

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS
TA’LIM VAZIRLIGI**

QARSHI DAVLAT UNIVERSITETI

Qo‘lyozma huquqida

UDK 81.2. O‘zb.

PIRNAZAROVA SITORA PANJIYEVNA

**MATBUOTDAGI TILGA OID MATNLARNING LINGVISTIK
XUSUSIYATLARI (Mustaqillik davri misolida)**

5A 111201 – o‘zbek tili va adabiyoti

Magistr

akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Himoya qilishga ruxsat

Magistratura bo‘limi boshlig‘i

_____ O‘.Toshev

“ _____ ” _____ 2016-yil

O‘zbek tilshunosligi

kafedrası mudiri

_____ f.f.n. E.Jabborov

Ilmiy rahbar: _____ f.f.n. N.Yuldosheva

QARSHI – 2016

MUNDARIJA

KIRISH.....	2
I BOB. TIL TARAQQIYOTIDA OMMAVIY AXBOROT	
VOSITALARINING O‘RNI	9
1.1. Ommaviy axborot vositalarining paydo bo‘lishi va rivojlanishi ...	9
1.2. Jahon tilshunosligida matbuot matnlarining o‘rni.....	10
1.3. O‘zbekistonda matbuot matnlarining vujudga kelish omillari va ularning o‘rganilishi.....	13
II BOB. MATBUOT MATNLARINING TIL XUSUSIYATLARI.	21
2.1. Matbuot matnlarining turi va uslubi.....	21
2.2. Gazetalar tili va uslubi.....	24
2.3. Gazeta sarlavhalari va ularning lisoniy xususiyatlari.....	28
2.4. Sarlavhalarning leksik-semantik xususiyatlari.....	31
III BOB. MATBUOTDAGI TILGA OID MATNLAR.....	62
3.1. Mustaqillik davri gazetalarida tilga oid matnlarning berilishi.....	62
3.2. Gazeta tilida o‘zlashma so‘zlarning qo‘llanishi.....	76
XULOSA.....	85
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	88

KIRISH

Dissertatsiya mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi. Hozirgi kunda biz yurtboshimiz ta'kidlaganlaridek, "... tez sur'atlar bilan o'zgarib borayotgan, insoniyat hozirga qadar boshidan kechirgan davrlardan tubdan farq qiladigan o'ta shiddatli va murakkab bir zamonda yashamoqdamiz. Davlat va siyosat arboblari, faylasuflar va jamiyatshunos olimlar, sharhlovchi va jurnalistlar bu davrni turlicha ta'riflab, har xil nomlar bilan atamoqda. Kimdir uni yuksak texnologiyalar zamoni desa, kimdir tafakkur asri, yana birov yalpi axborotlashuv davri sifatida izohlamogda. ... Ammo ko'pchilikning ongida bu davr globallashuv davri tariqasida taassurot uyg'otmoqda".

Axborot asrida davlat va jamiyatning barcha bo'g'inlari uchun tezkor axborot almashinuvi birinchi hayotiy zaruratga aylanmoqda. Zero, jamiyatning axborotlashuvi ilmiy-texnik, iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotning o'zagini tashkil etar ekan, u eng avvalo, til orqali namoyon bo'ladi. So'zning kuchi ko'p narsalarga qodir bo'lib, u insonlar o'rtasidagi o'zaro muloqot vositasi sifatida o'zining turli qirralarini namoyon etadi. Keng omma bilan bevosita muloqotga kirishishdek ulkan imkoniyat boshqa vositalar kabi OAVlari yordamida ham yuzaga chiqadi. Chunki OAV tili publitsistik uslubda to'la namoyon bo'la oladi. Unda tilning informativ ma'lumot berish vazifasi targ'ibot va tashviqot bilan uyg'unlashib ketadi.

"Bugun biz demokratik jarayonlarni chuqurlashtirish, aholining siyosiy faolligini oshirish, fuqarolarning mamlakatimiz siyosiy va ijtimoiy hayotidagi amaliy ishtiroki haqida so'z yuritar ekanmiz, albatta, axborot erkinligini ta'minlamasdan, ommaviy axborot vositalarini odamlar o'z fikr va g'oyalarini, sodir bo'layotgan voqealarga o'z munosabati va pozitsiyasini erkin ifoda

etadigan minbarga aylantirmasdan turib, bu maqsadlarga erishib bo‘lmashligini o‘zimizga yaxshi tasavvur etamiz”¹ – deydi Prezidentimiz Islom Karimov.

Hozirgi paytda jamiyat taraqqiyoti, axborot texnologiyalarining rivojlanishi va davrlararo siyosiy, iqtisodiy va madaniy aloqalarning kengayishi, fuqarolarimizning siyosiy va ijtimoiy, ma’naviy-ma’rifiy hayotidagi yangiliklar, eng avvalo, OAVlarida o‘z aksini topmoqda. Shuningdek, fan-texnikaning taraqqiyoti yangi sohalarning paydo bo‘lishiga sabab bo‘ldi va bu sohalardagi tushunchalarni ifodalovchi terminlar, eng avvalo, matbuotda, ommaviy axborot vositalarida o‘z aksini topdi. Natijada o‘zbek tilshunosligi zimmasiga matbuotdagi tilga oid matnlarni ilmiy tahlil qilish, matbuot matnlarining asosiy kommunikativ birligi bo‘lgan sarlavhalarning til xususiyatlarini o‘rganish va ilmiy xulosalarga kelish kabi dolzarb vazifalarni yukladi.

O‘zbek tilshunosligida bugungi kunda milliy ma’naviyatimiz ko‘zgusi bo‘lgan ommaviy axborot vositalari, xususan, matbuot matnlarining til xususiyatlari hozirga qadar ilmiy jihatdan alohida tadqiqot sifatida o‘rganilmagan.

Mazkur dissertatsiya ishi matbuotning paydo bo‘lishi va rivojlanishi, matbuotdagi tilga oid matnlarning turlari, ularning leksik-semantik xususiyatlari, ularda faol qo‘llanuvchi grammatik shakllarning vazifalari va qo‘llanish qonuniyatlarini tadqiq etish masalasiga qaratilgan. Shu ma’noda mustaqillik davri matbuot matnlarining lingvistik xususiyatlarini hozirgi kun talablaridan kelib chiqqan holda tadqiq etish mavzuning dolzarbligini ko‘rsatadi.

Tadqiqot obyekti va predmeti. Ishning tadqiq obyekti ommaviy axborot vositalarida, jumladan, gazeta va jurnallarda o‘zbek tilida nashr etilgan tilga oid matnlar, terminologik va ensiklopedik lug‘atlar tashkil qiladi.

¹ Karimov I. A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqoralik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi. Xalq so‘zi gazetasi. 2010, 13- noyabr

Material, asosan, mustaqillik yillarida chop etilgan “Ma’rifat” gazetasidan hamda bir necha turdagi davriy nashrdagi turli gazeta va jurnal matnlaridan to‘plandi. Ishga nazariy manba sifatida tilshunosligimizda bajarilgan dissertatsiya, monografiya va ilmiy maqolalardan foydalanildi. Davriy nashrlarda, xususan, «Ma’rifat» gazetasida chop etilgan tilga oid matnlarni o‘rganish hamda axborot jarayonlarini o‘zida aks ettiradigan bir qancha OAV materiallari va internet manbalari ishning predmeti sanaladi. Shuningdek, tadqiqot jarayonida Prezidentimiz I.A. Karimov asarlari va nutqlaridan ma’lumotlar olindi.

Tadqiqotning maqsadi va vazifalari. Mazkur dissertatsiyaning maqsadi o‘zbek tili matbuot matnlarining vujudga kelishi va uning turlarini o‘rganish, shuningdek, matbuot matnlarining o‘rganilishi, vujudga keltiruvchi omillar, uning o‘ziga xos lingvistik xususiyatlarini tahlil qilishdan iborat.

Mazkur maqsadni amalga oshirish uchun quyidagi vazifalarni bajarish belgilab olindi:

- davriy matbuotning paydo bo‘lishi va rivojlanishini o‘rganish;
- axborot almashinuvi jarayoniga doir ilmiy qarashlarni o‘rganish va tahlil qilish;
- axborot almashinuvi jarayonida matbuotning o‘rni va uning jamiyat hayotiga ta’sirini tahlil qilish;
- matbuotda tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlarini tahlil qilish;
- gazeta tili va unda tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlarini bayon etish;
- hosil qilingan bilimlar asosida axborot almashinuvi jarayonlari yuzasidan nazariy va amaliy takliflar bildirish hamda ushbu takliflar asosida ilmiy xulosalar chiqarish, tavsiyalar berish.

Mavzu bo'yicha qisqacha adabiyotlar tahlili. O'zbek tilshunosligida OAV, xususan, gazeta, jurnal, radio, televideniye materiallari uslubi bo'lmish publisistik uslub T.Qurbonov tomonidan maxsus o'rganildi².

O'zbek publisistikasi sohasida keyingi yillarda bir necha tadqiqotlar bajarilib, jiddiy yutuqlarni qo'lga kiritdi. S.Muhamedov tomonidan gazeta publisistikasi³, O.Tog'ayev tomonidan badiiy publisistika janrlari⁴, A.Boboyeva⁵ va I.Toshaliyev⁶lar tomonidan "gazeta janrlari", G'.G'afurov⁷ tomonidan "publisistik janrlari" va "jurnalistik janrlar", A.Abdusaidov⁸ tomonidan «Gazeta janrlarining til xususiyatlari» atroflicha o'rganildi.

Lekin o'zbek tilshunosligida mustaqillik yillarida matbuotdagi tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlari maxsus tadqiq etilmadi.

Tadqiqotda qo'llanilgan uslublarning qisqacha tasnifi. OAV sohasidagi xalqaro me'yoriy hujjatlar, O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, mamlakatimizda shu davrga qadar OAV faoliyatini tartibga solish, sohani rivojlantirish maqsadida qabul qilingan va hozirda amalda bo'lgan qonular va qonunosti hujjatlari, Prezidentimiz I.A.Karimiovning asarlari, ma'ruzalari hamda Matbuot va OAV xodimlari kuni munosabati bilan jurnalistlarga yo'llagan bayram tabriklari ushbu bitiruv malakaviy ishini yozishda bizga muhim metodologik asos bo'lib xizmat qildi. Ishda, asosan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning ilm-fan taraqqiyoti bilan bog'liq qarashlari, o'zbek tilshunosligi yutuqlari, jahon tilshunosligidagi nazariy fikrlar, shuningdek, tavsiflash, qiyosiy-tasnifiy, kontekstual, komponent tahlil kabi usullaridan keng foydalanildi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijasida umumlashtirilgan ilmiy-nazariy xulosa va tavsiyalardan, eng avvalo,

² Курбанов Т. Публицистический стиль современного узбекского литературного языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Ташкент, 1987. - 22 с.

³ Мухамедов С.А., Пиотровский Р.Г. Инженерная лингвистика и опыт системно-статистического исследования узбекских текстов. - Ташкент: Фан, 1986,75-б.

⁴ Tog'ayev O. Publitsistika janrlari. - Toshkent: O'qituvchi, 1976, 3-6-b.

⁵ Boboyeva A. Gazeta tili haqida. - Toshkent: Fan, 1983, 20-b.

⁶ I.Toshaliyev. Gazeta janrlari uslubiyati: Maxsus kurs dasturi.// 100-101-b.

⁷ G'.G'afurov. Jurnalistik ijod nazariyasi va amaliyoti(janrlar): Kurs dasturi.// O'sha dastur, 142-b

⁸ Abdusaidov A. Gazeta janrlarining til xususiyatlari. Filol.fan.dokt....dis. avtoref. – Samarqand, 2005. - 48 b.

yangi tipdagi o‘zbek tili lug‘atlarini mukammallashtirishda, ulardagi tavsif va sharhlarni bir xillashtirish, leksikografik ma’lumotlarni avtomatlashtirish, o‘zbek tili tabiatiga muvofiqlashtirishda keng foydalanish mumkin. Magistrlik dissertatsiyasi materiallari o‘zbek tilining leksik sistemasidagi mikrosistemalarni sistemaviy tadqiq qilishda ahamiyat kasb etadi. Tadqiqot natijalari, undagi materiallar o‘zbek tili leksikologiyasi va leksikografiyasi bo‘yicha yaratiladigan darslik va qo‘llanmalar, maxsus kurslar uchun qo‘shimcha material, shuningdek, o‘zbek tilining zamonaviy lug‘atlari uchun muhim material va manba bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

Dissertatsiyaning xulosalari va materiallaridan Qarshi davlat universiteti bakalavriat bosqichining talabalariga, magistrarga ma’ruza hamda amaliy mashg‘ulotlar o‘tishda bu soha leksikasining materiallaridan manba sifatida foydalanish mumkin.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi. Tadqiqot natijalarining ilmiy jihatdan yangiligi shundan iboratki, o‘zbek tili ommaviy axborot vositalari doirasida, xususan, matbuotda til tamoyillarining aks etishi, mustaqillik davri matbuotidagi tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlari ilk marotaba alohida tadqiqot sifatida o‘rganildi.

Matbuotda tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlarini tadqiq qilish jarayonida mazkur ishda quyidagilarga erishildi:

- davriy matbuotning paydo bo‘lishi va rivojlanishi o‘rganildi;
- axborot almashinuvi jarayoniga doir ilmiy qarashlar o‘rganildi va tahlil qilindi;
- axborot almashinuvi jarayonida matbuotning o‘rni va uning jamiyat hayotiga ta’siri tahlil qilindi;
- o‘zbek tili ommaviy axborot vositalari doirasida, xususan, matbuotda til tamoyillarining aks etishi atroflicha yoritildi;
- matbuotda tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlari tahlil qilindi;
- gazeta tili va unda tilga oid matnlarning lingvistik xususiyatlari bayon etildi;

- hosil qilingan bilimlar asosida axborot almashinuvi jarayonlari yuzasidan nazariy va amaliy takliflar bildirildi hamda ushbu takliflar asosida ilmiy xulosalar chiqarildi, tavsiyalar berildi.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uch asosiy bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan iborat bo'lib, Temis New Roman shriftining 1,5 intervali 14 kegel kattaligida 89 sahifani tashkil etadi.

BIRINCHI BOB

TIL TARAQQIYOTIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O‘RNI

1.1. Ommaviy axborot vositalarining paydo bo‘lishi va rivojlanishi

Davlatimiz siyosatining mazmun-mohiyatini, yurtimizda kechayotgan islohotlar jarayonini xolis va ayni paytda xalqimizga tezkor yetkazishda, jamoatchilik fikrini shakllantirishda, odamlarning axborotga bo‘lgan ehtiyojini qondirishda ommaviy axborot vositalarining ahamiyati beqiyosdir.

Ommaviy axborot vositalari (qisqartmasi: OAV) keng ommaga axborot yetkazuvchi vosita hisoblanadi.

Ommaviy axborot vositalari ifoda shakliga ko‘ra 2 ga bo‘linadi:

1. Og‘zaki.

2. Yozma.

Hozirgi kunda bu shakllar efiga beriladigan (og‘zaki) va nashr etiladigan (yozma) kabi nomlar bilan ham ataladi.

O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligida davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo‘lgan hamda bosma tarzda (gazeta, jurnal, axborotnoma, bulletin va boshqalar) yoki elektron tarzda (tele-radio-, video-, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb-saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efiga beriladigan shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari Ommaviy axborot vositalari deb yuritiladi. Demak, ommaviy axborot vositalarining yozma shakliga bosma tarzda chop etiladigan gazeta, jurnal, axborotnoma, bulletin va boshqalar kirsam, og‘zaki yoki elektron tarzdagi shakllarga televideniye va radio dasturlari kiradi.

Ommaviy axborot vositalarining bosma shakllarini MATBUOT deb yuritiladi.

«Matbuot» soʻzi arabcha soʻz boʻlib, bosma asarlar, nashrlar degan maʼnoni bildiradi va «Oʻzbek tilining izohli lugʻati»[1, 555] da uning ikkita maʼnosi izohlanadi: 1 Sanoatning bosma asarlar chiqaradigan tarmogʻi, nashriyot va bosmaxona ishlari. 2 Bosma asarlar; gazeta, jurnal, kitob va sh.k. majmui.

Matbuot — barcha bosma mahsulotlar majmui boʻlib, tor maʼnoda davriy nashrlar, asosan, gazeta va jurnallarni ifodalaydi (sinonimi — pressa).

Matbuot, keng maʼnoda, ijtimoiy ongning oʻtkir va taʼsirchan vositasi sifatida kishilik jamiyatiga doimiy va faol taʼsir koʻrsatadi, jamoatchilik fikrini shakllantiradi, omma ongiga muayyan qarashlarni singdirishda qudratli gʻoyaviy omil hisoblanadi. Matbuot jamiyat hayotini turli (ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, ishlab chiqarish, ilmiy-texnikaviy va boshqalar) yoʻnalishlarda yoritadi.

Matbuotga *gazeta, jurnal, almanaxlar* kiradi.

1.2. Jahon tilshunosligida matbuot matnlarining oʻrni

Matbuot 15-asrning oʻrtalarida Yevropada tarkib topgan va shakllangan boʻlib, qariyb 5 asr mobaynida (ommaviy axborot vositalarining boshqa turlari — radioeshittirish va televideniye paydo boʻlguniga qadar) kishilararo ommaviy muloqotning , bilim va gʻoyalar tarqatishning asosiy vositasi sanalgan.

Dastlabki bosma nashrlar kitob, risola va varaqalardan iborat boʻlib, 17-asrning boshlarida gazetalar, keyinroq esa jurnallar tashkil topadi. 19-asrning oʻrtalarida matbuot agentliklari vujudga kela boshlaydi va 20-asrda ommaviy axborotning radioeshittirish va televideniye singari turlarining paydo boʻladi. Radioeshittirish va televideniye paydo boʻlishi va taraqqiy qilishiga qaramay, matbuot oʻz mavqeyini yoʻqotmadi. Aksincha, u hamon kishilik jamiyatidagi oʻz oʻrni va mavqeyini tobora kengaytirib bormoqda, ijtimoiy-siyosiy hayot va faoliyatning hamma tomonlariga doimiy va samarali taʼsir

ko'rsatmoqda. Butun dunyoda matbuotning muttasil keng tarqalib borayotgani buning yaqqol isbotidir.

Tarixiy rivojlanish jarayonida matbuotning xususiy shaxslar, ijtimoiy guruhlar (siyosiy oqimlar, partiyalar, kasaba uyushmalari, madaniy-ma'muriy tashkilotlar va boshqalar), hissadorlik jamiyatlari, hukumat muassasalari va boshqalar tomonidan ta'sis etilgan va ularning maqsadlariga xizmat qilgan qator turlari vujudga keddi. Matbuot qaror topgan dastlabki paytlarda Yevropada cherkov diniy mafkurasini targ'ib qilishda bosma kitoblardan, varaqalardan keng foydalandi. Jamiyat ma'naviy hayotiga cherkov ta'sirining tobora cheklanishi zaminida dunyoviy matbuot tarkib topdi va keng rivojlana boshladi. Ilg'or ijtimoiy tuzum, demokratik tartiblar o'rnatish uchun kurashda taraqqiyparvar matbuotning xizmati katta bo'ldi.

Ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, madaniy-ma'rifiy va ilmiy hayotga oid dolzarb axborotni hozirjavoblik bilan turli adabiy shakl (janr)larda ommaga yetkazish va shu yo'l bilan o'z o'quvchilarida kundalik turmush voqealariga nisbatan ma'lum munosabat va tasavvur paydo qilish hamda siyosiy, iqtisodiy, axloqiy g'oya va e'tiqodlarning shakllanishiga ta'sir ko'rsatish maqsadida gazetalar chop etila boshlandi. Gazeta jamoatchilik fikrining mahsuli va ifodachisi sifatida namoyon bo'ladi.

Gazeta yoki **ro'znoma** bir nom ostida muntazam chop etiluvchi **vaqtli nashrdir**.

Gazeta atamasi italyanча *gazzette* so'zidan olingan bo'lib, - "chaqa pul" degan ma'noni anglatadi XVI asrda bu tangaga xabarlar yozilgan varaqa xarid qilsa bo'lardi. *Ro'znoma* atamasi esa forscha *ro'z* — "kun" so'zining *noma* — "xat", "maktub" so'ziga qo'shilishidan hosil bo'lgan.

Ommaviy axborot va targ'ibotning asosiy vositalaridan biri bo'lgan gazeta kundalik voqealar to'g'risida materiallar e'lon qilinadigan davriy (vaqtli) bosma nashr hisoblanadi. Uning vazifasi jamiyatning axborotga bo'lgan ehgiyojini, ma'naviy intellektual talablarini qondirishdan iborat. Gazeta faqat ijtimoiy-siyosiy, ma'naviy hayot ob'yekti bo'libgina qolmay,

balki moddiy ishlab chiqarish ob'yekti, iqtisodiy munosabatlar sohasi hamdir. Shu bilan birga gazeta tovar — moddiy mahsuloti ham hisoblanadi. Gazeta hajmi 2 sahifadan 100 sahifagacha va undan ko'p bo'lishi mumkin .

Ilk gazetalarining ibtidoiy turi dastlab Rimda — miloddan avvalgi 1-asrda varaqa va byulletiyenlar shaklida chop etilgan. Eramizning VIII asrida Xitoyda hukmronlik qilgan Tan sulolasi davrida “Di Bao” (“Saroy ro‘znomasi”) nomli dastlabki gazeta chop etilgan.

