



O'ZBEK VA INGLIZ MAQOLLARINING DISKURSIV TAHLILI

Axmedova Miyassarxon

FarDU ingliz tili kafedrasi o'qituvchisi

Mirzaahmedov Mirjalol Mansurjon ugli

FarDU doktoranti

mirjalolmirzaahmedov7357@gmail.com

Annotation: *This article provides an analysis of the language tools used in newspaper discourse. The author analyzes on the basis of different approaches.*

Key words: *Discourse, newspaper speech, approach, style, analysis.*

Аннотация: *В данной статье проводится анализ языковых средств, используемых в газетном дискурсе. Автор анализирует на основе разных подходов.*

Ключевые слова: *Дискурс, газетная речь, подход, стиль, анализ.*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada gazeta diskursida qo'llaniladigan til vositalarining tahlili bayon qilinadi. Muallif turli yondashuvlar asosida tahlil qiladi.*

Kalit so'zlar: *Diskurs, gazeta nutqi, yondashuv, stil, tahlil.*

Gazeta tili lingvistik tadqiqotlar uchun doim qiziqish uyg'otib kelgan, chunki ommaviy axborot vositalari zamonaviy jamiyatning ajralmas qismi bo'lib, o'ziga xos xususiyatlar bilan ajralib turadi. Barcha ijtimoiy o'zgarishlar tilda o'z ifodasini topadi, u naf aqat muloqot vositasi, balki tarixiy xotira tashuvchisi, shuningdek, turli madaniyatlarning o'zaro boyitish quroli hisoblanadi. Shunday qilib, gazeta tili jamiyat nutqi rivojlanishining o'ziga xos lingvistik ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi. Gazeta-axborot uslubining maqsadi - ma'lumotni yozma yoki og'zaki shaklda ob'ektiv uzatish, asosiy vazifa - o'quvchiga kerakli ta'sirga erishish uchun ma'lum ma'lumotlar va pozitsiyalarni etkazishdir. Gazeta nutqi ijtimoiy faoliyatning alohida turi bo'lib, uning asosiy vazifasi ma'lum qarashlar, g'oyalar va hissiy holatni shakllantirish va ular orqali odamlarning xatti-harakatlariga ta'sir qilish uchun g'oyalar, bilimlar, badiiy qadriyatlar va boshqa ma'lumotlarni tarqatishdir. Umumiy lug'at gazeta matnining asosini tashkil qiladi, chunki u eng qulay va barcha turdagi adabiy, og'zaki va kitob yozma materiallarda taqdim etiladi. Gazeta nutqining stilistik ranglanishiga hissiy lug'at, tasvir va boshqa texnikalar yordamida erishiladi. Demak, gazeta nutqini ma'lum bir tarixiy davrda ro'yobga chiqadigan, turli leksik-semantik vositalar bilan ifodalangan, bu davrni ham shakllantiruvchi, ham belgilovchi hamda inson faoliyatining turli sohalarini aks ettiruvchi ommaviy axborot vositalarining nutq turi sifatida ta'riflash mumkin.

Gazeta-publisistik (axborot) nutqining xarakterli xususiyatlariga quyidagilar kiradi:



- til vositalarining tejamkorligi, axborot boyligi bilan uyg'unlashtirilgan taqdimotning qisqaligi;
- til vositalarini tushunarlik tamoyiliga ko'ra tanlash;
- ijtimoiy-siyosiy lug'atning mavjudligi;

Matbuotda frazeologik birliklarning qo'llanilishi ekspressiv va emotsional boylikning muhim manbai bo'lib, har doim qabul qiluvchining e'tiborini tortadi. Tahlil qilingan gazeta maqolalarida ba'zi frazeologik birliklarning ishlashini ko'rib chiqaylik. Ushbu lug'atdan foydalanish gazeta nutqini baholash va hissiyotli qiladi: *be on thin ice* (nozik muz ustida yurish), *to reap the rewards* (foйда olish), *no more time to waste* (boshqa vaqtni behuda sarf qilmaslik), *the lion's share* (ulush), *to take a meat cleaver*, *black sheep*, *to warm hands* va boshqalar. Komponentlarning murakkab semantikasi (masalan, qo'shish) tufayli ba'zi idiomalarni tushunish qiyin. Amerikalik tadqiqotchi D.Kristal ta'kidlashicha, nutq o'zining ko'p sonli ma'nolari va situatsion qo'llanishning xilma-xilligi bilan bizni hayratda qoldiradi.

