi shaxs), "texnofil" (texnologiyalarga juda qiziqadigan kishi) kabi so‘zlar. **Inglizcha misol (The Wall Street Journal):** "The rise of 'fintech' companies is transforming the banking sector." (The Wall Street Journal gazetasi). **O‘zbekcha misol (Gazeta.uz):** "Texnofil' atamasi zamonaviy texnologiyalarni yaxshi tushunadigan insonlarni ifodalash uchun ishlatilmoqda." (Gazeta.uz sayti).

d) Abbreviations – names of organizations, public and state bodies, political associations, industrial and other companies, etc., known by their initials, are very common in newspapers. E.g., UNO (United Nations Organization), FO (Foreign Office), etc. **Inglizcha misol (The New York Times):** "The UN Security Council convened an emergency meeting to discuss the escalating conflict." (The New York Times gazetasi). **O‘zbekcha misol (O‘zbekiston 24):** "BMT Xavfsizlik Kengashi favqulodda yig‘ilish o‘tkazdi." (O‘zbekiston 24 gazetasi) [10].

Xulosa. Publitistik uslub jamiyat hayotida muhim o‘rin tutib, axborotni yetkazish, jamoatchilik fikrini shakllantirish va ommaga ta’sir ko‘rsatish kabi vazifalarni bajaradi. Uning turli janrlari va uslubiy xususiyatlari mantiqiy izchillik, hissiy ta’sir va keng qamrovli stilistik vositalarning uyg‘unligi bilan ajralib turadi. Shuningdek, publitistik uslub ilmiy uslub bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, analitik yondashuv va ob’yektivlik talablariga mos keladi. Shu bois publitistik uslub nafaqat axborot tarqatish vositasi, balki ijtimoiy-ma’naviy ta’sir quroli sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar

1. Абдусаидов А.. Газета жанрларининг тил хусусиятлари: Филол.фан.дри. ...дис.автореф. – Тошкент, 2005;
2. Абдусаидов А.. Газета жанрларининг тили ва услуби. – Самарқанд, 2001;
3. Бобоева А. Газета тили ҳақида. Тошкент: Фан, 1983. Б.27.
4. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – Москва: Высшая школа, 1990. – 152 с.
5. Колоколов, Н. В. "Основы публицистики и массовой коммуникации". – Москва: Наука, 2010. – С. 56–59.