Hozirgi gazetalarining dastlabki turlari 16—17-asrlarda Yevropada paydo bo'lgan. Ular xususiy shaxslar, aksariyat matbaachilar, noshirlar, pochta xodimlari tomonidan nashr qilingan. Ilk gazetalar haftada va 15 kunda bir marta chop etilib, kam nusxada bo'lgan. Ularda asosan saroy yangiliklari, tijorat xabarlari bosilgan. 16-asrda Venesiyada yozma axborotlar uchun "gazetta" degan chaqa pul to'lashgan (nomi ham shundan). 1631-yilda Parijda qirol Lyudovik XIII (1586—1653) ning shaxsiy shifokori va yilnomachisi Teofrast Renodo parijlik kitobfurushlar — Lui Vandom va Jan Marpen bilan birgalikda "La Gazette" nomli vaqtli bosma nashrni tashkil etadi. Hozirgi ma'nodagi "gazeta" termini mana shu nashr tashkil qilingach, so'zlashuvda qo'llana boshlangan, degan fikr mavjud.

Gazetachilik 18-asrdan e'tiboran, ayniqsa Angliya, Germaniya, Fransiya, Italiya, AQSH mamlakatlarida taraqqiy qila boshladi va bu mamlakatlarda ko'plab ijtimoiy-siyosiy yo'nalishdagi kundalik gazetalar paydo bo'ldi. Mazkur davrda tarmoq, ya'ni soha gazetolari ham tarkib topdi. Umumsiyosiy nashrlar qatoriga iqtisodiyot, tijorat, ilm-fan, adabiyot, sport va boshqa sohalarga ixtisoslashgan maxsus gazetalar nashr etila boshlandi. Gazetalar chiqarish bilan xususiy noshirlardan tashqari turli ijtimoiy guruhlar, siyosiy partiyalar, firma va kompaniyalar ham shug'ullana boshladi. Shu tariqa gazetalar turli siyosiy qarashlar, mafkuralar jarchisiga aylana bordi, uning paydo bo'lishi va ravnaq topishida ijtimoiy hayotning faollashuvi, ommada ijtimoiy axborotga ehtiyojning ortishi, savdo, sanoat va maorifning yuksalishi, bosmaxona anjomlari va qog'oz ishlab chiqarishning rivojlanishi, axborot

to‘plash, uni qayta ishlash va tarqatish muassasalari tarmog‘ining kengayishi va boshqa omillar muhim ahamiyat kasb etdi.

Keyinchalik matbuotning yana bir turi bo‘lgan jurnallar ham chop etila boshlandi.

“Jurnal” fransuzcha so‘z bo‘lib, “journal” – “gazeta, kundalik daftar” degan ma’nomlarni anglatadi.

1.3. O‘zbekistonda matbuot matnlarining vujudga kelishi va ularning o‘rganilishi

O‘zbekistonda ham gazetachilik taraqqiyoti o‘z tarixiga ega. Markaziy Osiyoda ilk gazetalar – «Turkestanskiye vedomosti» («Turkiston vedomostlari») gazetasi bo‘lib, 1870-yildan chiqa boshlagan. **Mazkur gazetaning chiqa boshlashi Turkistonda davriy matbuotning ibtidosi bo‘ldi. Unda o‘lka tarixi, madaniyati, geografiyasi, etnografiyasi, sanoati va boshqa sohalarga oid maqolalar bosilgan bo‘lib, shu bilan bir vaqtda o‘zbek tilida "Turkiston viloyaining gazetasi" ham nashr etila boshlandi.**

Turkiston general-gubernatorligi tomonidan tashkil etilgan mazkur nashrlardan ko‘zlangan maqsad mustamlakachilarning yerli xalqlarga o‘zlarining siyosatlarini targ‘ib va tashviq etish bo‘lgan. Mazkur gazeta harbiy okrug shtabi huzuridagi bosmaxonada nashr etilgan. Ularning har ikkisi ham 1917 -yilgacha chop ettirilgani bois Turkiston matbuoti tarixida uzoq muddat davomida uzluksiz faoliyat ko‘rsatgan davriy nashrlar sanaladi.

Mazkur gazeta o‘lkadagi davriy matbuotning shakllanishi va rivojlanishi uchun turtki bergani bilan ham ahamiyatlidir.

«Turkiston viloyatining gazetasi» o‘zbek publitsistikasining shakllanishiga yo‘l ochdi. Zokirjon Furqat, Sattorxon Abdug‘afforov, Ishoqxon Ibrat, Mahmudxo‘ja Behbudiy va boshqa ziyolilarning bu gazetadagi chiqishlari natijasida Turkiston o‘lkasida jaholatga qarshi kurash, ommani, ayniqsa, yosh avlodni har tomonlama ilm-ma’rifatli qilib tarbiyalashga intilish

harakatining kuchayishini ta'minladi. Boshqacha aytganda, mazkur nashr ma'rifatparvarlarning fikr va so'z aytishi uchun ilk minbar vazifasini o'tadi.

19-asrning 90-yillari Turkistonda matbuot sohasida o'ziga xos yangilanish jarayonlari kuzatildi. Ana shu davrdan e'tiboran o'lkada rus tilidagi dastlabki xususiy gazeta o'z faoliyatini boshladi. Toshkentda nashr qilingan «Okraina» (1890–1907), «Russkiy Turkestan»(1898–1907) gazetalari dastlabki xususiy nashrlardir. Bu gazetalar liberal-burjua yo'nalishiga ega bo'lib, o'lkadagi rus tadbirkorlarining manfaatlarini o'zida aks ettirgan. Bu kabi gazetalar general-gubernatorlikning rasmiy nashrlaridan farqli ravishda, kishilarni siyosiy, iqtisodiy va adabiy hayotga aloqador axborot bilan ta'minlash barobarida jamiyatdagi ijtimoiy munosabatlarni tanqid qilish orqali mavjud muammolar yechimini izlagani bilan ham ahamiyatlidir.

20-asrning boshida Toshkent rus siyosiy matbuoti tarmog'ida ishchilar harakatining paydo bo'lishi zaminida tug'ilgan sotsial-demokratik nashrlar ham joy ola boshlaydi.

Chorizm mahalliy xalqlar ongi va bilim saviyasining yuksalishidan manfaatdor bo'lmagan. Shu bois hukmron siyosat milliy ongning yuksalishiga xizmat qiladigan vositalarning, jumladan, milliy tildagi davriy nashrlarning yuzaga kelishiga iloji boricha yo'l qo'ymadi. 1906 yilga qadar butun o'lkada yagona «Turkiston viloyatining gazetisi»dan bo'lak mahalliy tilda bironta gazeta nashr qilinmagani ham buning dalilidir.

Toshkentda o'zbek tilidagi dastlabki mustaqil davriy nashrlarning paydo bo'lishi 1905-1907-yillardagi birinchi rus inqilobi davriga to'g'ri keladi. Bu, shubhasiz, o'lka ijtimoiy hayotida tarixiy ahamiyatga ega muhim voqea edi. Inqilobiy harakatlardan sarosimaga tushgan chorizm turli islohotlar soyasida matbuot sohasida ham yon berishga, so'z erkinligini qisman bo'lsa-da ta'minlashga majbur bo'ldi. O'lkaning ziyolilari bundan foydalanib, davriy nashrlar chiqarish to'g'risida chor ma'muriyatidan ruxsatnomalar olishga erishdilar. Toshkentda dastlabki ijtimoiy-siyosiy va adabiy mazmundagi o'zbekcha davriy nashrlar tashkil topdi. Ularning tashkilotchilari, muharrirlari

va yetakchi mualliflari, asosan, 20-asr boshida Turkistonda yuzaga kelgan jadidchilik harakatining g'oyaviy yo'l boshchilari, mahalliy sanoatchi boylar bo'lgan. Xususan toshkentlik Sayidkarim Sayidazimboy 1907-yilda tijoratchilarning maxsus «Tujjor» gazetasiga asos soldi. Bir yildan so'ng rus tilida shunday gazeta («Turkestanskaya torgovo-promishlennaya gazeta») chiqarildi. Jadidlar istilochilar va ularning mahalliy izdoshlari tomonidan toptalgan Turkiston o'lkasini obod va taraqqiy etgan yurtga aylantirish, xalqni jaholat, ilmsizlik va xurofot botqog'idan qutqarib, ilm-ma'rifatli etish orzusida keng faoliyat olib bordilar. Zero, ular bunday ezgu niyatlarga erishishda matbuot qudratli ta'sir vositalaridan biri ekanini yaxshi anglagan.

Toshkentda tashkil etilgan davriy nashrlar faoliyatini yo'lga qo'yishda mahalliy rus matbuoti hamda Rossiyaning turli hududlarida tatar tilida nashr qilingan gazetaning, xususan, ma'rifatchi Ismoilbek Gasprinskiy muharrirligida chiqqan «Tarjumon» gazetaning ish tajribasiga tayanilgan.

O'zbekistonda chinakam milliy matbuotning yuzaga kelishi 1906- yil 27- iyunda Toshkentda chop etilgan «Taraqqiy» gazetasi bilan bog'liq. «Sadoi Turkiston» (1914–15) gazetani saviyasi, omma ongiga ta'siri jihatidan o'zbek matbuoti tarixidagi eng ibratli nashrlardan deb hisoblash mumkin.

Biroq bu gazetaning faoliyati mashaqqatli kechdi. Chor senzurasini ularni qattiq iskanjaga oldi. Toshkentda chiqqan «Taraqqiy», «Xurshid» (1906), «Shuhrat» (1907), «Osiyo» (1908) gazetalari «nomatlub» yo'nalishi uchun Turkistondagi chor ma'muriyati tomonidan yopib qo'yildi. Boshqa nashrlarning tez-tez moliyaviy tanglikka giriftor bo'lishi ham ular faoliyatining to'xtashiga sabab bo'ldi. Toshkentda ma'rifatchilar tomonidan asos solingan o'zbek matbuoti o'z yo'lidagi jiddiy to'siq va g'ovlarga qaramay, milliy ong, til, adabiyot va jurnalistikani shakllantirishga muayyan ta'sir ko'rsatdi.

1917-yil Fevral inqilobi Turkistondagi ijtimoiy munosabatlar, shu jumladan, matbuot rivojiga ham ta'sir ko'rsatmay qolmadi. Milliy birlik harakatini avj oldirishga, o'zbek xalqining istiqloqligiga erishish yo'lidagi

ijtimoiy-siyosiy faolligini oshirishga 1917- yilda tashkil etilgan «Najot», «Turk eli», «Turon», «Ulugʻ Turkiston» gazetasi oʻziga xos hissa qoʻshdi. Yangilanish va islohotlar talabi bilan maydonga kelgan mazkur nashrlar oʻlkada sovet hokimiyati oʻrnatilgan davrda bir muddat chiqishda davom qilgan boʻlsa ham, biroq koʻp oʻtmay, yangi hukmron mafkura yetakchilari tomonidan «aksilinqilobchi»likda ayblanib, faoliyatini toʻxtatishga majbur boʻldi.

1917- yilgacha turli vaqtlarda oʻzbekcha va ruscha (baʼzan qirgʻiz va tojik tillarida) 100 dan ortiq gazetalar chiqqan. Ular asosan savdo, sanoat markazlari — Toshkent, Samarqand, Ashxobod, Qoʻqon, Andijon, Fargʻona va boshqa shaharlarda nashr etilgan. Bular vazifasi, davriyligi va boshqa xususiyatlari jihatidan turlicha edi. 20-asrning boshida hozirgi Oʻzbekiston hududida taraqqiyparvar oʻzbek maʼrifatchilari tomonidan nashr qilingan "Taraqqiy", "Xurshid", "Shuhrat" (1906—07), "Buxoroyi Sharif", "Samarqand", "Sadoi Turkiston", "Sadoi Fargʻona" (1912—15), "Najot", "Fargʻona nidosi", "Turk eli", "Hurriyat", "El bayrogʻi" (1917—18) kabi gazetalar milliy gazetachilik tarixida munosib oʻrin egallaydi. Ularda milliy taraqqiyot muammolari oʻz ifodasini topgan. Ayniqsa, "Taraqqiy" birinchi bor erkinlik, tenglik gʻoyalarini ilgari surdi, jadidlarning qarashlariga moslashib, istiqlolning maʼnaviy zamini masalasiga katta eʼtibor berdi. Shuning uchun ham OʻzR Oliy Kengashi "*Taraqqiy*" gazetasining 1-soni chiqqan 27-iyun (1906) sanasini oʻzbek jurnalistlarining kasb bayrami — *Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlari kuni* sifatida nishonlash toʻgʻrisida qaror qabul qildi (1993).

Oʻzbekistonda shoʻro tuzumi davrida oʻzbek va boshqa mahalliy tillarda, shuningdek, rus tilida yangi yoʻnalishdagi gazetalar tizimi tarkib topdi. Bularning barchasi ("Sovet Oʻzbekistoni", "Pravda Vostoka", "Haqiqati Oʻzbekiston", "Qishloq haqiqati", "Oʻqituvchilar gazetasi", "Yosh leninchi" va b.) kommunistik mafkura nazorati ostida nashr etilgan, totalitar tuzum maqsadlariga xizmat qilib, ularning xohish-irodasini ifoda etgan edi. Mazkur

gazetalarlarning sahifalarida xalq tarixini soxtalashtiruvchi, milliy qadriyatlarni yerga uruvchi, mamlakatdagi yakka hokimlik siyosatini keng qo‘llab-quvvatlovchi, dahriylikni targ‘ib etuvchi maqolalar ko‘plab bosilgan edi. O‘zbekistonda partiya-sovet matbuotining dastlabki namunasi rus tilidagi «Nasha gazeta» bo‘lib, uning 1-soni 1917-yil aprelda chiqdi. Ushbu gazeta 1919-yil 12-aprelda «Izvestiya», 1922-yildan «Turkestanskaya pravda» nomlari bilan chop etildi. 1924-yil noyabrdan «Pravda Vostoka» gazetasi chop etila boshlandi. Bu gazeta 1991-yil sentabrdan ijtimoiy-iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy gazeta maqomida (1994 yildan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi muassisligida) chiqmoqda.

1918-yil 24-yanvarda «Prodovolstvennoye delo» (Oziq-ovqat qo‘mitasi nashri), 1918-yil martdan «Golos krestyanina» (O‘lka dehqonlar kengashi ijroqo‘mining nashri), 1918- yil apreldan «Narodniy universitet» (Turkiston xalq universiteti va Turkiston Respublikasi xalq komissarligi nashri) chop etildi.

O‘zbek tilidagi birinchi sovet gazetasi 1918-yil 21-iyundan dastlab Turkiston Muxtor Sovet Sotsialistik Respublikasi Milliy ishlar xalq komissarligining nashri hisoblangan va keyinchalik partiya gazetasi maqomini olgan «Ishtirokiyun» («Kommunist») gazetasidir. Gazeta keyinchalik «Qizil bayroq» (1921–22), «Turkiston» (1922–24), «Qizil O‘zbekiston» (1924–64), «Sovet O‘zbekistoni» (1964–91) nomlarida bosildi. 1991-yil sentabridan «O‘zbekiston ovozi» nomi bilan O‘zbekiston Xalq demokratik partiyasining rasmiy nashri sifatida nashr etilayotir.

O‘zbekistonda 1925-yildan aholining turli qatlamlariga mo‘ljallangan respublika miqyosidagi gazetalar: «Yosh leninchi», «Komsomolets Vostoka», «Kambag‘al dehqon», «Qizil yulduz», «Batrak», «Ishchi», «Pioner Vostoka», «Lenin uchquni», «Uzbekistanskaya pravda», «Madaniy inqilob» va boshqalar aynan Toshkentda chiqa boshladi. 30-yillarga kelib matbuot butkul stalinizm jarchisiga aylandi. Barcha masalalar bo‘yicha u faqat partiya rahbariyatining rasmiy yo‘l-yo‘riqlari va nuqtai nazarini ifodaladi, shu yillarda butun

mamlakatda amalga oshirilgan yalpi qatag'on uchun mafkuraviy zamin ham yaratdi.

Shu davrda matbuotni tashkil etish va taraqqiy toptirishda xizmatlari singgan Usmonxon Eshonxo'jayev, Abdulhamid Sulaymonov (Cho'lpon), Abdulla Qodiriy, Ziyo Said, Mo'min Usmon, Mannon Romiz, A'zam Ayubov, Abulhay Tojiyev, Muhammad Hasanov, Fayzulla Xo'jayev, Akmal Ikromov, Qosim Sorokin, Qurbon Beregin va b. iste'dodli jurnalistlar, muharrirlar, publitsistlar o'zlari tashkil etgan matbuotda «xalq dushmanlari», «partiyaga qarshi trotskiychi-zinoviyevchi-buxarinchi guruhlarning hamtovoqlari», «ashaddiy millatchilar» deb nohaq badnom qilindi va stalincha qatag'on qurboniga aylandilar.

1941–45 yillardagi urush davrida barcha jabhalar singari matbuot tarmog'i ham birmuncha qisqardi, Toshkentda chop etilgan qator gazetalar faoliyati vaqtincha to'xtatildi. Chiqib turgan gazetalarining hajmi va nusxasi kamaydi.

Urushdan keyingi davrda Toshkentda matbuot taraqqiyoti, asosan, shahar hamda yirik korxonalar, zavodlar, ilmiy va ta'lim muassasalari gaz.lari hisobiga yanada kengayishi, mavjud gazetalar nusxasining keskin ko'payishi, matbuot moddiy-texnika bazasining mustahkamlanishi bilan xarakterlidir.

20-asrning 80-yillari 2-yarmiga kelib «qayta qurish» deb nom olgan davr matbuotida so'z erkinligi va oshkoralik epkinlari kuzatila boshladi. Boshqacha aytganda, sobiq sovetlar hokimiyatining zaiflashuvi, iqtisodiyotning izdan chiqishi, jamiyatda yuzaga kelgan turfa xil muammolar kishilarni hayotga haqqoniy ko'z bilan qarashga undamoqda edi. Shu davrda, garchi kommunistik partiya nazorati ostida ish olib borsa-da, davriy matbuotda milliy o'z-o'zini anglash g'oyalari bilan sug'orilgan dolzarb, muammoli, mushohadaga boy maqolalar chop etildi. Tarixning ana shu burilish pallasida ko'plab yetuk o'zbek ziyolilarining ona tilimiz, milliy qadriyatlarimiz, o'zlikni anglash, istiqloq ruhidagi ta'sirchan, bahs va munozaralarga chorlovchi maqolalari chop etildi. Biroq chalajon hukmron partiya matbuotdagi murosasiz

va keskin chiqishlarga nisbatan o'zining tazyiqini turli vositalarda namoyon etdi.

Jurnalistika ustidan partiya yakkahokimligining barham topishi natijasida matbuot tizimida yangi nashrlar paydo bo'ldi. Toshkentda 1991 yil 1 yanvardan O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashi (Oliy Majlisi) va O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Xalq so'zi», «Narodnoye slovo» gazetolari nashr etila boshladi. Endilikda tashkilotlar, partiyalar, harakatlar, uyushmalar, ayrim jamoalar, fuqarolar ham ommaviy axborot vositasini ta'sis etish huquqiga ega bo'ldilar.

O'zbekiston mustaqillikka erishgach (1991), gazetalarga mafkuraviy yakkahokimlik barham topdi. Shundan so'ng mavjud gazetalar o'z siyosiy yo'nalishini, mazmun-mohiyatini tubdan o'zgartirdi. Ayrimlarining nomi ham o'zgardi: "Sovet O'zbekistoni" — "O'zbekiston ovozi", "Haqiqati O'zbekiston" — "Ovozi tojik", "Qishloq haqiqati" — "Qishloq hayoti", "O'qituvchilar gazetasi" — "Ma'rifat", "Yosh leninchi" — "Turkiston", "Lenin uchquni" — "Tong yulduzi" nomi bilan chiqa boshladi.

Istiqlol tufayli davriy matbuotning ahamiyati har jihatdan yuksaldi. Mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy islohotlar natijasida yangi-yangi nashrlar ta'sis etildi. Jumladan, Toshkentda «XXI asr», «Huquq», «Hurriyat», «Mohiyat», «Jamiyat», «Uzbekiston Today» singari gazetalar nashr etilmoqda. Aksariyat gazetalar siyosiy partiyalar, vazirlik, tashkilot va yirik kompaniyalar tomonidan ta'sis etilgan bo'lib, mamlakatimizning siyosiy, iqtisodiy, madaniy, ma'rifiy va b. manfaatlariga xizmat qilmoqda. Bulardan tashqari, mustaqillik yillarida ko'ngilochar nashrlar soni ham ko'paydi.

O'zR ning yuridik va jismoniy shaxslari "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi qonun (1997)ga binoan gazetalar ta'sis etish huquqiga ega bo'ldi. O'zbekistonda tur va xil jihatdan farqlanuvchi keng tarmoqli gazetalar tizimi tarkib topdi. Ayni paytda O'zR da 507 nomda (shundan 77 tasi respublika, 162 tasi viloyat, 176 tasi tuman, 45 tasi ko'p nusxali) gazetalar nashr etiladi.

Bularning bir galgi o'rtacha umumiy adadi qariyb 2,1 mln. nusxadan iborat (2001).