Shunday qilib, gazeta matnining frazeologik birliklari muhim assotsiativ bilan tavsiflanadi va baholash salohiyati ham konnotativ, ham etnik-madaniy omillarni o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, gazeta va publitsistik matnlar milliy xususiyatga ega leksik birliklarning mavjudligi bilan ajralib turadi. Bunday voqeliklar gazeta matni lug'aviy mazmunining milliy o'ziga xosligining eng yorqin ko'rsatkichidir. Milliy voqelikning belgilari, qoida tariqasida, badiiy adabiyot yoki ommaviy axborot vositalaridan boshqa tillarga kirib boradi va qarzlarni ifodalaydi. Biroq, ko'plab ingliz tilida so'zlashuvchi voqeliklar bizning bilim fondimizga allaqachon kiritilgan va tushuntirishni talab qilmaydi: *BBC* (BBC telekanali), *ABC* (telekanal), *CNN* (telekanal), *FBI* (FBI), *NATO* (NATO), *New-York Times* (Nyu-York Tayms), *time-out* (taym aut), *Downing Street* (Vestminsterdagi mashhur ko'cha, unda Buyuk Britaniya hukumatining eng muhim arboblarning qarorgohlari joylashgan), *Independence Day* (Mustaqillik kuni).

Metafora ikkinchi darajali nominatsiya vositasi bo'lib, nominatsiya obyektining obyekt bilan o'xshashligi va umumlashtirilishiga asoslanadi, boshqa so'z bilan aytganda nominatsiya obyektiga o'tkaziladi. Metaforaning tabiiy doirasi majoziy nutqdir: uning asosiy vazifasi kommunikativ emas, balki estetik, uning maqsadi ma'lumotni etkazish emas, balki g'oyalarni uyg'otishdir. Metafora yordamida tinglovchilar bilan aloqa o'rnatishingiz, vaziyatga mos muhit yaratishingiz mumkin: *the eyes and ears, gripped by tremors, altering people's minds*. Metafora - xotiraga, qalbg'a singib ketadigan allegoriya; shunga ko'ra, majoziy iboralar ham og'zaki ham yozma nutqda uzoq umr ko'radi: "We're just being the eyes and ears of the Border Patrol, basically" (Aslida biz chegaraning ko'zi va qulog'imiz). Metaforaning asosiy vazifasi ma'noni almashtirish, uni yashirish va birida va ayni paytda uni namoyish qilish, shuning uchun u gazeta maqolalari mualliflari orasida faol qo'llaniladigan ekspressivlik vositasidir.



Neologizmlar zamonaviy jamiyat hayotining deyarli barcha sohalarini o'z ichiga oladi. Hozirgi vaqtda neologiya tilshunoslikning eng tez rivojlanayotgan sohalaridan biri bo'lib, u barcha darajalarda, ayniqsa siyosiy nutqda ishlaydi. Shunday qilib, jurnalistik siyosatshunoslik maqolalarida neologizmlar ko'pincha qabul qiluvchilarning e'tiborini jalb qilish uchun sarlavhalarda qo'llaniladi. Ingliz tilidagi elektron ommaviy axborot vositalarining kontent tahlili shuni ko'rsatdiki, siyosiy yo'nalishdagi gazeta matnlari neologizmlarning keng qo'llanilishi bilan tavsiflanadi: Bioterrorism (bioterrorism), blowback (zarba, siyosiy nutqlarning noqulay natijalar), blackout (massiv elektr uzilishi), build-up (harbiy kuchlarning to'planishi), cyberhijack (kiber-o'g'irlash), Bank of Mum and Dad (boshlang'ich kredit banki), Cyber Hunta (kiber ov), Dough-bama (testobama), dog-whistle (chaqiruv), Europhobia (Yevrofobiya), Eurogeddon (Yevrogeddon), fightback (kurash, qasos), green-on-blue attacks (qaytaruvchi olov), "Great Again" (sobiq buyuklik), Obamacare (sog'liqni saqlash islohoti), Obamamania (Obamamaniya), Obamanomics (iqtisodiy rivojlanish dasturi). Neologizmlar bo'lgan inglizcha qo'shma so'zlar uchun ikkita o'zakdan tashkil topgan shakllanishlar eng ko'p uchraydi. So'nggi yillarda ingliz va amerikalik siyosatchilar ushbu uslubdan tez-tez foydalanadilar, shuning uchun ingliz tilida ko'plab yangi shakllar - otlar va fe'llar paydo bo'ldi: take-over, build-up, green-on-blue, blowback, bioterrorism, shut-down, fightback, blackout.

Gazeta matnlarida ham uchraydigan va monosemiya va polisemiya nuqtai nazaridan tadqiqot uchun qiziqish uyg'otadigan tillararo omonimlarni unutmazlik kerak. Semantik darajada inglizcha mayor so'zi faqat shahar boshlig'ining lavozimini bildirishi mumkin, ammo harbiy unvonni emas; inglizcha general so'zi polisemantik, ammo omonimlarning ma'nolari kesishmaydi. Qisman tillararo omonimlar gazeta nutqida keng qo'llaniladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi (Gazeta sarlavhalarining struktur-grammatik va leksik-stilistik xususiyatlari). – Samarqand: SamDU, 1995. - 120 b.
2. Abdusaidov A. Gazeta tili va adabiy norma. – Samarqand, 1988, 5-b.
3. Bell, A., Language of News Media. Oxford:Blackwell. 1991.
4. Fowler, R., Language in the News.Routledge. 1991