O'zbekistonda gazetalar o'zbek, rus, qozoq, tojik, qoraqalpoq, koreys, ingliz va boshqa tillarda chiqadi. O'zbekistonning yetakchi gazetasi— "Xalq so'zi" va "Narodnoye slovo" O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi va Respublika Vazirlar Mahkamasining nashridir. Bu gazetalar haftasiga 5 marta chop etiladi. O'zbekistondagi oshkoralik va demokratiya muhitida yuzaga kelgan yangi partiyalar ham o'z gazetalarini nashr eta boshladilar. Bundan tashqari turli hukumat idoralari, xalq harakatlari, uyushmalar, jamg'armalar muassisligida nashr etilayotgan gazetalar ("Birlik—Yedinstvo", "Hurriyat", "O'zbekiston adabiyoti va sanati", "Mulkdor", "Mening mulkim" — "Chastnaya sobstvennost", "Sog'lom avlod", "Savdogar" va b.) ham chiqadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ko'plab reklama-tijorat, xususiy gazetalar paydo bo'ldi. "Darakchi", "Tasvir", "Biznesvestnik Vostoka", "EKO", "Sado", "7x7", "Zakovat", "Vostochnie vesti", "Qizilqum" kabi gazetalar shular jumlasidandir. Ularning bir galgi adadi 30 mingdan 250 minggacha nusxani, hajmlari 48—64 sahifani ("Biznes-vestnik Vostoka", "Soliqlar va bojxona xabarnomasi") tashkil qiladi.

IKKINCHI BOB

MATBUOT MATNLARINING TIL XUSUSIYATLARI

2.1. Matbuot matnlarining turi va uslubi

O‘zbek vaqtli matbuotida ham XX asr boshidan janrlar yuzaga keldi. Vaqtli matbuot rivojlanishi bilan janrlarning o‘ziga xos xususiyatlari, farqli tomonlari, yangi turlari paydo bo‘ldi va taraqqiy etdi. Janrlar haqida fikr yuritilganda, o‘zbek tilshunosligida "publisistik janr" deyiladimi yoki "gazeta janri"mi, bundan qat’iy nazar, ularning miqdori, to‘liq turlari haqida aniq tasnif yo‘qligi bu sohadagi ishni ancha murakkablashtirdi.

O‘zbek tilshunosligida publisistik uslub T.Qurbonov tomonidan maxsus o‘rganildi¹⁷. Bu uslub OAV, xususan, gazeta, jurnal, radio, televideniye materiallari uslubidir. Tilshunoslik va jurnalistikada "publisistika janrlari", "gazeta janrlari" terminlari hozirgi vaqtda kam ishlatilmoqda. Adabiyotshunoslikda ham "publisistika janrlari" terminining qo‘llanishi mustahkam o‘rmini egallagan. Lekin o‘zbek tilshunosligida "gazeta janrlari" termini hozirgacha o‘zining aniq ifodasini, obyektini topgan emas, u "publisistika janrlari" termini bilan birga parallel qo‘llanmoqda. Yana bir muammo shundaki, gazeta materiallari janrlar bo‘yicha aniq o‘z tasnifiga ega emas. O‘zbek tilshunosligi va jurnalistikasidagi mavjud adabiyotlarda ular

¹⁷ Курбанов Т. Публицистический стиль современного узбекского литературного языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Ташкент, 1987. - 22 с.

turlicha miqdorda umumiy tarzda sanaladi, xolos. Gazeta materiallarini janrlar bo'yicha guruhlarga ajratish e'tibordan hamon chetda qolib kelmoqda.

Rus tilshunosligida gazeta materiallari janrlari bo'yicha aniq tasnifiga ega²⁴.

"Gazeta tili", "Gazeta janrlari uslubiyati" maxsus kurslari dasturi hamda "Jurnalistik ijod nazariyasi va amaliyoti (janrlar)" kursi dasturida gazeta janrlari va ularning tasnifi keltirilgan. Ularda o'zbek tilshunosligida "gazeta janrlari"ning belgilab berilganligini, janrlar tasnifidagi ba'zi turli xilliklarga qaramasdan, bu sohaga bir muncha aniqliklar kiritilganligini alohida ta'kidlash lozim²⁵.

T.Qurbonov tadqiqotlarida publisistik uslub janrlari ajratib ko'rsatilgan²⁶. U publisistik uslubning quyidagi janrlarini qayd etgan: xabar, reportaj, korrespondensiya, maqola, siyosiy maqola, siyosiy, iqtisodiy va ilmiy xarakterdagi maqola, ocherk, felyeton, pamflet, lavha, partiya va hukumatning direktiva va qarorlari, axborot, turli sharhlar, taqriz, ijtimoiy-siyosiy esse, ochiq xat, xalqaro xabar, chaqiriq²⁷.

S.Muhamedov gazeta publisistikasi tarmog'i - gazeta publisistikasi janri sifatida quyidagilarni ko'rsatgan: reportaj, hisobot, intervyu, korrespondensiya, maqola, sharh, obzor, taqriz, matbuot obzori, ocherk, felyeton, pamflet, lavha²⁸.

²⁴ Гребенина А.М. Обзор печати: Некоторые проблемы теории жанра. - М.,1980; Блажов Е.А. Газетные жанры в экономической пропаганде. - М.,1974; Пельт В.Д. Дифференциация газетных жанров. - М.,1984; Информационные жанры газетной публицистики: Хрестоматия. - М.,1986; Аналитические жанры газеты: Хрестоматия., -М., 1989; Проблемы газетных жанров: Сб.статей. - Л.: ЛГУ, 1962; Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров.- М.,1978; Стилистика газетных жанров. - М.: МГУ. 1981; Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды: Сб. статей.- М.: МГУ, 1980; Кройчик Л. Современный газетный фельетон. - Воронеж,1975 ва бошқалар.

²⁵ Qarang: Universitet ta'limi uchun jurnalistika mutaxassisligi bo'yicha o'quv dasturi./ Mas'ul muharrirlar: I.Toshaliyev, O.Madayev. - Toshkent: Universitet, 1997. - 266 b. (Bundan keyin «O'sha dastur» deb ko'rsatiladi). O'sha dastur. Gazeta janrlari uslubiyati. / Tuzuvchi: I.Toshaliyev, 98-103-b.; Jurnalistik ijod nazariyasi va amaliyoti(janrlar). / Tuzuvchi: G'.G'afurov, 142-149-b.

²⁶ Qarang: Qurbonov T.I. Publitsistik uslub masalasiga doir. // O'zbek tili stilis-tkasi va nutq madaniyati masalalari. - Samarqand: SamDU, 1980,77-b.

²⁷ Курбанов Т.И. Публицистический стиль современного узбекского литературного языка: Номзодлик диссертацияси, 1987, 52-56-б.

²⁸ Мухамедов С.А., Пиотровский Р.Г. Инженерная лингвистика и опыт системно-статистического исследования узбекских текстов. - Ташкент: Фан, 1986,75-б.

O'zbek badiiy publisistikasining xususiyatlari to'g'risida qator tadqiqotlar yaratgan O.Tog'ayev xat, ocherk, felyetoni badiiy publisistika janrlari sifatida baholagan edi. U o'z tasnifida badiiy publisistik janrlar (xat, ocherk, felyeton) bilan birga ijtimoiy-analitik yoki informatsion-analitik (korrespondensiya, maqola, reportaj) publisistika janrlarini ajratib ko'rsatadi. Olimning janrlarni alohida belgilariga qarab guruhlarga bo'lishi, ayniqsa, e'tiborga molikdir²⁹.

Felyeton janrining tarixi, uning o'zbek matbuotida shakllanishi, taraqqiyoti haqida maxsus fikr yuritilgan tadqiqotda, u "matbuot janri", "satirik janr", "satirik-publisistika janri" terminlari ostida baholangan. O'zni bilan "adabiy va badiiy publisistika janrlari" termini ham qo'llanilgan. "Matbuot janrlari" sifatida informatsion janrlar, korrespondensiya, oddiy tanqidiy maqola, bosh maqola, umum-siyosiy nazariy maqola, reportaj kabilar ham ajratib ko'rsatilgan. Tadqiqotchi turli terminlarni qorishiq (aralash) holda qo'llagan bo'lsa-da, felyeton janrining xususiyatlarini, asosan, matbuot janri sifatida, gazeta va jurnallar materiallari asosida yoritib bergan. Bu esa, matbuot janri, xususan, gazeta janri haqida alohida, badiiy publisistikadan farqli tarzda, mulohaza yuritish mumkinligini ham ko'rsatadi³⁰.

Mustaqillik e'lon qilinishi bilan jamiyat va davlat, matbuot, radio, televidenie va axbot agentliklariga katta e'tibor qaratdi. O'tgan asr 90-yillari boshlarida 200 atrofida davriy nashrlar mavjud bo'lsa, bugungi kunda ularning miqdori 1000 ga etdi. Jumladan, 680 gazeta, 194-jurnal, 4-milliy teleradiokompaniya, 34-teleradiostudiya, 7- kabelli audiovizual OAV, 4-axboriy agentlik. Jurnalistika maxsulotlari tobora yuqori texnologiyalarga ega bo'lib bormoqda.

Yuqorida ko'rsatilgan OAVni davlat va nodavlat OAVlari tashkil etadi.

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida OAVlariga maxsus o'rin ajratilgan. Ularning muvoffaqiyatli va to'laqonli faoliyat ko'rsatishi uchun

²⁹ Tog'ayev O. Publisistika janrlari. - Toshkent: O'qituvchi, 1976, 3-6-b.

³⁰ Saidov O. Satira tili bilan. - Toshkent, 1978, 4-, 32-b.

qonunchilik bazasi yaratilgan. Jurnalistikaning jamiyatdagi maqomini oshirish maqsadida davlat miqyosida bir qator takdbirlar amalga oshirilgan.

1996-yildan boshlab O‘zbekiston jahon Internet tarmog‘iga kirdi. 2006-yilga kelib bu butunjahon to‘ridan foydalanuvchilar esa 1 mln. 150 000 kishini tashkil etdi.

Davlatimiz rahbari mamlakatimiz ommaviy axborot vositalari oldiga jamiyatni mamlakatimizda ro‘y berayotgan sotsial-iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy o‘zgarishlar haqida yanada samarali xabardor qilish, ularda jarayon transparentligini ta‘minlaydigan “to‘rtinchi hokimiyat”ning ishtirokini kengaytirish, xalqaro axborot makonida milliy manfaatlarimizni ilgari surish uchun o‘z salohiyati hamda raqobatbardoshligini oshirish vazifasini qo‘ydi.

Ommaviy axborot vositalari faoliyatiga demokratik standartlarni joriy etish bo‘yicha aniq va izchil chora-tadbirlarni amalga oshirish, uni yanada erkinlashtirish, islohotlar jarayonining majburiy tarkibiy qismi sifatida ularning mustaqilligi va erkinligini ta‘minlash jamiyatimizni demokratlashtirishni chuqurlashtirishning muhim shartlaridan.

Prezidentimiz Islom Karimov rahnamoligida mamlakatimiz demokratik rivojlangan davlatlar safidan joy olishni va bu borada ulkan muvaffaqiyatlarga erishishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘ygan. Bugun odamlar dunyoqarashi va tafakkurini kengaytirish g‘oyat muhim vazifa bo‘lib, bunda ommaviy axborot vositalari muhim rol o‘ynaydi. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarini jahon standartlari darajasiga ko‘tarish uchun ushbu sohadagi barcha dolzarb masalalar izchil, bosqichma-bosqich va tizimli asosda hal etilayotir.

2.2.Gazetalar tili va uslubi

O'zbek tilshunosligida "Gazeta tili", "gazeta janrlari"ning belgilab berilganligini, janrlar tasnifidagi ba'zi turli xilliklarga qaramasdan, bu sohaga bir muncha aniqliklar kiritilganligini alohida ta'kidlash lozim²⁵.

A.Boboyeva "gazeta janrlari" mavjudligini tan olgan holda, axborot janrini ajratib ko'rsatadi. Shuningdek, olimaning felyeton va ocherkka nisbatan ishlatgan terminlari ham ("ijtimoiy-publisistik", "badiiy-publisistik") diqqatni tortadi³¹.

Keyingi paytlarda o'zbek tilshunosligida "gazeta tili", "gazeta uslubi", "gazeta janrlari" tushunchalari tobora mustahkam o'rin egallamoqda. I.Toshaliyev "gazeta janrlarining tasniflanishi va guruhlanishi"ni quyidagicha belgilaydi: "Axborot(informasion) janrlari. Tahliliy (analitik) janrlar. Tasviriy (badiiy-publisistik) janrlar". U xabar, hisobot, suhbat, reportaj, lavha (axborot (informat-sion) janrlar), korrespondensiya, maqola, publisistika, xat, xalqaro obzor, matbuot obzori, taqriz (tahliliy (analitik) janrlar), ocherk, felyeton, pamflet (badiiy-publisistik janrlar) kabilarni o'z tasnifida qayd etgan³².

G'.G'afurov "publisistik janrlari" va "jurnalistik janrlar" terminlarining ma'nodosh ekanligini qayd etib, janrlarni quyidagicha tasnif qiladi: "1) Axborot janrlari: xabar, suhbat, intervyu, hisobot, reportaj. 2) Axborot-tahliliy janrlar: korrespondensiya, maqola, taqriz, sharh, kuzatish, xat, matbuot sharhi. 3) Badiiy-publisistik janrlar: ocherk, felyeton, satirik janrlar, esse, lavha"³³.

Matbuot, jumladan, gazetaning xarakterli xususiyatidan kelib chiqqanda, uning asosiy vazifasi informasiya (axborot) berish va badiiy-publisistik vositalar orqali obrazli tarzda ta'sir etish hamda boshqalardan iborat. Tadqiqotchilar matbuotning vazifasi va ifoda usullari hamda shakllaridan kelib

²⁵ Qarang: Universitet ta'limi uchun jurnalistika mutaxassisligi bo'yicha o'quv dasturi./ Mas'ul muharrirlar: I.Toshaliyev, O.Madayev. - Toshkent: Universitet, 1997. - 266 b. (Bundan keyin «O'sha dastur» deb ko'rsatiladi). O'sha dastur. Gazeta janrlari uslubiyati. / Tuzuvchi: I.Toshaliyev, 98-103-b.; Jurnalistik ijod nazariyasi va amaliyoti(janrlar). / Tuzuvchi: G'.G'afurov, 142-149-b.

³¹ Boboyeva A. Gazeta tili haqida. - Toshkent: Fan, 1983, 20-b.

³² Gazeta janrlari uslubiyati: Maxsus kurs dasturi.// O'sha dastur, 100-101-b.

³³ Jurnalistik ijod nazariyasi va amaliyoti(janrlar): Kurs dasturi.// O'sha dastur, 142-b.

chiqib, janrlar haqida gapirganda, "informasion" yoki "axborot" janrlari, "badiiy-publisistik janr", "analitik janr" terminlarini ishlatganlar.

A.Abdusaidov tadqiqotlarida gazeta tili quyidagicha tasnif asosida o'rganilgan: 1. AXBOROT (INFORMASION) JANRLARI. 1. **Xabar:** xronika-xabar, axborot-xabar, tanqidiy yoki satirik xabar, maxsus sarlavhalar ostidagi qisqa xabarlar, kengaytirilgan xabarlar. 2. **Reportaj:** shu kungi voqealar haqidagi reportaj, mavzuli reportaj, muammoli reportaj. 3. **Hisobot:** oddiy hisobot, tahliliy hisobot, mavzuli hisobot, muammoli hisobot, ilmiy hisobot, sud hisoboti, rasmiy voqealar haqidagi hisobot. **Intervyu:** intervyu-monolog, intervyu-dialog, intervyu-lavha, portret-intervyu, davra-suhbat, matbuot konferensiyasi (2-jadval).

II. TAHLILIIY (ANALITIK) JANRLAR: 1. **Korrespondensiya:** axborot korrespondensiya, tahliliy korrespondensiya, muammoli korrespondensiya, ijobiy korrespondensiya, tanqidiy korrespondensiya, portret korrespondensiya, mulohaza-korrespondensiya. 2. **Maqola:** bosh maqola, nazariy maqola, muammoli maqola, tanqidiy maqola, tashviqot xarakterdagi maqola, ilmiy-ma'rifiy maqola. 3. **Taqriz.** 4. **Sharh:** umumiy sharh, mavzuli sharh, axborot sharhi, matbuot sharhi. 5. **Obzor:** mavzuli obzor, umumiy obzor, axborot obzor. 6. **Xat:** gazetxon xati, ochiq xat, murojaat, tabrik, yozuvchi xati. 7. **Kuzatish:** umumiy kuzatish, mavzuli kuzatish (3-jadval).

III. BADIY-PUBLISISTIK JANRLAR.1. **Lavha.** 2. **Ocherk:** ocherk-portret, safarnoma (yo'l ocherki), muammo-ocherk, ocherk-lavha. 3. **Felyeton:** hujjatli felyeton (4-jadval).

Publisistik uslubga amal qilinadigan manbalar orasida, ayniqsa, matbuot, ya'ni gazeta va jurnallarning alohida o'rni bor. O'zbek tilshunosligida gazeta tilini tadqiq etish bo'yicha qator tadqiqotlar yaratilgan. A.Abdusaidovning «Jurnalistning tildan foydalanish mahorati» nomli monografiyasida gazeta tilini o'rganishga doir adabiyotlar obzori keltirilgan⁹. Unda ko'rsatilishicha, o'zbek tilshunosligida gazeta leksikasi, vaqtli

⁹Abdusaidov A. Jurnalistning tildan foydalanish mahorati.– Samarqand, 2004, 5-20-b.

matbuotda baynalmilal soʻz va terminlar qoʻllash, «Mushtum» jurnali leksikasi va frazeologiyasining semantik-stilistik xususiyatlari, gazeta nutqi, gazeta sarlavhalari, gazeta materiallari asosida leksik dubletlar, leksik va sintaktik variantlar, gazeta tili statistikasi, gazeta tilining publisistik uslubdagi oʻrni, janrlari, gazeta tili gram-matikasi, «Turkiston viloyatining gazetasi»ning ayrim sintaktik xususiyatlari, XX asrning birinchi yarmi vaqtli matbuoti materiallaridan olingan boy faktlar asosida qadimgi turkiy soʻzlar, oʻzlashgan leksik qatlam, polisemiya, kalka masalasi, gazeta tili va adabiy meʼyor masalalari oʻrganilgan muhim tadqiqotlar mavjud.

Publisistik uslubda gazeta tilining oʻziga xos oʻrni va xususiyatlari bor. Gazeta tiliga xos belgilar sifatida K.Yusupov, A.Boboyeva, A.Abdusaidov quyidagilarni koʻrsatishgan: 1. Gazeta tili yozma adabiy tildir. U oʻziga xos lingvistik belgilarga ega. 2. Gazetada barcha vazifaviy uslublarga oid materiallar bosiladi. Ayrim materiallarda ular qarishiq holda keladi. Bu gazeta tilining oʻziga xos ususiyatlaridan hisoblanadi. Boshqa vazifaviy uslublarga doir materiallar (m., sheʼr, hikoya, badiiy asardan parchalar, farmon, qaror kabilar), agar gazeta materiallariga singdirilmagan boʻlsa, oʻz uslublari doirasida oʻrganilishi lozim, yaʼni u gazeta tiliga aloqador boʻlmaydi. 3. Gazeta materiallari uslubi va ifodasi jihatidan farqlanadi. Xabar, bosh maqola, korrespondensiya, hisobot, sharh kabilar sof adabiy tilda yozilsa, lavha, ocherk, ochiq xat, reportaj, tanqidiy maqola, felyeton kabilarda badiiy uslubga xos elementlardan keng foydalaniladi. Bu janrlarda baʼzan oʻz oʻrni bilan sheva elementlari ham ishlatiladi. 4. Gazeta tili badiiy, soʻzlashuv uslublari tiliga yaqin turadi, ilmiy, rasmiy uslublar tilidan farq qiladi. 5. Gazeta tili uchun standart (andoza) va shtamp (qolip)lardan foydalanish xarakterlidir. 6. Gazeta tilining oʻziga xos xususiyati uning informativlik (axborot berish), tashkilotchilik, targʻibot va taʼsirchanlik kabi vazifalaridan kelib chiqadi. Til vositalaridan foydalanishda gazeta tiliga xos ana shu xususiyatlar hisobga olinadi. 7. Gazeta tilida ekspressivlik oʻziga xos tarzda ifodalanadi.

Ta'sirchanlikni ta'minlashda ommaviylik, obrazlilik, emotsionallik va ekspressivlik, aniqlik va konkretlik, ixchamlik, munozara-lilik kabilar alohida e'tiborga olinadi. 8. Gazeta janrlarida tilning imkoniyatlaridan foydalanish holati bir-biridan farq qiladi. Axborot, tahliliy va badiiy-publisistik janrlarda lug'aviy, frazeologik, grammatik vositalarning ekspressiv-uslubiy imkoniyatlaridan foydalanish o'xshash va farqli tomonlarga ega. Til vositalarining uslubiy xususiyatlaridan foydalanishda turli usullar ishlatiladi. 9. Gazeta tilida adabiy tilning imloviy, lug'aviy, grammatik, punktuasion va uslubiy normalariga qat'iy amal qilinadi. Adabiy normadan chetga chiqishlar (ma'lum uslubiy maqsad uchun) lavha, ocherk, tanqidiy maqola, felyetonlar tilida uchraydi. Badiiy uslubda umumiy normaga rioya qilinsa, gazeta tilida adabiy norma doirasida ish ko'riladi. 10. Gazeta tili adabiy tilning, xususan uning leksikasining boyishiga hissa qo'shadi. Ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy-maishiy turmush bilan bog'liq o'zgarishlar dastlab gazetada aks etadi. Natijada yangi paydo bo'lgan yoki boshqa tillardan kirib kelgan so'zlar gazeta orqali keng iste'molga kiradi. Gazeta lug'aviy birliklar, ayniqsa, terminlarni ishlatishda «ijodiy laboratoriya» vazifasini o'taydi. 11. Gazeta davr bilan hamohang, jurnalistlarning mahorati tufayli neologizmlar va okkazionalizmlar ko'p ishlatiladigan yozma manbadir. Tilimiz leksikasidagi o'zgarishlarni aks ettirishda gazeta tili badiiy uslubga qaraganda katta imkoniyatlarga ega. 12. Gazeta tili yozma adabiy til sifatida ma'lum qonun-qoidaga, normaga bo'ysunganligi va amaldagi imlo qoidalariga asoslanganligi uchun ham yuqori savodxonlikni ko'rsatuvchi manba hisoblanadi. 13. Gazeta tili namunaviy til sifatida nutq madaniyatini oshirish, adabiy normani targ'ib etishda o'ziga xos ko'zgu vazifasini bajaradi. Undagi ayrim kamchiliklar aniqlanib, gazeta tilining holatiga va til taraqqiyotidagi o'zgarishlarga tegishli baho berib boriladi.

2.3. Gazeta sarlavhalari va ularning lisoniy xususiyatlari

Ma'lumki, sarlavha badiiy asar va gazeta materialida ifodalangan mazmuni dastlabki axborot tarzida yetkazuvchi, o'quvchini tanishtiruvchi va diqqatni jalb qiluvchi muhim vosita hisoblanadi. Sarlavhaning o'rinli tanlanishi matnda ifodalangan fikr-mulohazalarning ta'sirchanligini yanada oshiradi. Shuning uchun ham sarlavha uchun mazmunli, ixcham, ta'sirchan, tez diqqatni jalb etuvchi til birliklari tanlanadi.

“O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da sarlavha quyidagicha izohlangan: “Sarlavha –(f+a - kitobda lavha, bezak; titul varag‘i; epigraf) kitob, asar, maqola va sh.k.ning yoki ularning ayrim qismlarining nomini ifodalovchi so‘z yoki jumla. Sarlavha qo‘ymoq. Ahmedov sahifadagi materiallarni ko‘zdan kechirgach, umumiy sarlavhani tovush chiqarib o‘qidi. A.Qahhor ”Qo‘shchinor chiroqlari”, Ahmad ocherkining sarlavhasiga va avtoriga qaradi. F.Musajonov, Himmat.

2. esk.ayn. peshlavha. Qishloqqa kirar yo‘lda. Mana katta darvoza. Darvozaga yozilgan ”Kolxoz degan sarlavha”. Z.Diyor”¹⁰.

”Sarlavha - maqola va materialning ichki mazmunidan kelib chiqib, unga qo‘yiladigan nom”¹¹. Haqiqatdan ham, asar va maqolalarning nomi yoritilayotgan materialning mazmuni va mohiyati, xarakteri va xususiyati, predmeti va belgisi bilan uzviy bog‘liq bo‘ladi. Shuning uchun o‘quvchi diqqatiga havola qili-nayotgan ”avtorning birinchi so‘zi” - sarlavha juda puxta o‘ylanib, mohirlik, san’atkorlik bilan so‘z tanlashni talab etadi”.

Sarlavhaning badiiy asar va gazeta uchun muhimligini hisobga olib, uning asosan stilistik xususiyatlari va matn bilan uyg‘unligini tadqiq etishga e’tibor berilgan. Gazeta sarlavhalarining turli xususiyatlarini o‘rganish sohasida I.Toshaliyev, N.Jumanazarov, N.Abdusamatov, M.Parpixo‘jayev, A.Boboyeva, A.Shomaqsudov, I.Toshaliyev, P.Rustamov, B.Yo‘ldoshev, B.Mirzayev, A.Abdusaidovning ilmiy maqolalari, I.Toshaliyevning «Sarlavha

¹⁰ O‘zbek tilining izohli lug‘ati. 5 jildli, 3-jild. -Toshkent, 2008, 451-b.

¹¹ Abdurahmonov A. Gazeta jurnalistikasi terminlarining qisqacha izohli lug‘ati. – Toshkent: O‘qituvchi, 1983, 30-b.

stilistikasi» nomli o‘quv qo‘llanmasi mavjud. A.Abdusaidovning «Gazeta janrlari tili va uslubi» (2001), «Jurnalistning tildan foydalanish mahorati» (2004), «O‘zbek tilining ijtimoiy mohiyati» (2008) kabi monografiyalari, «Matbuot tili madaniyati», «Gazeta tilida frazeologizmlar», «Gazeta sarlavhasi», «Gazeta leksik stilistikasi» kabi qo‘llanmalari yaratildi. A.Abdusaidovning «Gazeta janrlarining til xususiyatlari»¹² mavzuidagi doktorlik dissertatsiyasida gazeta janrlarining turli jihatlari, jumladan, rukn va sarlavhalarning xususiyatlari, adabiy norma bilan bog‘liq masalalar yoritib berildi. Tadqiqotchilarning qayd etishicha, sarlavhaga juda ko‘p vazifa yuklanadi. Chunki u orqali gazetxon bilan dastlabki muloqot qilinadi. Mavzu haqida xabar yoki ma’lumot berish sarlavhaning birdan bir va asosiy masalasi bo‘libgina qolmay, chaqiruvchanlik, tashkilotchilik, safarbarlik, murojaat etish kabi qator-qator xislatlarga ham egadir.

Sarlavha nominativlik funksiyasidan tashqari mavzu haqida axborot beradi, ya’ni material mazmunini o‘ziga xos tarzda ma’lum darajada aks ettiradi.

Masalan: *“Til- millatning qiyofasi”*¹³ sarlavhasi ostida berilgan maqolada, albatta, til haqida ma’lumot berilayotgani ko‘rinib turadi.

Reklamalilik, ko‘rgazmalilik va ta’sirchanlik funksiyalari ham sarlavhada mujassamlashgan. To‘g‘ri tanlangan til birligi mavzuni ifodalash bilan birga ma’lum ekspressiv-stilistik vazifani ham bajaradi va gazetxonga ta’sir etadi.

Masalan: *“O‘zbekiston - jahon paxta bozorida hamkor”*¹⁴ nomli maqola sarlavhasida ham reklamalilik, ham ta’sirchanlik funksiyalari mujassamlashgan.

Gazeta sarlavhasini tanlashda gazetaning funksiyasidan kelib chiqiladi. Gazetaning axborot berish, ta’sirchanlik, tashkilotchilik va tarbiya berish kabi funksiyalari, uning savodxonlikni va nutq madaniyatini oshirish, adabiy

¹² Abdusaidov A. Gazeta janrlarining til xususiyatlari. Filol.fan.dokt....dis. avtoref. – Samarqand, 2005. - 48 b.

¹³ “Ma’rifat”gazetasi. T.: “Sharq” nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 17oktabr. №83. 1-bet.

¹⁴ “Ma’rifat”gazetasi. T.: “Sharq” nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 17oktabr. №83. 1-bet.

normani keng targ'ib qilishdagi roli sarlavha tanlashda mezon sifatida e'tiborga olinadi.

Tadqiqotchilar ko'rsatganidek, gazeta sarlavhasi sifatida so'z, so'z birikmasi, gap, ayniqsa, sodda gap, so'roq gap, xalq maqollari, frazeologizmlar ko'plab ishlatilgan. Ular struktur-grammatik va uslubiy xususiyatlari bilan bir-biridan ajralib turadi. Bu vositalarning betakror ifoda imkoniyatlari va gazeta funksiyasini o'zida aks ettira olishi ularning sarlavha sifatida ko'plab qo'llanishiga sabab bo'lgan¹⁵.

2.4. Sarlavhalarining leksik-semantik xususiyatlari

Badiiy asar va gazeta materiallarining mazmunli, o'qimishli va ta'sirchan bo'lishida sarlavhaning ham o'rni muhim.

Ma'lumki, sarlavha nomlash, atash, axborot berish, murojaat, havola, ta'sirchanlik, reklamalilik kabi funksiyalarni bajaradi. Sarlavhaning ana shu xususiyatlarini yuzaga chiqarishda so'zning ahamiyati katta. So'zning yakka holda sarlavha sifatida qo'llanishi gazetaning xususiyatlaridan kelib chiqadi. Gazetada axborot nihoyatda ixcham, lekin mazmunli va ta'sirchan ifodalanishi lozim.

So'z tilning atash, nominativlik funksiyasini bajarishi bilan gazeta materialida ifodalangan axborotni gazetxonga ixcham va tez ta'sir etadigan shaklda ifodalash uchun keng imkoniyatlarga ega. Birgina so'z orqali emotsionallik-ekspressivlik ham ta'minlanadi. Gazeta uchun muhim hisoblangan reklamalilikni ham birgina so'z orqali ifodalash imkoniyatlari mavjud.

Gazeta sarlavhalari sifatida bir so'zdan iborat bo'lgan ot, sifat turkumiga oid sarlavhalar ko'p uchraydi. Ammo tahlil jarayonida bir so'zdan

¹⁵ Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi (Gazeta sarlavhalarining struktur-grammatik va leksik-stilistik xususiyatlari). – Samarqand: SamDU nashri, 1995. - 120 b.

iborat boshqa soʻz turkumlari (masalan: son, olmosh, ravish yoki feʼl) bilan ifodalangan sarlavhalarni uchratmadik.

Gazetalarda birgina ot turkumiga oid soʻz bilan ifodalangan sarlavhalar ham koʻplab uchraydi. Masalan: B.Mengliyevning “Maʼrifat” gazetasining 2015-yil 3-iyun sonida bosilgan “Kafedra”¹⁶ sarlavhali maqolalarida bugungi kun talablari nuqtai nazaridan dolzarb muammolarni oʻrganish va qayta koʻrib chiqish masalasini hal etuvchi kafedra oliy oʻquv yurti faoliyatining deyarli barcha sohasida ishtirok etadigan asosiy boʻgʻin ekanligi koʻrsatib oʻtiladi.

Maʼlumki, ot turkumiga xos soʻzlar shaxs, predmet, narsa, voqea-hodisalarning nomini bildiradi. Masalan: “Quvvat” sarlavhali maqolani olaylik. U “Qadriyat” rukni ostida berilib, sarlavha matnga singdirilgan.

Otlarning kichraytirish-erkalash qoʻshimchalarini qabul qilishi ularda qoʻshimcha ekspressiv-stilistik maʼnoning ifodalanishiga ham xizmat qiladi. Otga xos bunday xususiyatlar uning sarlavha sifatidagi imkoniyatlari kattaligidan dalolat beradi.

Gazeta sarlavhalarining ayrim xususiyatlarini oʻrgangan B.Mirzayev ot turkumiga oid soʻzlarning sarlavha sifatidagi xususiyatlarini atoqli ot - sarlavhalar va turdosh ot - sarlavhalarga boʻlib tadqiq etgan¹⁷. A.Abduaidov gazeta soʻz sarlavhalarini tahlil qilganda, ot turkumiga oid soʻz-sarlavhalarni atoqli va turdosh otlarga boʻlib oʻrgangan. Tadqiqotchining atoqli ot-sarlavhalar haqidagi quyidagi fikrlari diqqatga sazovor: «Gazeta xabar, maqola, lavha janrlarida bu xil sarlavhaning ishlatilishi, birinchidan, konkretlikni, aniq mazmunni, ikkinchidan, taʼsirchanlikni ifodalashda maʼlum darajada xizmat qilgan. Kuzatishlar shuni koʻrsatadiki, atoqli otlar - kishi ismlari, koʻproq tuman gazetalarda sarlavha sifatida qoʻllangan. Bu xil sarlavhalarning taʼsir kuchi yuqoriligi shundaki, ularda maqola, xabar, lavha qahramonining nomi aniq aks etib turadi. Misollar: *Mastura* (B.,7.10.84), *Bogʻdagul* (B.,7.03. 84), *Sayyora* (B.,28.10.84), *Tozagul* (B.,12.10.84), *Nazokat* (B.,10.10.84).

¹⁶ “Maʼrifat” gazetasi. T.: “Sharq” nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 3-iyun. №48 8-9-bet.

¹⁷ Qarang: Mirzayev B. Ot turkumiga xos boʻlgan soʻzlarning gazeta sarlavhalari funk-siyasida stilistik maqsadlarda qoʻllanishiga doir.// «Oʻzbek tili stilistikasidan kuzatishlar» toʻplami. – Samarqand: SamDU, 1983, 76-b.

Gazetalarda atoqli otni sarlavha sifatida ishlatishda ma'lum espressiv-stilistik maqsad nazarda tutiladi. Masalan, nomi ko'pchilikka ma'lum bo'lmagan kishilar, shoirlar, tarixiy shaxslarning ismlarini sarlavhada ifodalash gazeton diqqatini shu matnga tortishga xizmat qiladi»¹⁸.

“Ma'rifat”, “Xalq so'zi” kabi ma'rifiy, ijtimoiy-siyosiy gazetalarini kuzatganimizda, ularda atoqli ot – sarlavhalarni uchratmadik. Turdosh otlarning sarlavha sifatida qo'llanishiga ko'plab misollar keltirish mumkin. Ular orasida kasbni ifodalovchi otlarning sarlavha sifatida ishlatilishi ko'proq uchraydi. Bu xil sarlavhalar konkret ma'no ifodalashi (ma'lum kasbni bildirishi), ixchamligi bilan gazetabop hisoblanadi.

Gazetada xabar, bosh maqola va lavha janrlarida qo'llanilgan so'z birikmasi shaklidagi ot - sarlavhalar tez diqqatni tortishi bilan ajralib turadi. Masalan: Ertamiz egalariga e'tibor (M.,10.10.2015), Innovatsion ishlanmalar va taraqqiyot (M., 17.10.2015), Bayramona bellashuvlar (M., 17.10.2015) kabilar.

Sarlavhalar o'zida matn mazmunini singdirib, diqqat tortarligi va mazmunliligi bilan matndan ajralib turadi. sarlavhalar matn bilan uyg'unlikda materialni o'qimishli qilishga yordam beradi.

Bayramona bellashuvlar. *O'quvchilarning ona tilimizni o'rganishga qiziqishini oshirmoqda.* (sarlavhaosti izohi). *Ehtirom. Xalqaro xotin-qizlar bayrami. Kattaqo'rg'on shahrida ham keng nishonlanadi* (sarlavhaosti izohi). Matn mazmuniga singdirilgan.

Ezgulik va ozodlik. Xalqimizga xos milliy qadriyatlar (sarlavhaosti izohi). *13-14-mart kunlari mamlakatimizda umumxalq hayriya hashari bo'lib o'tdi.* (rukni). Mazmuni matnga singdirilgan.

Gazetalarda kasbga oid turdosh otlarning ko'pchiligi kichik maqola, korrespondensiya yoki lavha janri sarlavhasi sifatida ishlatilgan. Ularning ayrimlari uyushiq bo'laklar sifatida berilganligi ham e'tiborni tortadi.

¹⁸ Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi, 34-b.

Masalan: *O‘qituvchi, ustoz, murabbiy*. Sarlavhaning quyidagi sarlavhaosti izohi bilan berilishi ham diqqatga sazovordir: *Ular hayotimiz ustunlari*.

Sarlavhaning matndagi takrori va uyg‘unlik material mazmunini boyitganligini ko‘rish mumkin. Ustoz va murabbiylar kuni munosabati bilan yozilgan ushbu kichik maqolada sarlavha matnda quyidagicha ta’sirchan jumlada qaytarilgan: *«Ha, o‘qituvchi, murabbiy, ustoz, deb atalmish buyuk nom, o‘chmas unvon sohiblarini hayotimizning tayanch ustunlariga qiyolasak arzimaydimi?»*

«*Intilish*» rukni ostida «*Imkoniyat, imtiyoz, samara*» sarlavhasi berilgan. Uyushiq bo‘laklar orqali ifodalangan ma’no-mazmun gazetxonni matn bilan tanishiga undaydi.

Gazetada bunday aniq mazmunli, ixcham sarlavhalarning berilishi materialga e’tiborni oshiradi, gazetxonni matn bilan tanishishga undaydi, uni befarq qoldirmaydi. Ayniqsa, ayrim sarlavhalarning mazmunli rukn ostida berilishi ularning reklamalilik va ta’sirchanlik rolini yanada oshirgan. «*Tafakkur*» rukni ostida «*Vaqt*» sarlavhali maqola bosilgan. Bu so‘z bir qarashda e’tiborni tortmaydi. *Vaqt* arabcha so‘z bo‘lib, muddat, fursat, payt, lahza kabi ma’nolarni ifodalashini ko‘pchilik biladi¹⁹. Lekin rukn va sarlavha uyg‘unligi, vaqt haqida falsafiy fikr yuritilganligiga ishorani ko‘rib, maqolani gazetxon mutolaa qila boshlaydi. Vaqtning qadr-qimmatini haqidagi falsafiy, nihoyatda teran va foydali fikr-mulohazalar gazetxon adashmaganligini bildiradi. Sarlavha va matn uyg‘unligi ham bunga sabab bo‘ladi: «*Vaqt garchi mavhum hodisa hisoblansa-da, so‘z ustalari unga nisbatan noyob tashbehtar qo‘llab, obrazli ifodalashga urinadi*» Bunday sarlavhalarning xususiyatlaridan biri ulardagi ma’noning ijobiy yoki salbiyligiga qarab, turli janrlarda, jumladan, tanqidiy maqolada ham foydalanish mumkinligida ko‘rinadi. Ifodalangan ma’no esa matn bilan tanishgach, ayon bo‘ladi.

Rukn va sarlavha uyg‘unligi matnga ham ko‘chgan, ya’ni sarlavha so‘z matnda bir necha bor takrorlagan.

¹⁹ O‘zbek tilining izohli lug‘ati. – Toshkent, 2006, 1-jild, 212-b.

Ba'zi sarlavhalar orasida kundalik hayotimizda ko'p ishlatiladigan so'zlarning qo'llanganligini ham ko'rish mumkin. Masalan, *sport* so'zi so'zlashuv nutqida juda ko'plab ishlatiladi. «*Kamolot malikalari*» rukni ostida berilgan korrespondensiyaga «*Sport*» so'zi sarlavha sifatida qo'yilgan.

Fikrimizcha, ushbu sarlavha e'tiborni tortmaydi. Materialga qisman qiziqish ham rukn tufaylidir. Yoki «*Shaxmat*» sarlavhasi ham unchalik diqqatni tortmaydi, uni sarlavhaosti izohi yoki rukn bilan boyitish zarurati mavjud.

Gazetalarda mavhum otlar sarlavha sifatida boshqa so'z - sarlavhalarga qaraganda ko'proq ishlatilgan. Bunday sarlavhalar tub va yasama otlardan tashkil topgan. Mavhum ot-sarlavhalar falsafiy mazmunga boyligi, ixchamligi, emotsional-ekspressiv ma'noga egaligi bilan diqqatni tortadi. Masalan: *Ehtirom. E'tibor, imkoniyat, intilish.*

Ehtirom so'zi arabcha bo'lib, yuksak hurmat, izzat-ikrom ma'nolarini ifodalaydi²⁰. Sarlavha sifatida berilgan ushbu so'zning matn bilan uyg'unligini ta'minlash va aniqlikni ifodalashda quyidagi sarlavhaosti izohining ham ahamiyati katta: «*Xalqaro xotin-qizlar bayrami Kattaqo'rg'on shahrida ham keng nishonlandi*». Jurnalist mahorati tufayli *ehtirom* so'zining ma'no qirralari uni matn tarkibida qo'llash va mazmunini singdirish orqali yanada aniq aks etgan.

Quyidagi sarlavhalar ta'sirchanligi bilan e'tiborni tortadi: *Shijoat, matonat va mahorat* tufayli yuksak natija qo'lga kiritiladi (sarlavhaosti izohi), *Dil so'zi* (rukni). Mazmuni matnga singdirilgan.

E'tibor, imkoniyat, intilish. Korxonalar eksport salohiyatining yuksalishida muhim omil bo'lmoqda (sarlavhaosti izohi). *Islohot* (rukni). Mazmuni matnga singdirilgan .

Ma'lumki, mavhum ot yasovchi *-lik* qo'shimchasi ancha sermahsul hisoblanadi. U sifatdan ot yasaydi. Gazetalar sahifalarida ot turkumiga xos sarlavhalar orasida mavhum ot – sarlavhalar ham ko'p uchrashi ma'lum bo'ldi.

²⁰ O'zbek tilining izohli lug'ati. – Toshkent, 2007, 2-jild, 460-b.

Mavhum otlar ham mazmunli, ixcham, falsafiy ma'noga egaligi, emotsional-ekspressiv bo'yoqdorligi bilan sarlavha sifatida gazetxon e'tiborini tortadi. Uning gazetabopligi faqat ixchamligida emas, balki sarlavhaning mazmuni gazeta matnini yanada boyitishida hamdir. Bunday sarlavhalar, asosan, xabar, maqola, korrespondensiya, lavha janrlarida uchraydi. Masalan: *Halollik. Hurmatsizlik. Ezgulik va ozodlik.*

«Egasiga yetmagan gaplar» rukni ostida «Halollik» sarlavhali tanqidiy maqola bosilgan. Sarlavhaning matn bilan uyg'unligiga xizmat qiluvchi jumlar ko'p, ulardan biri quyidagicha ifodalangan: « - *Ishonavering, biz halol odamlarmiz, - dedi pulni sanab olayotgan ehtiyotkor mijozga bozor yaqinidagi «valyuta»chilardan biri...* ». Ushbu sarlavha sabab, dastlab, maqola ijobiy xislatlar haqida bo'lsa kerak, degan fikr paydo bo'ladi, aslida halollikka qarshi illatlar xususidagi tanqidiy maqolaning qiziqarli yozilganligi matn bilan tanishgach, ma'lum bo'ladi.

Sarlavhalar, ayniqsa, mavhum ot-sarlavhalar o'zining ixchamligi, ma'no-mazmuni aniqligi, emotsional-ekspressiv bo'yoqdorligi, falsafiyli, ba'zan umumlashtiruvchi jihatlari bilan e'tiborni tortadi. Shuning uchun ham biz qisman tahlil etgan gazetalarda ular nisbatan ko'p uchraydi. Bunday sarlavhalar xabar, lavha, maqola, korrespondensiya janrlari uchun mos sanaladi. Ot-sarlavhalarning, asosan, o'rinli ishlatilayotganligini qayd etish bilan birga, ularni qo'llashda ayrim kamchiliklar ham mavjudligini tan olish kerak. Masalan, ko'p qo'llanganligi tufayli o'z emotsional-ekspressiv bo'yoqdorligini qisman yo'qotgan yoki so'zlashuv nutqida faol otlar (masalan, *sport, shaxmat* kabilar)ning sarlavha sifatida ishlatilishi sarlavhaning ta'sirchanligi, reklamaliliga salbiy ta'sir etadi, gazetxon e'tiborining susayishiga sabab bo'ladi.

“Ma'rifat” gazetasini kuzatganimizda, sifat sarlavhalarning oz qo'llanganligining guvohi bo'ldik. Sifat sarlavhalarning oz qo'llanganligi ularning ta'sirchanligini ta'minlagan bo'lsa (ayrim ot-sarlavhalar ko'p ishlatilganligi sabab o'z ta'sirchanligini qisman yo'qotgan), sifatlovchi-

sifatlanmish birikmalarning ham ta'sirchanlikni ta'minlashdagi ahamiyati kam emasligini qayd etish mumkin. Masalan, «*Siyosiy yetuk, ma'naviy pok*» sarlavhasi bir qarashda e'tiborni ortib, o'ziga xos mazmunni ifodalasa ham, qo'shimcha ravishda sarlavhaosti izohi ham berilgan. U esa sarlavhaning ta'sirchanligi va reklamaliligini yanada oshirgan: «*yoxud boshqaruv kadrlarini baholash masalasiga yangicha qarash*» (M., 15.03.11).

Gazetalardagi sarlavhalarni tuzilishiga ko'ra sodda va murakkab sarlavhalarga bo'lish mumkin. Sodda sarlavhalar bir so'z bilan ifodalansa, murakkab sarlavhalar so'z birikmalari, kengaygan birikmalar yoki gaplar bilan ifodalanishi mumkin. Biz yuqorida bir so'z bilan ifodalangan ot va sifat turkumiga oid sodda sarlavhalarni ko'rib chiqdik. Endi quyida murakkab sarlavhalarni kuzatamiz.

Sarlavha nominativlik funksiyasidan tashqari mavzu haqida axborot beradi, ya'ni material mazmunini o'ziga xos tarzda ma'lum darajada aks ettiradi. Reklamalilik, ko'rgazmalilik va ta'sirchanlik funksiyalari ham sarlavhada mujassamlashgan. To'g'ri, tanlangan til birligi mavzuni ifodalash bilan birga ma'lum ekspressiv-stilistik vazifani ham bajaradi va gazetxonga ta'sir etadi. Gazeta sarlavhasini tanlashda gazetaning funksiyasidan kelib chiqiladi. Gazetaning axborot berish, ta'sirchanlik, tashkilotchilik va tarbiya berish kabi funksiyalari, uning savodxonlikni va nutq madaniyatini oshirish, adabiy normani keng targ'ib qilishdagi roli sarlavha tanlashda mezon sifatida e'tiborga olinadi. Ana shunday til birliklaridan biri so'z birikmalaridir.

So'z birikmasi so'zga nisbatan ham shaklan - miqdoran, ham mazmunan-sifat jihatdan boyligi, kengligi, mukammalligi va aniqligi bilan ustun turadi. So'z birikmasining yaratilishida so'zlar xizmat qiladi, gaplarning yaratilishida esa so'z birikmalari xizmat qiladi.

A.G'ulomov va M.Asqarovaning "Hozirgi o'zbek adabiy tili" darsligida, jumladan, shunday ma'lumotlar berilgan: So'z birikmalari, birinchidan, hokim komponent so'zlarning qaysi leksik-grammatik kategoriyasidan

bo'lishiga qarab, ikkinchidan, grammatik strukturasi ko'ra tasnif qilinadi. So'z birikmasi hosil qilish, undagi komponentlarning holati shu sostavdagi elementlarning qaysi so'z turkumiga kirishi va shundan kelib chiqadigan grammatik-semantik xususiyatlar bilan bog'liq. So'z birikmasi o'z sostavidagi hokim komponentning qaysisi so'z turkumiga kirishiga qarab, bir qancha ko'rinishlarga ega bo'ladi. 1. **Ot birikma:** bunda hokim komponent ot bilan ifodalanadi. 2. **Fe'l birikma:** bunda hokim element fe'l, tobe element fe'ldan boshqa so'z bo'ladi. 3. **Ravish birikma:** bunda hokim element ravish so'z turkumida bo'ladi.

So'z birikmasining o'ziga xosligi yana shundaki, u sintaktik birlik sifatida so'zdan farq qilsa, boshqa sintaktik birlik bo'lgan gap bilan umumiylikka ega bo'ladi. So'z birikmasini tashkil qilgan a'zolar, qayd etilganidek, tobe-hokim munosabatida bo'lib, hokim so'z qaysi so'z turkumiga tegishli bo'lsa, u shu turkum nomi bilan ataladi.

So'z birikmasi tuzilishiga ko'ra sodda - ikki mustaqil so'zdan va murakkab - uch va undan ortiq mustaqil so'zdan tarkib topadi. Demak, so'z birikmalarini sodda va murakkab birikmalarga bo'lishda nutq birligi tarkibidagi mustaqil so'zlarning miqdori asos bo'lib xizmat qiladi²¹.

Sifatlovchi-sifatlanmish va boshqa xil so'z birikmalari ixcham, mazmunli va ta'sirchan sarlavha vazifasini bajargan. Misollar: *"Ikki buyuk alloma"* (sarlavha) Alisher navoiy tavalludining 574 yilligi va Zahiriddin Muhammad Bobur tavalludining 532 yilligi munosabati bilan ta'lim muassasalarida navoiyxonlik va boburxonlik oyligini o'tkazish yuzasidan tavsiyalar (sarlavha osti izohi) (M., 31.01.15). Sarlavha mazmuni matnga singdirilgan. *Ijodiy uchrashuv taassurotlari* (M., 31.01.15). Sarlavha mazmuni matnga singdirilgan. *Ma'naviy hayotimiz javhari* (M., 4.02.15). Sarlavha mazmuni matnga singdirilgan.

²¹ Rasulov R. Umumiy tilshunoslik. – Toshkent, 2006, 56-57-b. Ne'matov H., Sayfullayeva R., Qurbonova M. O'zbek tili struktural sintaksisi asoslari. –Toshkent, 1999, 19-b.

Qayd etish kerakki, ayrim sarlavhalarning o'zi ham e'tiborni tortadigan holatda bo'lsa ham, ular bilan birga sarlavhaosti izohi va rukn berilgan. Aslida izohni matnga singdirish mumkin.

O'rinli ishlatilgan sarlavhalarni gazetalarda ko'p uchratish mumkin: *Ayyomga atalgan tuhfa* Navro'z-2010 (rukn) (M., 13.03.10). Matn mazmuniga singdirilgan. *Ayolni e'zozlagan yurt* kelajagi porloqdir (sarlavhaosti izohi). Zero ayolni e'zozlagan yurtning kelajagi porloq bo'ladi (M., 13.08.10). Ushbu sarlavhalarda ifodalangan fikrning davomi uyg'un holda sarlavhaosti izohida davom ettirilgan. Axborotni tez va ixcham tarzda ifodalash, material mazmunini tushunib olishda ular ma'lum darajada foydali bo'lgan.

So'z birikmasidagi nominativlik, emositonallik, ekspressivlik va uslubiy bo'yoqdorlikni ifodalash kabi xususiyatlar publisistik uslub, xususan, gazeta tili uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Mazmuni nisbatan konkret ifodalash, ixchamlikni, ekspressivlikni ta'minlashda so'z birikmasi so'zga ko'ra katta imkoniyatlarga ega. Kuzatishlardan ma'lum bo'lishicha, gazetalardagi so'z birikma-sarlavhalar orasida qaratqich birikma sarlavhalar alohida o'rin tutadi. Bu xil sarlavhalar gazeta tabiatiga mosligi bilan ajralib turadi. Ular orqali ifodalangan mazmun konnotativ ma'no, ya'ni qo'shimcha ekspressiv ma'no muhim stilistik vosita hisoblanadi. Qaratqich birikma tarkibidagi qaratqich kelishigi qo'shimchasini tushirish orqali ma'noning umumiy tarzda va ixcham ifodalanishiga erishish, kelishik qo'shimchasini saqlagan holda konkretlikni ta'minlash mumkin. Eng muhimi, har ikkala holatda ham ma'noni aniq, ixcham, ravon, mazmunli ifodalasa bo'ladi.

Qaratqich birikmada ma'lum uslubiy ma'noni ifodalash birikmaning kontakt yoki distant holati bilan bevosita bog'liq. Bu holat gazeta tilida ixchamlik va emosional-ekspressivlikni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega.

1. Qaratqich bilan qaralmish orasida so'z bo'lmagan (kontakt) birikmalarning sarlavha sifatida ishlatilishi ham sarlavha va matn uyg'unligini tahlil qilishda muhim o'rin tutadi. Ma'lumki, qaratqich bilan qaralmish kontakt joylashsa (qaralmish so'z sifatlovchisiga ega bo'lmasa) qaratqich

kelishigini belgili qo‘llash mumkin. Bunday holat so‘z semantikasi va uslub talabi bilan yuz beradi. Gazetalarda qaratqich kelishigi qo‘shimchasi ishlatilgan, ya’ni belgili qaratqich birikma sarlavhalar uchraydi: *Ko‘ngil xazinasining qulf-kaliti* (M., 7.02.15). *Keksalik foydalari* (M., 7.02.15), *Sonlar tilsimi* (M., 7.02.15). *Allaning qudrati* (M., 18.02.15), *Shirinoyning orzulari* (M., 18.02.15), *Olimning rag‘bati*(M., 18.02.15).

Ko‘rinadiki, qaratqich kontakt birikmalarning belgili ishlatilishi sarlavhada ifodalangan ma’noni ta’kidlash uchun ham, ixchamlik uchun ham gazetabop hisoblanadi.

Sarlavhalar orasida qaratqich kelishigi tushirilgan, ya’ni belgisiz qaratqich birikma - sarlavhalar ham mavjud. Misollar: *Keksalik foydalari* (M., 7.02.15), *Sonlar tilsimi* (M., 7.02.15). *Yoshlar tuhfası* (M., 7.04.11), *Deputat mas’uliyati* (M., 25.02.11) kabilar. Bunday sarlavhalar gazetabop bo‘lib, ixchamlikni ta’minlashga ham xizmat qiladi.

Qaratqich bilan qaralmish orasida so‘z bo‘lgan (distant) birikmalarning sarlavha sifatida ishlatilishi ham e’tiborni tortadi. Qaratqich bilan qaralmish distant holatida bo‘lsa (qaralmish sifatlovchiga ega bo‘lsa) qaratqich kelishigi, odatda, belgili ishlatiladi. Gazetalarda distant holatdagi qaratqich birikmalardan ham sarlavha sifatida foydalanilgan. Misollar: *Zulfiyaning umidli qizi* (M., 11.03.11). *Hamkorlikning yangi istiqbollari* (M., 5.04.11). *Fanning hayotiy ahamiyati* (18.02.2015)

Distant holatidagi qaratqich birikmalardan iborat sarlavhalar gazeta materialining mavzusini va mazmunini o‘zida bir muncha to‘laroq jamlab ko‘rsatishi, aniq ifodalashi, ta’kidli shaklga egaligi, silliqligi, ravonligi bilan boshqa xil sarlavhalardan ajralib turadi. To‘plagan materiallarimiz orasida bu xil sarlavhalar kontakt qaratqich birikma - sarlavhalarga nisbatan juda oz ishlatilgan. Bunday keng mazmunli sarlavhalar maqola, sharh janrlarida ishlatilgan.

Sarlavhalar gap shaklida ham berilib, bunday sarlavhalar matn mazmunini ifodalash, axborotni yetkazish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Ma'lumki, gap ifoda va mazmun jihatlariga ega nominativ (alohida olinganda) va kommunikativ (matn ichida berilganda) birlik sifatida morfema, leksema, soʻz va soʻz birikmasi kabi til hamda nutq birliklari bilan umumiylikni hosil qiladi. Ammo gap nutq jarayoni sifatida qayd etilgan lisoniy birliklardan farqli ravishda kommunikativ vazifa bajaradi, kommunikasiya akti birligi hisoblanadi. Til aloqa quroli boʻlish vazifasini gap orqali amalga oshiradi. Chunki gap fikr ifodalash vositasi sifatida faqat oʻziga xosligi bilan, semantik-grammatik shakl-langanligi bilan boshqa lisoniy birliklardan ajralib turadi. Gap fikr ifodalash - axborot (xabar) berish va axborot (xabar) olish birligidir.

Gap nutq birligi - sintaktik birlik sifatida ifoda maqsadiga va tuzilishiga koʻra muayyan turlarga ajraladi. Gapning mazmun tomoni orqali darak (*Sport – salomatlik garovi*), soʻroq (*Xonadoningizda nechta kitob bor?*), buyruq (*Ma'noga yetkazsin!*) kabi xabarlar voqelashadi.

Ushbu jarayonlar gap mantiqiy tomonining asosini tashkil qiladi. Gaplar tuzilishga koʻra sodda (*Men keldim*) va qoʻshma (*Tun chekindi, kun boshlandi*) gaplarga boʻlinadi²².

Gap soʻzlovchining fikrini, his-tuygʻusini, buyruq-istagini aloqa jarayonida anglatish uchun xizmat qiladigan grammatik shakllangan nutq birligidir²³. Umuman, "...Til qonuniyatlari asosida grammatik va intonasion jihatdan shakllangan, fikrni ifodalash uchun xizmat qiladigan nutq birligi" gapdir²⁴.

A.Abduaidovning tadqiqotlarida qayd etilishicha, gapning nisbiy tugal fikr ifodalashi, soʻroq, his-hayajon, buyruq-istak kabilarni anglatishi publisistik matn, xususan, gazeta tilida aniq mazmunni ifodalash, ta'sirchanlikni ta'minlashda katta ahamiyatga ega. Gap axborotni gazetxonga yetkazishda eng muhim til birligi boʻlib xizmat qiladi. Shuning uchun ham gazetalarning sahifalarida gaplardan sarlavha sifatida foydalanilgan. Gazetalarda

²² Rasulov R. Umumiy tilshunoslik. – Toshkent, 2006, 58-59-b.

²³ Usmonov S., Umumiy tilshunoslik. – Toshkent, 1972, 171-b.

²⁴ Hojiyev A. Lingivistik terminlarning izohli lugʻati. – Toshkent, 1985, 27-b.

qo'llanilayotgan gap-sarlavhalar orasida so'roq gap, buyruq gap, undov gap, sodda yoyiq gap, shaxsi ma'lum gap, qo'shma gap kabilar uchraydi. Ulardan foydalanish bir xil emas. Albatta, bu gaplarning ekspressivlikni ifodalash, axborotni yetkazish imkoniyatlari va gazeta talabi bilan uzviy bog'liqdir. Gap-sarlavhalar orasida, ayniqsa, so'roq gaplar o'z ekspressiv-stilistik imkoniyatlari bilan alohida diqqatni tortadi.

Darak gap-sarlavhalarning qo'llanishida ham o'ziga xoslik mavjud. Gazetalarda bir tarkibli gaplar, jumladan, shaxsi ma'lum gaplarning sarlavha sifatida qo'llanganini ko'rish mumkin. Ular nisbatan ixchamligi, mazmunliligi, ravonligi, silliqdigi va turli ma'no nozikliklarini ifodalashi bilan ajralib turadi. Ularning ana shu xususiyatlari gazeta tili uchun juda mos bo'lib, fikrni ixcham, ravon, o'qimishli tarzda gazetxonga yetkazish uchun xizmat qiladi.

Ma'lumki, shaxsi aniq gapda ega ifodalanmaydi. Uning asosi kesimdan iborat bo'ladi. Kesim fe'lning har uchala shaxs shakli bilan ifodalanadi. Gapning kesimiga qarab, harakat qaysi shaxs (men-biz, sen-siz, u-ular) tomonidan bajarilayotganini aniq bilish mumkin. Biz tahlil etgan gazetalarda ham shaxsi aniq gaplar ko'plab ishlatilgan. Ularning, ayniqsa, sarlavhabopligi diqqatni tortadi. Misollar: *O'zbekistonimizning nurl kelajagiga ishonamiz* (21.02.2015), *Yurt madhini dostonlarda kuylayman* (25.02.2015), Ko'rinadiki, shaxsi aniq gaplarda ega ifodalanmagan bo'lsa ham, fikr aniq va mazmunli, nisbatan qisqa tarzda bildirilgan.

Gazetalarda shaxsi aniq gaplar ayrim tanqidiy maqolalar uchun ham mos sarlavha sifatida ishlatilgan. Ular matnda ifodalangan fikrni qisqa, ixcham, qisman ifodalashga xizmat qilish bilan birga tez diqqatni tortgani uchun ham gazetabop hisoblanadi. Misollar: *Hamon uyqudasiz* (28.02.2015).

Ikki tarkibli gaplar orasida sodda yoyiq gaplar ega va kesim bilan birga aniqlovchi, to'ldiruvchi, hol kabilarning ishtirok etishi natijasida fikrni birmuncha yaxlit, to'liq ifodalashga yordam beradi. Ularda tugallangan, yaxlit, mazmunli fikrning ifodalanishi va ma'lum darajada ixchamligi gazeta tili

uchun keng imkoniyatlarni yuzaga keltiradi. Shuning uchun ham gazetaning barcha janrlarida sodda yoyiq gaplardan unumli foydalaniladi. Chunki bu xil gaplarda ixcham shaklda keng mazmun ifodalanadi va matn yengil o‘qiladi, barcha gazetxonlarga tushunarli bo‘ladi. Sodda yoyiq gaplar barcha xususiyatlari bilan sarlavhabop hisoblanadi.

Gazetalarda qo‘llangan sodda yoyiq gaplarning aksariyati ixcham jumladan tanlangan. Sarlavhada ifodalangan dastlabki ma‘no mavzuni qisman aniqlashga xizmat qiladi va gazetxon e‘tiborini tortadi. Misollar: *Asosiy e‘tibor yoshlar tarbiyasiga qaratiladi* (M., 26.02.10), *Nurli yo‘llar chorlaydi* (M., 13.03.10), *Sog‘lom raqobat kuchaymoqda* (M., 2.06.10), *Biz – baxtiyor yoshlarmiz (21.02.2015) kabilar*. Ko‘rinadiki, ular nisbatan ixcham, mazmunli, shuning uchun ham bu xil sarlavhalar maqola, korrespondensiya, lavha, hisobot, reportaj janrlarida ham ishlatilgan.

Darak gap-sarlavhalar oz uchrasi-da, ularning xabarni birmuncha to‘laroq yetkazishdagi imkoniyatlari katta. Misollar: *Saylovchilar uchun barcha sharoitlar yaratildi. (25.03.2015)*. *Yangi inshoot umidli sportchilarni kutmoqda (28.03.2015)* Matnda sarlavhaning mazmuni singdirilgan.

“...Har yon qizil, sorig‘, yashil” Xil’atin to aylamish jonon qizil, sorig‘, yashil./ Shulai ohim chiqar har yon qizil, sorig‘, yashil... Hazrat Navoiyning “Favoyid ul-kibar” devonidan “qizil, sorig‘, yashil”radifli g‘azali o‘rin olgan. Navoiy kelajakni ko‘ra olganmi? Navoiy va texnika taraqqiyoti (M., 09.02. 12). *Qo‘shnilarga zarar yetkazmaslik kerak* Markaziy Osiyo xalqlari-ning xavfsizligi va ravnaqi hamma narsadan ustundir (sarlavhaosti izohi). Munosabat (rukni) (M., 11.03.10). *Bilimlilar saralandi* Fan olimpiadalari (rukni) (M., 6.01.10).

Umuman, sodda yig‘iq va sodda yoyiq gaplarning sarlavha sifatida ishlatilishi xabar janri uchun xarakterlidir. Ularning ba‘zan maqola janrida qo‘llanilayotganini ham qayd etish mumkin. Bu xil sarlavhalar orasida kesimi aniq va majhul nisbatdagi sodda yig‘iq yoki sodda yoyiq gaplar ko‘p uchraydi. Ular sarlavha talabiga to‘la javob beradi.

Ifoda maqsadiga ko‘ra gap turlarining har biri o‘z emotsional-ekspressiv xususiyatlariga ega. Ularning funksional uslublarda qo‘llanilishi ham rang-barangdir. Ma’lumki, so‘roq gaplarda ”so‘zlovchi uchun noma’lum bo‘lgan biror predmet, harakat-holat, belgi haqidagi so‘roq ifodalanadi. So‘roq gaplarda suhbatdosh so‘zlovchining so‘rog‘iga javob berishga, unga o‘z munosabatini bildirishga undaladi. Bundan tashqari, so‘roq gaplar so‘roq yo‘li bilan bildirilgan hayrat, taajjub, hayajon, buyruq, gumon kabi ma’nolarni ifodalashi mumkin”²⁵. So‘roq gaplarning ana shu xususiyatlari nutqni ta’sirchan, ekspressiv qilib ifodalashda muhim ahamiyatga ega²⁶.

So‘roq gaplar gazeta sarlavhasi sifatida ham muhim ahamiyatga ega. Ular ixcham, mazmunli, ko‘zga tez tashlanib, kuchli ta’sir qiladigan til vositasi sifatida gazetxon uchun tushunarli va o‘qimishlidir. So‘roq gaplarning sarlavha vazifasida ishlatilib, turli emosional-ekspressiv ottenkani ifodalashi ham diqqatni tortadi. So‘roq gap – sarlavhalarni ikki guruhga ajratib o‘rganish mumkin. Ularning aksariyatini so‘roq olmoshlari ishtirokida tuzilgan so‘roq gaplar tashkil qiladi²⁷: 1. So‘roq olmoshlari bilan tuzilgan so‘roq gap - sarlavhalar. 2. Yuklamalar orqali tuzilgan so‘roq gap - sarlavhalar.

1. *So‘roq olmoshlari bilan tuzilgan so‘roq gap - sarlavhalar.* “So‘roq olmoshlari barcha tillarda, shu jumladan, o‘zbek tilida, so‘roq gap hosil etuvchi eng asosiy vosita hisoblanadi. Ular olmosh so‘z turkumiga kiruvchi boshqa so‘zlar kabi juda umumiy, abstrakt ma’noni bildiradi. So‘roq olmoshlari, boshqa turdagi olmoshlar kabi voqyelikning turli konkret elementlarini tashkil etuvchi narsa-predmet, belgi xususiyat va hokazolarni bevosita atamaydi, balki ularga umumiy tarzda ishora qiladi”²⁸.

So‘roq olmoshlarning har biri o‘z emosional-ekspressiv ma’nosiga ega. ”O‘zbek tili stilistikasi”da shunday deyiladi: ”So‘roq gaplar so‘zlashuv nutqida

²⁵ Shomaqsudov A., Rasulov I., Qo‘ng‘urov R., Rustamov H. O‘zbek tili stilistikasi. – Toshkent: O‘qituvchi, 1983, 154-b.

²⁶ Axmedov A. O‘zbek tilida gapning kommunikativ turlari. – Toshkent: Fan, 1979, 52-b.

²⁷ Bu haqda qarang: Суяров И. Местоимение в современном узбекском литературном языке. Автореф.дис.... канд.филол.наук. – Самарканд, 1965, 16-25-б.

²⁸ Axmedov A. O‘zbek tilida gapning kommunikativ turlari. – Toshkent: Fan, 1979, 59-b.

so‘roq intonasiyasi bilan aytiladi. Bunda so‘roq maxsus leksik-grammatik vositalar orqali ifodalansa, kuchli ohang bilan aytiladi: ohang ko‘tarilib boradi. Logik urg‘uning gapning qaysi bo‘lagiga tushishiga qarab, ohang o‘zgarishi mumkin. Masalan, logik urg‘u so‘roq gap boshidagi bo‘lakka tushsa, ohang ko‘tarilib pasayadi. So‘roq gaplar orqali tuzilgan so‘roq gaplarda ohang so‘roq olmoshida ko‘tariladi”²⁹.

Mavjud tadqiqotlarga asoslanib, so‘roq gap - sarlavhalarning xususiyatlarini to‘plagan materiallarimiz asosida tahlil qilishga urindik.

So‘roq gaplardan foydalanilgan shunday sarlavhalarni uchratdikki, ularda so‘roq olmoshlari ketma-ket qo‘llanilgan. Misollar: *Nima, qayerda, qanday?* (M., 4.03.11). Ushbu sarlavha e‘tiborni tortishi aniq, chunki ketma-ket so‘roq olmoshlari ekspressivlikka xizmat qilgan. Yana bir jihati matnda barcha so‘roq olmoshlariga javob berilgan.

Kim qiladi-ya, shuginani-ya? (M., 25.03.10) sarlavhasining o‘zi ta’sirchan va o‘qimishlidir. Sarlavha e‘tiborni tortadi va matn bilan tanishishga undaydi. Sarlavha va matn uyg‘unligi, savolga javobning to‘liqligi jurnalist mahoratidan dalolat beradi. «*Bilasizmi?*» rukni ostida bosilgan *Kim, qanday yo‘l tutadi?*(M., 29.03.10) sarlavhali maqolaning e‘tiborni tortadigan jihati shuki, unda rukn ham, sarlavha ham so‘roq gap vositasida ifodalangan.

So‘roq gapning bir turi darak gap shaklida bo‘lib, uni ohang yordamida so‘roq gapga aylantirish mumkin, chunki ularda so‘roq olmoshi ham, so‘roq yuklamasi ham yo‘q. Ularni yozma nutqda darak gapdan ajratib turadigan jihat so‘roq belgisidir. Gazetada xuddi shu xildagi sarlavhani ham uchratdik. Misol: *Plastik kartochkadan ustama?*(M., 13.02.10). Hozirgi davr talabi, ya’ni plastik kartochka orqali savdo qilinganda, hech qanday ustama belgilanmasligi so‘roq gap vositasida eslatilgan bo‘lsa-da, matn mazmunida bu holat aniq ochib berilgan.

²⁹ Shomaqsudov A., Rasulov I., Qo‘ng‘urov R., Rustomov H. O‘zbek tili stilistikasi. – Toshkent: O‘qituvchi, 1983, 158-b.

So‘roq olmoshlari gap o‘rtasida kelgan so‘roq gap - sarlavhalar to‘plagan materiallarimiz orasida ko‘p uchraydi. Tadqiqotchilar qayd etganidek, bu xil sarlavhalar gazetalarda ko‘p uchraganidan tashqari, ular, asosan, *kim, nima, qanday, qachon, nega, ba‘zan qayerda, qalay* kabi so‘roq olmoshlari bilan tuzilgan³⁰. Bu xil sarlavhalar orasida *kim* olmoshi bilan tuzilganlari ta’sirchanligi, matn bilan tanishishga undashi bilan e’tiborni tortadi. Misollar: *Шоир ва шеър қандай бўлиши керак?* (M., 28.01.15), *Мактаб қандай ободонлаштирилади?* (M., 18.03.15). Bu xil so‘roq gaplarning sarlavha sifatida qo‘llanishi va ularning matn bilan uyg‘unligi, mavzuni qisman yoritish bilan gazetxonni materialni o‘qishga undashi gazetabopligidan dalolat beradi.

So‘roq gaplarning xususiyati ularning sirli masalalarga aniqlik kiritishida, javobni bilish uchun mutolaani davom ettirishga undashida ko‘rinadi. Ixcham, qisqa, mazmunli, gazetabop so‘roq gap - sarlavhalarning so‘roq olmoshi gap oxirida kelgan turlari ancha e’tiborni tortadi. Misollar: *Aybdor kim?* (M., 18.02.11), *Kumushlar qani?* (M., 7.01.11), *Sadoqatning bahosi qancha?* (M., 4.02.11) kabilar.

Gazeta sarlavhalari orasida so‘roq olmoshlari gap o‘rtasida va oxirida kelgan so‘roq gap - sarlavhalarning ixchamligi, mazmunliligi, ta’sirchanligi e’tiborni tortadi. Ular orasida *nega, qachon, qachongacha, qayerda, qaysi, qalay* kabi so‘roq olmoshlari bilan tuzilgan so‘roq gaplar sarlavha sifatida nisbatan ko‘proq uchradi.

Gazetalarda so‘roq gaplarning sarlavha sifatida ishlatilishi alohida xusu-siyatlarga ega. Misollar: *Qanday bilim yurtlari bor?* Matnga sarlavha mazmuni singdirilgan (M., 12.01.12). *2030- yilda bizni nima kutayapti?* (M., 12.01.12). Sarlavha mazmuni matnga singdirilgan. *Siz ham “Yil ayoli” bo‘lishni istaysizmi?* (M., 26.01.12). Sarlavha mazmuni matnga singdirilgan. Ko‘plab mazmunli sarlavhalar rukn bilan boyitilib, berilayotgan axborotga aniqlik kiritilgan. Misollar: *Internet orqali test topshirsa bo‘ladimi? E’tibor va*

³⁰ Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi. – Samarqand, 1995, 64-b.

imkoniyat (rukn) (M.,7.01.11.). “*Ko‘ragonmi yoki Guragon?* Yoxud ushbu atamalarning kelib chiqishi haqida ayrim mulohazalar (sarlavhaosti izohi) Temurnoma (rukn) (M., 18.09.10).

2. *So‘roq gap - sarlavhalar orasida yuklamalar* bilan tuzilgan so‘roq gap sarlavhalarning ham o‘rni bor. Ma’lumki, so‘roq yuklamalari bilan tuzilgan so‘roq gaplarda ifodalangan mazmunga javob ikki xil, ya’ni tasdiq va inkor shaklida bo‘lishi mumkin. «O‘zbek tili stilistikasi» nomli kitobda qayd etilishicha, tasdiq yoki inkor talab qiladigan so‘roq gaplarning ayrimlari so‘roq yuklamalari(-mi orqali) orqali hosil qilinadi. Bunday gap tarkibida so‘zlovchi uchun noma’lum bo‘lgan narsa, voqeya-hodisa nomi uchraydi³¹. Bu xil so‘roq gap - sarlavhalar ham gazetalarda uchraydi. Ularda –mi yuklamasi orqali savolning qo‘yilishi, tasdiq yoki inkor talab qiladigan narsa, voqeya-hodisa nomining gap tarkibida uchrashi e’tiborni tortadi. So‘roq gap orqali ifodalangan ta’sirchanlik esa gazeta sarlavhasining kuchini yanada oshirgan. –mi yuklamasi orqali shakllangan so‘roq gap - sarlavhalarning dastlabki ma’nosi – javobi *emas* to‘liqsiz fe’li orqali ifodalanadigan ma’noga mos keladi. Bu javobni matnda ifodalangan ma’no ham tasdiqlaydi. Misollar: *Bitiruv kechasini o‘tkazish shartmi?* (M., 15.06.10) - *Bitiruv kechasini o‘tkazish shart emas*.

Shuni qayd etish kerakki, -mi yuklamasi bilan shakllangan so‘roq gap – sarlavhalar boshqa xil sarlavhalarga qaraganda nisbatan ta’sirchanligi bilan e’tiborni tortadi. Ular nisbatan ixcham, mazmunli va dastlabki javob ham qiziqarli (*shartmi – shart emas* kabi). Bunday holat gazetxon e’tiboridan chetda qolmaydi. So‘roq gap - sarlavhalarning bu xili sarlavha sifatida qo‘llanganidan tashqari ayrim materiallarda ular matn tarkibida ham uchrab, ta’sirchanlikni ta’minlagan. Masalan, *Internet orqali test topshirsa bo‘ladimi?* (M., 7.01.11) sarlavhali material «*E’tibor va imkoniyat*» rukni ostida bosilgan bo‘lib, unda 34 ta gap ishlatilgan, shundan 7 tasi so‘roq gap va 2 tasi undov gapdir.

³¹ Shomaqsudov A. va boshqalar. O‘zbek tili stilistikasi, 154-b.

So‘roq gap - sarlavhalarining shunday turlari borki, ulardagi dastlabki axborot ijobiy xulosa chiqarishni talab etadi. Tegishli xulosani tasdiqlab olish uchun material bilan tanishish shartligi ma’lum. Ana shu holat matn bilan tanishishga undaydi. Misollar: *Do ‘stlikning qadri yo ‘qmi?* (M., 26.02.10) - *Do ‘stlikning qadri bor. Buni bilish shart emasmi?* (M., 18.02.11) - *Buni bilish shart. “Фарзандингизга китоб совзв қилдингизми?”*(4.04.2015).

-mi yuklamali so‘roq gap-sarlavhalarining ayrimlarida savol uyushiq holda kelgan va ta’sirchanlik ma’lum darajada oshirilgan. Масалан: *Ko ‘ragonmi yoki Kuragon?* (M., 18.09.10),

Gazetalarning sahifalarida –mi yuklamalari bilan hosil bo‘lgan so‘roq gaplar sarlavha vazifasida ko‘p qo‘llangan. Ularning aksariyatida tasdiq yoki inkor ma’nosining bevosita ifodalanishi, mazmunliligi, ixchamliligi, voqea-hodisa, predmetni nomlash bilan birga maqola mazmunini aks ettira olishi, diqqattortarliligi bunga sabab bo‘lgan.

A.Abdusaidovning tadqiqotlari natijalariga ko‘ra, -chi yuklamasi bilan hosil qilingan so‘roq gap - sarlavhalar gazeta tili uchun xos emas³². Lekin gazeta sahifalarida bu xil sarlavhalar, juda oz bo‘lsa-da, uchraydi. Misol: *Biz yoshlardan nima kutayapmiz? Ular bizdan-chi?* (M., 19.03.11). Ko‘rinadiki, bu xil sarlavhalar ham ta’sirchanlikka ma’lum darajada xizmat qilishi mumkin. Umuman, so‘roq olmoshi va so‘roq yuklamasi bilan hosil bo‘lgan so‘roq gaplar sarlavha vazifasida, asosan, o‘rinli ishlatilgan. Ular gazeta tilida ekspressivlikni ifodalashda muhim vositalardan biri sifatida xizmat qilgan.

“Buyruq gap. Bunda tinglovchini biror ishni bajarish yoki bajar-maslikka undash, da’vat etishdan tashqari, do‘q, qattiy buyruq, iltimos, maslahat, yalinish, taklif kabilar ham ifoda qilinadi. Buyruq gaplarning bo‘lishsiz formasi faqat -ma affiksi orqali shakllanadi. Buyruq gaplar badiiy adabiyotlarda, dialog formasidagi nutqda, rasmiy ish qog‘ozlari uslubida, turli chaqiriqlarda, ilmiy uslubga oid mashq va topshiriqlarda qo‘llanadi. Buyruq

³² Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi, 74-b.

gapning kesimi ko‘pincha buyruq maylidagi fe’llar bilan ifodalangan bo‘ladi”³³.

M.Mukarramov ”Hozirgi o‘zbek adabiy tilining ilmiy stili” nomli monografiyasida buyruq gaplarning ilmiy uslubda qo‘llanishini atroflicha tahlil qilib, quyidagi xarakterli fikrlarni bayon qilgan: ”Buyruq gaplar ilmiy nutqda o‘ziga xos qo‘llanish uslubiga ega. Unda da’vat, maslahat, ruxsat etish, orzu-istak kabi mazmunlarni ifodalaydigan buyruq gaplar ishlatilmaydi. Buyruq ma’nosi umumga, barchaga qaratiladi»³⁴. A.Ahmedov buyruq gaplarning grammatik-intonasion xususiyatlarini o‘rganib, ularning bir necha turini qayd etadi va mazmun jihatidan buyruq gaplar iltimos, iltijo, buyruq, talab, ruxsat, taqiqlash, chaqiriq, do‘q, ogohlan-tirish, maslahat, nasihat, taklif, yupatish, tilak kabilarga bo‘linishini ko‘rsatadi³⁵. A.Boboyeva ”Gazeta tili haqida” nomli risolasida ayrim buyruq gap - sarlavhalar haqida shunday fikr bildirgan: ”Buyruq shaklida va sostavida undalmasi bo‘lgan sarlavhalarda kommunikativlikning yuqori darajasi ko‘zga tashlanadi. Chunki bunday gap qurilishida o‘quvchiga bevosita ta’sir etish nazarda tutilgan: *Qonunsizlikka chek qo‘yilsin!, Yo‘qolsin neytron bomba! Dunyo bolalari, sizga tinchlik va baxt tilaymiz!, Chorvador, kasbingni sharafla!* kabi”³⁶.

Gazeta sarlavhasi vazifasida ishlatilgan buyruq gaplar orqali, asosan, maslahat, ish-harakatni bajarishga undash, chaqiriq ma’nolari ifodalangan. Bu, albatta, gazeta funksiyasidan kelib chiqadi. *Misollar: Bir-biringizni g‘animat biling! (M., 4.04.15), O‘z uyingni o‘zing asra! (M., 1.04.15).*

Buyruq gaplarning kesimi quyidagicha ifodalangan xillari gazeta sarlavhasi sifatida ishlatilganligini qayd etish mumkin: 1. Gapning kesimi buyruq-istak maylining birinchi shaxs ko‘plik shaklidagi fe’llardan iborat: *Vatan uchun yashaylik (M., 03.03.10)*. 2. Gapning kesimi buyruq maylining ikkinchi shaxs birlik shaklidagi fe’llardan iborat: *Aldanib qolmang! (M.,*

³³ Shomaqsudov A. va boshqalar. O‘zbek tili stilistikasi, 158-b.

³⁴ Mukarramov M. Hozirgi o‘zbek adabiy tilining ilmiy stili. – Toshkent: Fan, 1984, 113-b.

³⁵ Axmedov A. O‘zbek tilida gapning kommunikativ turlari, 141-166-b.

³⁶ Boboyeva A. Gazeta tili haqida, 28-29-b.

7.09.10). 3. Gapning kesimi buyruq maylining uchinchi shaxs birlik shaklidagi fe'llardan iborat: *Oltin qanot qushlar uchsini!* (M., 26.03.10). 4. Gapning kesimi jo'nalish kelishigidagi otdan iborat: *Hamma xayriya hashariga!* (M., 4.03.10).

Ayrim sarlavhalarni qo'llashda imlo qoidalariga rioya etilmaganligini ham ko'rish mumkin. Misol: *Yaxshilik deb yashang odamlar!* (M., 24.03.11). Ushbu gapda undalmadan oldin vergul qo'yilmagan.

Buyruq va undov gap-sarlavhalar gazetalarda kuchli stilistik vosita vazifasini bajaradi. Misollar: *Yaxshilik qil, daryoga tashla! - Yaxshilik qil-u, suvga sol, bir kuni o'zingga qaytadi, deb eshitgan edim.* (M., 23.02.12). *Tanlovda ishtirok eting!* (M., 19.03.11).

Undov gaplar turli emotsional-ekspressiv ma'nolarni ifodalashda kuchli uslubiy vosita rolini bajarishi mumkin. Undov gaplarda so'zlovchining ichki his-hayajoni, tuyg'usi yoki voqelikka bo'lgan turli emosional munosabat ifodalanadi. So'zlovchining ichki hayajoni, tuyg'usini ifoda qiluvchi gaplar sof undov gaplardir. Bunda emosionallik gapning asosiy mavzunini tashkil qiladi. Undov gaplar zavqlanish, shodlik, hayratlanish, taajjub, achinish, g'azab, nafrat kabi ichki kechinmalar ifodalanadi. Umuman, undov gaplar emosionalligi bilan ajralib turadi.

Undov gaplarning sarlavha vazifasida ishlatilishi ham, oz bo'lsa-da, uchraydi. Misollar: *Sizga ta'zim, ustoz!*(M.,4.02.11), *Qo'lingiz dard ko'rmasin!* (M., 1.03.11), *Samarqandda 8 million tup ko'chat o'tqaziladi!* (M., 18.02.11). Umuman, undov gaplarning sarlavha sifatidagi xususiyatlari diqqatni tortadi, lekin ular gazeta sarlavhasi sifatida ham juda kam ishlatilmoqda. A.Abdusaidov tadqiqotlariga ko'ra, XX asrning 70-80-yillarida, Mustaqillikdan oldin, sobiq sho'ro davri talablariga asosan, buyruqbozlik avj olgan paytlarda undov gaplar, asosan, buyruq gaplar gazetalarda ko'plab

qo‘llangan³⁷. Istiqloq yillarida esa hayotni aniqroq aks ettirish, «quruq» chaqiriqlar o‘rniga haqiqiy bunyodkorlikka undovchi sarlavhalar ko‘paydi.

Ma’lumki, sarlavha vazifasida kelgan til birligi mazmunli, ixcham, tushunarli bo‘lishi, materialni nomlashi, mazmunini ifodalashi va reklamalik xususiyatiga ega bo‘lishi lozim. Qo‘shma gaplarning ayrimlari, asosan, mana shu talablarga javob beradi. Lekin ularning nisbatan cho‘ziqligi, kengligi gazetada ixchamlik imkoniyatlarini yuzaga chiqarishda xalaqit beradi. Shuning uchun ham qo‘shma gaplardan gazeta matnlarida o‘rinli foydalanilsa-da, sarlavha sifatida qo‘llashga, ko‘pincha, e’tibor berilmaydi. Gazetalarda qo‘shma gaplar ham oz bo‘lsa-da, sarlavha sifatida ishlatilgan. Lekin qo‘shma gap - sarlavhalar aksariyat hollarda qisqargan shaklda uchraydi. Umuman, qo‘shma gaplar sarlavha sifatida juda oz miqdorda ishlatilgan. Ular orasida faqatgina zidlov bog‘lovchili bog‘langan qo‘shma gaplar va shart ergash gapli qo‘shma gaplar qisqargan shaklda sarlavhabop hisoblanadi. Qo‘shma gap - sarlavhalarning ekspressivlikni ifodalashda ahamiyati katta.

Qo‘shma gaplar orasida bog‘langan qo‘shma gaplarning sarlavha sifatida ishlatilishini ko‘proq uchratdik. Tadqiqotchilar bog‘langan qo‘shma gaplar nutqimizda ko‘plab ishlatilishini va ularning emotsional-ekspressiv bo‘yoqqa egaligini qayd etishgan³⁸. Ana shu sabablar tufayli va zidlov bog‘lovchili bog‘langan qo‘shma gaplarning elliptik shakli nisbatan ixchamligi uchun gazetada sarlavha sifatida muhim elementlardan hisoblanadi. Misollar: *Yoshlar ekologiya faniga qiziqadi, ammo...*(M., 21.09.10), *Rahbar mas’uliyatli ishchilarni qabul qilgan, biroq...*(M.,2.07.10), *O‘qituvchi darsga kelsa, biroq...*(M., 13.02.10). Ko‘rinadiki, material mazmuni qo‘shma gapning birinchi qismida qisman aks etgan. Ushbu sarlavhaning dastlabki mazmuni ham materialning tanqidiy ekanligini bildi-radi va matnda ifodalangan axborotni bilish uchun gazetxonni mutolaaga undaydi.

³⁷ Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi, 85-86-b.

³⁸ Qarang: Nurmonov A., Mahmudov N., Ahmedov A., Solixo‘jayeva S. O‘zbek tilining mazmuniy sintaksisi. – Toshkent: Fan, 1991, 120-121-b.

Qo‘shma gaplarning ergash gapli qo‘shma gap turi sarlavha sifatida qisqargan variantda yoki to‘liq shaklda ishlatilgan bo‘lsa-da, ular uchun, birinchi navbatda, mazmun aniqligi hisobga olingan. Ayrim hollardagina ergash gapli qo‘shma gapning elliptik shakli uchraydi, boshqalari to‘liq shaklda (uzunroq, gap cho‘zilgan holatda) ham oz bo‘lsa-da sarlavha sifatida ishlatilgan. Misollar: *Rahbar mas’uliyatsiz bo‘lsa...*(M., 23.07.10), *Muammo hamjihatlikda yechiladi, chunki gap inson qadriyati, millat sha’ni haqida bormoqda* (M., 10,06.10).

“Ma’rifat” gazetasining sarlavhalarini kuzatganimizda, maqol va frazeologizm shaklida berilgan sarlavhalarga ham duch keldik.

O‘zbek tilshunosligida frazeologizmlarning turli xususiyatlari atroflicha o‘rganilgan. Bu sohada taniqli tilshunos olim Sh.Rahmatullayevning xizmatlari nihoyatda katta. Olimning bir qator monografiyalari, darslik va qo‘llanmalari, lug‘atlari beqiyos manba hisoblanadi³⁹. Frazeologizmlarning qator xususiyatlarini o‘rganishda H.Berdiyev, I.Qo‘chqortoyev, A.Mamatov, R.Rasulov, B.Yo‘ldoshev va boshqa olimlarning xizmatlarini ha alohida qayd etish mumkin⁴⁰.

Frazeologizmlar matbuot tilida ham muhim vosita ekanligi olimlar tomonidan o‘rganilgan. Masalan, o‘zbek tilshunosligida frazeologizmlarning jurnal tilida ishlatilishi birinchi bor A.Abdunazarov tomonidan maxsus o‘rganilgan⁴¹. Frazeologizmlarning gazeta tilida qo‘llanishi A.Abdusaidov tomonidan tadqiq etilib, qo‘llanmalari yaratildi⁴². B.Yo‘ldoshev va B.Mirzayevning «O‘zbek tilida frazeologizm sarlavhalarining stilistik

³⁹ Qarang: Rahmatullayev Sh. O‘zbek tilining izohli frazeologik lug‘ati. - Toshkent: O‘qituvchi, 1978. - 408 b.; Shu muallif. O‘zbek tilining frazeologik lug‘ati. - Toshkent: Qomuslar Bosh tahririyati, 1992. - 380 b.

⁴⁰ Berdiyev H., Rasulov R., Yo‘ldoshev B. O‘zbek frazeologiyasidan materiallar. - Samarqand, 1976; P qism, 1979; SH qism, 1983; Berdiyev H., Rasulov R. O‘zbek tilining paremiologik lug‘ati. - Toshkent: O‘qituvchi, 1984. - 288 b.; Yo‘ldoshev B. Frazeologik uslubiyat asoslari. - Samarqand, 1999. - 200 b.; Кучкартаев И. Фраzeологическое новаторство Абдуллы Каххара: Автореф.дис. ... канд.филол.наук. - Ташкент, 1965. - 23 б.; Рафиев А.Р. Структурно-функциональные свойства frazeологических единиц узбекского языка: Автореф.дис. ... канд.филол.наук. - Ташкент, 1982. - 18 б.; Mamatov A.E. O‘zbek tili frazeologizmlarining shakllanishi masalalari: Filol.fan.dokt. ... dis.avtoref. - Toshkent, 2000. - 56 b.

⁴¹ Абдуназаров А. Некоторые вопросы развития лексики и frazeологии узбекского литературного языка 20-х годов: Автореф.дис. ... канд.филол.наук. - Ташкент, 1968. - 22 с.

⁴² Abdusaidov A. Gazeta tilida frazeologizmlar. - Samarqand, 1990. - 120 b. Abdusaidov A. Frazeologizmlar - matbuot tilida ta’sirchan vosita. - Samarqand, 2001. - 80 b.

xususiyatlari haqida (Matbuot materiallari asosida)» nomli maqolasi gazeta sarlavhalarining xususiyatlarini o'rganishda muhim ahamiyatga ega bo'ldi⁴³.

Frazeologizmlarning funksional-uslubiy xususiyatlarini o'rganish sohasida B.Yo'ldoshevning "Hozirgi o'zbek adabiy tilida frazeologik birliklarning funksional-uslubiy xususiyatlari" nomli doktorlik dissertatsiyasi muhim ahamiyatga ega⁴⁴. A.Mamatovning doktorlik dissertatsiyasida frazeologizmlarning adabiy me'yor bilan bog'liq xususiyatlari atroflicha o'rganildi⁴⁵.

To'plagan materiallarimizda ayrim frazeologizmlarning aynan, o'zgarishsiz sarlavha sifatida ishlatilganligini ko'rdik. Ular mazmunli, yaxlit ma'noli, axborotni puxta, to'la yetkazuvchi, sarlavhabop til birligi ekanligini quyidagi misollar ham tasdiqlaydi: *Qo'lingiz dard ko'rmasin!* (M., 5.03.10), *To'qlikka sho'xlik.* (M., 6.01.10) kabilar. Keltirilgan misollarning e'tiborni tortishi ularning sarlavhabopligida, ya'ni ixcham, mazmunli va ta'sirchanligida ko'rinadi. Bunday sarlavhalar, ko'pincha, lavha, maqola, tanqidiy maqola janrlarida ishlatilgan bo'lib, ularning matn bilan uyg'unligi ham diqqatga sazovordir.

«To'qlikka sho'xlik» sarlavhasi darhol diqqatni tortadi. U tanqidiy maqola mazmuniga mos tanlangan. Undagi ma'noning uyg'unligi matn bilan tashnishgach, ayon bo'ladi. Masalan: «*Ularning bu ishlarini to'qlikka sho'xlik deyishdan boshqacha nomlash mumkin emas*» (M., 6.01.10). Ushbu maqolada tilga olingan holat, ayrim yoshlarning katta imkoniyatlarni boy berib, ichkilikka ro'ju qo'yib, egri yo'lga kirib ketishlari sarlavhada qisman aks etgan va matnda uyg'un holda keng yoritilgan.

Tadqiqotchilar qayd etganidek, kamqo'llanuvchan iboralarni sarlavha sifatida ishlatish gazetxon diqqatini tortishga, materialga e'tiborni qaratishga

⁴³ Yo'ldoshev B., Mirzayev B. O'zbek tilida frazeologizm sarlavhalarning stilistik xususiyatlari haqida (Matbuot materiallari asosida). // O'zbek tili stilistikasi va nutq madaniyati masalalari. - Samarqand: SamDU, 1982, 109-114-b.

⁴⁴ Yo'ldoshev B. Hozirgi o'zbek adabiy tilida frazeologik birliklarning funksional-uslubiy xususiyatlari: Filol.fan.dokt. ...dis. avtoref. - Toshkent, 1993. - 49 b.

⁴⁵ Mamatov A.E. Hozirgi zamon o'zbek adabiy tilida leksik va frazeologik norma muammolari: Filol.fan.dokt. ...dis. avtoref, 1991.- 56 b.

sabab bo'ldi. Yuqoridagilar kabi sermazmun, ixcham frazeologizmlar sarlavha vazifasida ko'plab ishlatilgan. Lekin ular orasida materiallarda tez-tez qo'llanaverib, standartlar qatoridan o'rin olgan va ma'lum darajada ekspressivligini yo'qotgan iboralar ham sarlavha vazifasida uchraydi. Ana shunday frazeologizmlar sifatida *bir yoqadan bosh chiqarib, bir tan-u, bir jon bo'lib* kabilarni ko'rsatish mumkin.

Gazetalarda qo'llangan frazeologizmlarning deyarli hammasi o'rinli tanlanganligi, sarlavhabopligi bilan ortiqcha mulohazalarga o'rin qoldirmaydi. Sarlavha sifatida ixcham, mazmunli iboralarni tanlash aynan ishlatish frazeologizmning ta'sir kuchini oshiradi, gazetxon nutq madaniyatini oshirishida muhim ahamiyat kasb etadi.

Gazeta sarlavhalari orasida frazeologizmga ifodalangan ma'noni yanada aniqlashtirish maqsadida ayrim so'zlar qo'shib ishlatilganlari ham uchraydi. Frazeologizmlar ifodalagan yaxlit ma'no nisbiy bo'lib, u, albatta, biror holat, xususiyat haqida to'liq tushuncha bermaydi. Ba'zan konkretlashtiruvchi so'z qo'llash lozimligi sezilib qoladi. Gazetalarning sahifalarida ibora ifodalagan ma'noni to'ldirish, konkretlashtirish maqsadida sarlavha sifatida ishlatilgan frazeologizmlarga mos so'zlar qo'llanilgan. Bu bilan frazeologizmning ta'sirchanligi oshirilgan, ma'no aniqligi ta'minlangan. Masalan: «*Avtomobilchilar kuni oldidan*» rukni ostida bosilgan materialga «*Odamlar og'irini yengil qilib*» sarlavhasi ishlatilgan. «*Og'irini yengil qilmoq*» frazeologizmi matnda «*uzog'ini yaqin qilmoq*» iborasi bilan ham takrorlanib, mazmunli jumlar tuzilgan: «*Soha xodimlari xalqimiz uzog'ini yaqin, og'irini yengil qilish maqsadida hormay-tolmay mehnat qilishmoqda*»(M., 22.10.10). Frazeologizmdan sarlavha sifatida va matnda ta'sirchan vosita sifatida foydalanish materialning o'qimishlilikini ta'minlagan.

«Sport» rukni hammaning ham e'tiborini doimo tortavermasligi mumkin, lekin frazeologizmning sarlavha sifatida qo'llanishi va matndagi uyg'unlik gazetxon diqqatini o'ziga tortmasligi mumkin emas. «*O'smirlarning*

qo'li baland keldi» (M., 30.07.10) sarlavhasidagi «*qo'li baland kelmoq»* iborasi ma'lum darajada ta'sirchanlikka va e'tiborni tortishga sabab bo'ladi.

Ayrim frazeologizmlarning sarlavhada kuchli emotsional-ekspressiv vosita rolini bajarishini quyidagi misol orqali ham bilib olish mumkin: «*Sizni yuzingizga maqtagan kishining ko'ziga tuproq soching»* sarlavhasi cho'ziqligi bilan gazetabop sarlavhalardan ajralib turadi. Lekin sarlavha tarkibidagi «*ko'ziga tuproq sochmoq»* frazeologizmida ifodalangan ma'no hamda iboraning «*ko'ziga tuproq sepmoq»*, «*ko'ziga cho'p suqmoq»* variantlari⁴⁶ ma'nosining xalqqa tushunarligi e'tiborni tortadi. Sarlavhaning diqqattortar va ta'sirchan bo'lishida frazeolo-gizmning ahamiyati katta.

Frazeologizmlar gazetada kuchli stilistik vosita sifatida sarlavhabop hisoblanadi. Misollar: *Oltin qanot qushlar uhsin* Ajabo (rukn) (M., 26.03.10). *O'smirlarimizning qo'li baland keldi* Sport (rukn) (M., 30.07.10). *Hamon... uyqudasiz* Hamma sarishtalik bilan band. Siz-chi?(sarlavhaosti izohi) (M., 29.10.10). *Qo'lingiz dard ko'rmasin* Minnatdor-chilik (rukn) (M., 5.03.10).

Sh.Rahmatullayevning «O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati»da «*bosh egmoq»* iborasi quyidagicha izohlangan: «Bosh egmoq»-1. Itoatkor bo'lmoq. Varianti: *boshini egmoq*. Sinonimi: *bo'yin egmoq*, *bo'ynini xam qilmoq*. 2. Itoat qilmoq, bo'ysunmoq»⁴⁷. «*Bosh egish falsafasi»* sarlavhali maqola matnida aynan frazeologizm ishlatilmagan bo'lsa-da, uning mazmunini o'zida mujassamlashtirgan maqol juda o'rinli qo'llanilgan. Sarlavha va matn uyg'unligi shu usul orqali ta'minlangan, maqola mazmunining tushunarli bo'lishi ta'minlangan. Misol: «*Xalqimizda «Engashganga engashgin boshing yerga tekkuncha, kekkayganga kekkaygin boshing ko'kka yetguncha», - degan hikmat bor»* (M., 21.10.11).

Gazeta sarlavhasi – frazeologizmida ifodalangan ma'no bilan cheklanib, rukn ham, sarlavhaosti izohi ham berilmagan holatlar mavjud. Ular qisman e'tiborni tortadi, bu ham iboraning ma'nosi tufaylidir. Misol:

⁴⁶ Rahmatullayev Sh. O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati. – Toshkent, 1978, 135-b.

⁴⁷ Rahmatullayev Sh. O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati, 1978, 56-b.

«*Hasharga bosh qo'shib*» (M., 8.10.10). Sh.Rahmatullayevning «O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati»da «bosh qo'shmoq» iborasining ma'nosi quyidagicha izohlangan: «Bosh qo'shmoq – kim nimaga. 1. Aralashmoq. Sinonimi: *burnini tiqmoq*. 2. *Bosh suqmoq*»⁴⁸. Ko'rinadiki, sarlavhada uning «kim nimaga» bosh qo'shmoq ma'nosidan foydalanilgan. Bu holat e'tiborni tortmagan. Fikrimizcha, sarlavhani rukn yoki sarlavhaosti izohi bilan boyitish lozim edi.

Frazeologizm - sarlavhada ifodalangan ma'noning matnda uni aynan takrorlash yoki qisman ma'nosini berish orqali singdirilishi, yo boyitilishi materialning ta'sirchanligi, o'qimishlilikiga xizmat qiladi.

Ma'lumki, asrlar davomida xalqimizning ongi, ma'naviyati shakllanib, sayqal topib bordi va ajdodlarimizning ko'p yillik tajribasi o'laroq topib aytgan har bir so'z va hikmatli iboralari avloddan-avlodga o'tib, maqol janriga asos soldi. Maqollar xalq og'zaki ijodining eng ixcham, mazmunli ifodasi va kishilar nutqida ishlatiladigan ta'sirchan, qisqa va mantiqli shakl sifatida bugungi kunda ham faol nutq birlik-laridan hisoblanadi. Kuzatishlar shuni ko'rsatadiki, maqollar OAV da muhim o'rin tutadi, jumladan, gazeta tilida muhim ta'sirchan vosita sifatida ishlatilayotganligi ma'lum. Gazetalarda maqol - sarlavhalarning qo'llanishi, birinchidan, gazetxonning diqqatini tortishga va maqolani qiziqib o'qishga undaydi, ikkinchidan, bir xillik, ya'ni til birliklarining takroriga yo'l qo'ymaslikka sabab bo'ladi, uchinchidan, fikrning ixcham, aniq, mazmunli, ekspressiv-stilistik bo'yoqdor bo'lishiga xizmat qilsa, to'rtinchidan, xalq og'zaki ijodining nodir namunasi misolida nutqimizni boyitishga, ma'naviy tarbiya olishimizga yordam beradi. Maqollar sarlavha vazifasida ta'sirchanlikni ifodalashda muhim ahamiyatga egadir. Ayniqsa, maqol - sarlavhalarning tarbiyaviy ahamiyati beqiyosdir, chunonchi, uning vositasida salbiy illatlar tanqid qilinadi, namunali mehnat rag'batlantiriladi, nasihat beriladi va zzzgulikka chorlanadi. Misol: *Oltin olma duo ol, duo oltin*

⁴⁸ Rahmatullayev Sh. O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati, 1978, 57-b.

emasmu? (M.,17.06.2010), *Qarisi bor uyning parisi bor* (M.,23.09.2010), *Hamal kirdi, amal kirdi* (M.,27.03.2010), *Imkoniyatni izlagan topadi* (Z.,16.09.2010), *Qari bilganni pari bilmas* (M.,6.01.2010).

Maqollarning gazeta sarlavhasi sifatida ishlatilishida o'ziga xosliklar, badiiy asardagidan farqli jihatlar mavjud. Ular sarlavha sifatida aynan va turli o'zgarishlar, qisqartirishlar bilan qo'llaniladi. Bunday holatlarni quyidagicha guruhlab ko'rsatish mumkin: 1) aynan, o'zgarishsiz ishlatilgan maqollar; 2) bosh (birinchi) qismi saqlangan maqollar; 3) final (ikkinchi) qismi qoldirilgan maqollar; 4) bosh va final qismidan olingan so'z yoki so'z birikmasi ishtirokida hosil qilingan maqollar; 5) asosiy shakli saqlangan holda ayrim so'zlar o'zgartirilgan maqollar.

1.Aynan ishlatilgan maqollar. Sarlavha vazifasida aynan, o'zgarishsiz qo'llanilgan maqollar gazetalar sahifalarida ko'p qo'llanilgan. Ularning bunday ishlatilishi maqol mazmunini sarlavhada to'la aks ettirish, ikkinchidan, maqollarni qisqartirish mazmun yaxlitligiga ta'sir qilishi mumkinligi sababli yuz bergan. Sarlavha faqat nominativ funksiyani bajaribgina qolmasdan, maqola mazmunini ham ifodalaydi, matnga diqqatni tortishga xizmat qiladi. Shuning uchun ham sarlavhada ifodalangan mazmun nisbatan yaxlit bo'lishi, maqola mazmunini o'zida aks ettirishi lozim.

Gazetalarda aynan, o'zgarishsiz ishlatilayotgan ko'plab maqollar shu maqsadga xizmat qilgan. Misollar: *Odam odam bilan tirik* (M.,26.02.2010), *Qari bilganni pari bilmas* (M.,6.01.2010), *Qarisi bor uyning parisi bor* (M.,23.09.2010). Ushbu maqollarni qisqartirish mazmunga salbiy ta'sir etishi mumkin.

Aynan, o'zgarishsiz ishlatilgan maqol - sarlavhalarning matnda ham to'liq takrorlanishi mavzuni ta'sirchan yoritishga xizmat qiladi. Ularning matn mazmuni bilan uyg'unligi maqolda to'liq aks etgan ma'no-mazmunning tegishli axborot orqali gazetxonga tushunarli, ta'sirchan yetkazilishini ta'minlaydi. Masalan, *Qarisi bor uyning parisi bor* maqoli sarlavha sifatida ishlatilib, so'ng matnda dastlab *Qari bilganni pari bilmas* maqolini keltirish

orqali muddaoni gazetxonga yetkazish va quyidagi matn tarkibida uni takrorlash orqali ta'sirchan uslubiy vosita sifatida xizmat qilgan: «*Qarisi bor uying parisi bor*» deb, padari buzrukvorimiz, volidai mehribonim deb ularga xizmat qilish baxtidan saodatmand yuramiz. Ha, darvoqye, o'zgacha bo'lishi mumkin ham emas (M.,23.09.2010).

Oltin olma duo ol, duo oltin emasmi? maqolining quyidagi sarlavhaosti izohi bilan berilishi: *Xalqimizning bu naqli zamirida chuqur ma'no bor* va uning matnda aynan qo'llanishi ta'sirchanlikni ta'minlashga xizmat qilgan: *Xalqimizda Oltin olma duo ol, duo oltin emasmi? degan ibratli naq ham bor-ku, axir!* (Z.,17.06.2010).

Ayrim maqollarning aynan, o'zgarishsiz sarlavha sifatida ishlatilishi bilan birga matnda ham takrorlanishi va uning mazmuniga yaqin maqollarning yonma-yon qo'llanishi e'tiborni tortadi. Ushbu holat esa kuchli uslubiy vosita vazifasini o'taydi va gazetxonni yaqin ma'noli xalq maqollari bilan tanishtiradi. Masalan: *Hut kirdi – yer ostiga dud kirdi* maqoli matn bilan quyidagicha uyg'unlik hosil qilgan: «*Xalqimizning «Hut kirdi – dehqon paytavasiga qurt kirdi», degan ajoyib maqoli bor. Ya'ni, hut kirgach, yer tobga keladi va dehqonlar qizg'in harakat qilib, ekin-tikinga hozirlik ko'rishni boshlaydilar. Bekorga «Hut kirdi – yer ostiga dud kirdi», deyishmaydi. Ertaga o'tlar maysa bo'lib, barq urib o'sadi. Qurt-qumursqa g'imirlaydi*» (M.,27.03.2010).

Maqollarning aynan, o'zgarishsiz ishlatilishi mazmunni to'liq ifodalashga, e'tiborni tortishga xizmat qiladi.

2. *Bosh qismi saqlangan maqollar.* Maqollar ming yillar davomida sayqal topib, chuqur mazmunni o'zida ifodalagan nutq birligi bo'lganligi uchun ham sodda yoki qo'shma gap shaklida ekanligidan qat'iy nazar uslubda og'irlik sezilmaydi. Lekin maqollar funksional uslublar talabi bilan turlicha shaklda ishlatilishi mumkin. Masalan, gazetalarda maqollarning qisqartirilgan holda qo'llanishiga ko'plab misollar keltirish mumkin. «*Buzoqning yugurgani somonxonagacha*» maqoli qisqartirilib, «*Buzoqning yugurgani...*»

(M.,18.06.2010) shaklida o‘rinli ishlatilgan, lekin matnda uning takrori ham, izohi ham yo‘q. Shunday bo‘lsa-da, maqolni o‘rinli qisqartirish asosida sarlavha sifatida qo‘llash bilan ta’sirchanlik ta’minlangan.

«*Qozonga yaqin yursang...*»(M.,27.04.2010) sarlavhasi ham so‘zlashuv nutqida keng ishlatiladigan *Qozonga yaqin yursang, qorasi yuqadi* maqolining qisqargan shakli bo‘lib, mazmunliligi va tushunarlilik bilan e’tiborni tortadi. Ushbu maqol matnda qo‘llanmagan bo‘lsa-da, uning mazmuni hikoya qilinayotgan voqeya bayoniga singdirilgan.

Quyidagi holat ham gazeta materialining ta’sirchan ifodasiga xizmat qiladi: *Mehnat qilib topganing...* sarlavhali materialda qisqargan maqolning to‘liq shaklda va o‘ziga xoslik bilan qo‘llanganini ko‘rish mumkin: «*Bu maslahatlarim o‘z mevasini bermoqda: uch nafar yosh zardo‘z shogirdlarim qishloqlarida kichik sexlar tashkil etdi. O‘g‘lim esa zargarlik hunarini o‘zlashtirib, tumanimiz markazidan zargarlik do‘koni ochmoqchi. «Hunarni o‘rganinglar, zero, hunardan rizq unar. Mehnat qilib topganing, bol-u asal totganing, deb xalqimiz bejiz aytishmagan», deyman ularga*»(M.,24,02.2010).

Olarda kirar jonim... qisqargan maqolning sarlavha sifatida mohirona qo‘llanganini matn boshidagi quyidagi izohdan ham bilib olish mumkin: «*Bu maqol gazeta-jurnallarda kommunal to‘lovlarni o‘z vaqtida amalga oshirish mavzularidagi maqolalarga sarlavha qilib qo‘yilayapti. Va, menimcha, bu to‘g‘ri qilinayapti. Agar bu hikmatli kalomda «jon» bo‘lmaganda edi, uning qadr-qimmati bo‘lmasdi*»(M.,20.02.2010). Qiyoslang: *Olarda kirar jonim, berarda chiqar jonim.*

3. *Ikkinchi qismi ishlatilgan yoki qisman o‘zgartirilgan maqollar.* Maqollarni qisqartirish, tarkibidagi so‘zni tushirish yoki o‘zgartirish ma’lum stilistik talab bilan yuz beradi. Bunda maqolning gazeta tili talabiga mosligi, mazmunliligi, ixchamligi, ekspressiv-stilistik ma’noni ifodalashi hisobga olinadi. Ana shu talab asosida qayta qurilgan maqollar gazeta sahifalarida oz bo‘lsa-da uchrab turadi. Masalan, so‘zlashuv nutqida *Kasalni yashirsang isitmasi oshkor qiladi* maqoli ishlatiladi. Gazeta sarlavhasi uchun maqolning

Isitmasi oshkor qiladi qismi tanlab olingan. Misol: *Isitmasi oshkor qiladi* (M.,12.03.2010).

Gazetada *Hamal kirdi, amal kirdi* (M.,27.03.2010) maqoli *Burj* rukni ostida bosilgan materialning sarlavhasi hisoblanadi. Matnda esa ushbu maqol-sarlavha «*Hamal keldi, amal keldi - deydi xalqimiz*» - deb boshlanuvchi jumlada keltirilgan. Maqolning bunday o'zgarish bilan berilishi gazetxonni bee'tibor qoldirmaydi. *Izlagan imkon topar* maqolining *Imkoniyatni izlagan topadi* shaklida qo'llanganligi, mazmunining matnga singdirilganligi va ma'nosi yaqin maqolning ishlatilganligi jurnalist mahoratidan dalolat beradi: «*Ha, ushbu bog'chaga kirgandagi tasavvurimiz chiqayotganda butkul o'zgardi. Qalovini topsang qor yonadi, degan gap bugun shu bog'cha fidoyilari uchun ham tegishli ekaniga ishonch hosil qildik*» (M.,16.09.2010).

Maqolning o'zgartirib berilishi gazetxonning e'tiborini tortish bilan birga uni nutqida tejamkorlikka, fikrni yanada qisqa va lo'nda ifodalashga undaydi. Maqol - sarlavhalar mazmunli va ixcham til birliklari sifatida gazetada alohida imkoniyatlarga ega. *Bola odobi bilan aziz* Tadbir (rukn) (M, 21.10.10). «*Hamal kirdi, amal kirdi*» *Burj* (rukn) «*Hamal keldi, amal keldi*» - deydi xalqimiz (M., 27.03.10). *Isitmasi oshkor qildi* Qilmish qidirmish(rukn) (M., 12.03.10). *Ish bilganga ming tanga* (M., 7.01.11). *Holva degan bilan og'iz chuchiydimi?* Mulohaza uchun mavzu (rukn) (M., 30.10.10). *Olma tagiga olma tushadi* Ko'ngil qatidagi gaplar (rukn) Elimizda «*olma tagiga olma tushadi*» degan bir naql bor (M., 28.09.10).

Maqollarni sarlavha sifatida turli shakllarda (aynan, qisman o'zgartirib, elliptik) qo'llashda, avvalo, uning mazmunini hisobga olish va imlo qoidalariga rioya etish lozim. Ayrim maqollarni sarlavha sifatida ishlatishda tinish belgilarining ortiqcha qo'llanishi (Masalan: «*Qarisi bor uyning parisi bor...*», «*Ayamajuz olti kun, sakrab kelsa sakkiz kun...*» (qo'shtirnoq va ko'p nuqta ortiqcha), «*Oltin olma duo ol, duo oltin emasmi?*» (qo'shtirnoq ortiqcha) yoki vergulni ishlatmaslik holatlariga (masalan: *Ish quroling soz bo'lsa (?)*

mashaqqating oz bo'lad) kabi) yo'l qo'yilmoqda. Maqolni aynan, o'zgarishsiz ishlatgan paytda qo'shtirnoq yoki ko'p nuqta zarur emas.

Xullas, maqollarning gazetada sarlavha sifatida aynan, o'zgarishsiz, qisqartirilgan, o'zgartirilgan shakllarda ishlatilishida o'ziga xos e'tiborli jihatlar mavjud. 1. Maqolni sarlavha sifatida aynan qo'llash va matnda takrorlash yoki mazmunini materialga singdirish kabi holatlar maqoldagi fikrni gazetxonga to'la yetkazishga xizmat qiladi. 2. Qisqartirilgan maqollar sarlavha sifatida gazetada ixchamlik va ta'sirchanlikni ta'minlaydi. Ularning matn bilan uyg'unlashib, maqol mazmunini to'liq ifodalashi uslubiy maqsadni amalga oshirishga xizmat qiladi. 3. Qisman o'zgartirilgan yoki oddiy jumlagi mazmuni singdirilgan maqollar ham ekspressiv-stilistik qimmatga ega. Ular gazeta tilining jonliligini, ya'ni jonli so'zlashuv nutqiga yaqinlashishini, tushunarli, sodda bo'lishini ta'minlaydi. 4. Gazetada maqol - sarlavhalarning qo'llanishini o'rganish jurnalist mahoratini tadqiq etishning ajralmas qismidir. Maqolning ekspressiv-stilistik maqsadda o'rinli yoki noo'rin qo'llanishini baholash, imlo qoidalariga rioya etilishini yoritish jurnalist mahoratini oshirishga xizmat qiladi. 5. Maqol - sarlavhalarni to'plash asosida ularning turli shakllarda qo'llanishini ko'rsatuvchi o'ziga xos ko'rsatkich-lug'at yaratish, undan amaliyotda (jurnalistlar faoliyati va o'quv jarayonida) foydalanish imkoniyati yuzaga keladi.

UCHINCHI BOB

MATBUOTDAGI TILGA OID MATNLAR

3.1. Mustaqillik davri gazetalarida tilga oid matnlarning berilishi

Ma'lumki, gazeta zamondoshlar nutqini ongimizda tezkor va haqqoniy qayd etuvchi omildir va uning ustiga, badiiy adabiyotdan tashqari, boshqa janrlarga qaraganda, adabiy til meyorlariga eng yaqin turadigan janrdir.

Matbuot matnlarining asosiy qismi rasmiy uslubda yozilgan bo'lib, rasmiy uslubining doirasi va sotsial vazifasi juda kengdir. Asosan yozma shaklda bo'lgan bu uslub davlat-administrativ, xalqaro diplomatik, yuridik doiradagi munosabatlar uchun iqtisodiy-savdo va boshqa xil rasmiy-idoraviy aloqalar uchun xizmat qiladi. Matbuotda berilayotgan barcha maqolalar shu uslubda yoziladi. Ushbu uslubda matbuotda o'z aksini topgan qonunlar, qarorlar, buyruqlar, farmonlar, aktlar, kodekslar, ustavlar, rezolyutsiyalar, deklaratsiyalar, konvensiyalar, notalar, bayonotlar, shartnomalar, ahdnomalar, maxsus rasmiy axborotlar, xabarlar, majburiyatlar, e'lonlar, reklamalar va boshqa hujjatlarda ifodalanadigan nutq vositalari yetakchi o'rinda turadi.

Lingvistik adabiyotlarda rasmiy uslub rasmiy ish qog'ozlari uslubi bo'lib, u quyidagi uch tipga ajratiladi:

1. Yuridik munosabatlar doirasida: qonun, kodeks, grajdanlik va jinoyat aktlari, ustavlar va b.

2. Idoraviy-administrativ shakli: aktlar, buyruqlar, har xil ish qog‘ozlari (ariza, xarakteristika, tarjimai hol, ma’lumotnoma, tilxat va b.).

3. Diplomatik munosabatlarga doir hujjatlar, bayonot, nota, kommyunike, bitim, memorandum, konvensiya, deklaratsiya va b.

Bu tipga kiruvchi rasmiy ish qog‘ozlarining har biri o‘ziga xos jihatlarga ega. Rasmiy yozishma va hujjatlar uslubida tilning ikki funksiyasi xizmat qiladi. Bularning birinchisi axborot berish bo‘lsa, ikkinchisi esa buyurishdir. Masalan, buyruqda buyurish funksiyasi yetakchi bo‘ladi. Bayonnomada esa ham axborot berish, ham buyurish funksiyasi mavjud bo‘ladi.

Gazeta va jurnallarda berilgan rasmiy nutqning yuridik munosabatlar va administrativ-konselyar shakllari subyektiv baho berishdan, ekspressivlikdan xoli bo‘ladi. Xususan, yuridik hujjatlar, ustav va qonunlar, qarorlar, rasmiy ish qog‘ozlari uchun emotsional-subyektiv munosabat bildirish mutlaqo yotdir. Chunki bu nutq o‘z vazifasiga ko‘ra obyektivlikka, aniqlikka, qat’iylikka asoslangan bo‘ladi. Shuning uchun ham unda subyektivlik, shaxsiy kuchli ehtiros va emotsional-eksprissivlik bo‘lmaydi.

Masalan, O‘zbekiston Respublikasining “Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonunidan quyidagi matnni ko‘rib chiqaylik:

14-modda. Oliy ta’lim

Oliy ta’lim yuqori malakali mutaxassilar tayyorlashni ta’minlaydi.

Oliy ma’lumotli mutaxassislar tayyorlash oliy o‘quv yurtlarida (universitetlar, akademiyalar, institutlar va oliy maktabning boshqa ta’lim muassasalarida) o‘rta maxsus, kasb-hunar ta’limi asosida amalga oshiriladi.

Oliy ta’lim ikki bosqichga: davlat tomonidan tasdiqlangan namunadagi oliy ma’lumot to‘g‘risidagi hujjatlar bilan dalillanuvchi bakalavriat va magistraturaga ega.

Bakalavriat oliy ta’lim yo‘nalishlaridan biri bo‘yicha puxta bilim beradigan, o‘qish muddati kamida to‘rt yil bo‘lgan tayanch oliy ta’limdir.

Magistratura aniq mutaxassislik bo'yicha bakalavriat negizida kamida ikki yil davom etadigan oliy talimdir.

Fuqarolar ikkinchi va undan keyingi oliy ma'lumotni shartnoma asosida olishga haqlidirlar.

Gazeta va jurnallarda turli mavzulardagi temalar turli janrlarda aks ettiriladi. Shuning uchun ularda berilayotgan mavzularning leksik qatlamlari turli-tumandir. Gazetalarda berilayotgan materialning tematik xususiyati va mazmuniga qarab farqlanadi. Rasmiy nutqlarda qo'llaniladigan gaplarning maqsad va vazifalari ko'proq ot kesimli hamda fe'l kesimli konstruksiyalarni talab qiladi. Shuningdek, farmon va qarorlarda ot kesimli hamda fe'l kesimli konstruksiyalar 3-shaxs buyruq-istak maylidagi fe'llar bilan ifodalanadi. Masalan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori va farmon janriga oid ayrim jummalarni keltiramiz:

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI PREZIDENTINING FARMONI

1941-1945-yillardagi urush qatnashchilarini rag'batlantirish to'g'risida

9-may umumxalq bayrami – Xotira va qadrlash kuni o'tkazilishi, shuningdek, 1941-1945-yillardagi Ikkinchi jahon urushida fashizm ustidan qozonilgan G'alabaning 70 yilligi nishonlanishi munosabati bilan hamda urush qatnashchilarini va nogironlarini moddiy rag'batlantirish maqsadida:

1941-1945-yillardagi Ikkinchi jahon urushi qatnashchilarini va nogironlariga 700 000 (yetti yuz ming) so'm miqdorida bir martalik pul mukofoti belgilansin.

Mazkur Farmonni bajarish bilan bog'liq sarf-xarajatlar respublika budjeti mablag'lari hisobidan amalga oshirilsin.

O'zbekiston Respublikasi Mudofaa vazirligi, Ichki ishlar vazirligi, Milliy xavfsizlik xizmati, Mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish vazirligi, Moliya vazirligi va O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki bilan birgalikda 1941-1945-yillardagi Ikkinchi jahon urushi qatnashchilarini va nogironlariga

ushbu pul mukofotining tantanali va bayramona vaziyatda topshirilishini ta'minlasin.

Ushbu farmonning ijrosini nazorat qilish O'zbekiston Respublikasi Bosh vaziri Sh.Mirziyoyev zimmasiga yuklatilsin⁴⁹.

yoki

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI PREZIDENTINING QARORI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI MUSTAQILLIGINING YIGIRMA TO'RT YILLIGI NISHONLANISHI MUNOSABATI BILAN DAM OLISH KUNINI KO'CHIRISH TO'G'RSIDA

O'zbekiston Respublikasi Mustaqilligining yigirma to'rt yilligi nishonlanishi munosabati bilan hamda aholining dam olishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish va ish vaqtidan oqilona foydalanish maqsadida:

2015 yil 29-avgust shanba dam olish kuni 2015 yil 31-avgust dushanba kuniga ko'chirilsin;

2015 yil 29-avgust shanba kuni ish kuni deb e'lon qilinsin.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti *I. KARIMOV*

Toshkent shahri,

2015-yil 25- avgust⁵⁰.

Matbuotda rasmiy ish uslubida yaratilgan matnlarda biror narsani tahlil qilish yoki uni isbotlash emas, balki faktlarni qayd qilib borish, belgilash, tasdiqlash, tartibga solish singari xususiyatlar yetakchi o'rin tutadi. Chunki bu uslubda voqealar, faktlar, detallar haqida hikoya qilib berish talab etilmaydi. Masalan, ommaviy axborot vositalarida doimiy bosilib turiladigan oddiy yoki xronikal rasmiy xabarlar, sessiya, konferensiya, majlislar haqidagi axborotlar rasmiy matnlarda fikrni ifoda etishda faktlarni qayd etish, ular haqida xabar

⁴⁹ "Ma'rifat" gazetasi. T.: "Sharq" nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 11-mart. №20. 1-bet.

⁵⁰ "Ma'rifat" gazetasi. T.: "Sharq" nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 26-avgust. №68. 1-bet.

berish asosida amalga oshiriladi. Masalan, *O‘zbekiston Prezidentining yangi kitobi. O‘zbekiston Prezidenti Islom Karimovning “Ona yurtimiz baxt-u iqboli va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish – eng oliy saodatdir” nomli kitobi “O‘zbekiston” nashriyoti tomonidan ko‘p ming nusxada chop etildi.*

Matbuot matnlari tili va uslubi shu nutqning o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqadi. U bilan chambarchas bog‘liq bo‘ladi. Bunday nutqning bosh mezon, yetakchi xususiyati aniqlik, ixchamlikdan iboratdir. Matnda nutq vositalari aniq, ixcham va barqaror bo‘ladi. Shuning uchun ham ijtimoiy-siyosiy mavzudagi materiallarda rasmiy uslubda standart, shtamplashgan nutq vositalari bilan ish ko‘radi. Badiiy nutqdagi kabi tasviriy vositalarga, sinonimlarga muhtoj bo‘lmaydi. Chunki rasmiy uslubga doir u yoki bu nutq turining o‘ziga xos vaziyati, qo‘llanish sharoiti takrorlanib turuvchi bir xil nutqiy vositalarga asoslanishi shuni taqozo qiladi. Masalan, tez-tez va qayta-qayta takrorlanib turuvchi tayyor standartlar tematik doirasi qat’iy chegaralangan rasmiy nutqni juda aniq ifodalashga, shuningdek, mazmunan to‘liq tarzda bayon etishga yordam beradi.

Rasmiy axborotlar, xronika va rasmiy xabarlar ijtimoiy hayotning turli sohasini aks ettiradi. Shuning uchun ularning tematik doirasi va leksik qatlami xilma-xildir. Masalan, xronikal axborotlar berilgan matnlarda asosan ikki tarkibli to‘liq gaplar ishtirok etadi. Masalan:

“Ona yurtimiz baxt-u iqboli va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish – eng oliy saodatdir” kitobining taqdimot marosimi

Shu yil 12-avgust kuni Toshkent shahridagi Turin politexnika universitetida O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning “Ona yurtimiz baxt-u iqboli va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish – eng oliy saodatdir” nomli kitobining taqdimot marosimi bo‘lib o‘tdi. Unda siyosatshunos, iqtisodchi va huquqshunos olimlar, ta’lim-tarbiya, adabiyot, san’at va madaniyat namoyandalari, ommaviy axborot vositalari xodimlari,

*nuroniylar, mahalla, xotin-qizlar, yoshlar va keng jamoatchilik vakillari ishtirok etdi*⁵¹.

Matbuot matnlarida, xususan, gazetalarda qoʻllanuvchi leksikaning qatlamlari turli xil boʻlib, bular har bir matnning oʻziga xos ekstralingvistik asoslari bilan bevosita bogʻliq holda oʻsha materialning mazmuniga qarab qoʻllaniladi. Shu boisdan rasmiy uslubga xos har bir janrning oʻziga xos uslubiy xususiyati va oʻziga xos standart vositalari boʻladi.

Kundalik ommaviy axborot vositalarida eʼlon qilinayotgan rasmiy xabarlarning koʻpchiligida standart holatga ega boʻlgan birliklardan keng foydalanilishini kuzatish mumkin. Masalan, *“Respublika matbuot markazi xabar qiladi”*, *“...gazetasiga bergan intervyusida”*, *“xabar beradi”* singari axborotlarda Respublikamiz hayotiga oid siyosiy, iqtisodiy, maʼnaviy-madaniy xabarlar qisqa va aniq shalda berilsa, jahonda yuz berayotgan voqealar *“Dunyoning siyosiy voqealari”*, *“Dunyo voqelari”*, *“Xorijda”*, *“Xorij mamlakatlarida”* kabi axborotlar orqali bayon etiladi. Bunday matnlarda jummlar ixcham, aniq, ravon, ortiqcha soʻzlardan xoli tarzda tuziladi. Jummlar, koʻpincha ikki tarkibli yoyiq gaplardan hamda qoʻshma gaplardan tuzilgan boʻlishi mumkin: *“Ukrainaning NATOga aʼzo boʻlish masalasi referendum oʻtkazilgach hal boʻlishi mumkin, dedi mamlakat bosh vaziri Yuliya Timoshenko “Vedomosti” gazetasida bergan intervyusida”*(*“Maʼrifat” gaz.*)

Respublikamizda xalq ziyolilari gazetasi boʻlgan *“Maʼrifat”* gazetasining asosiy gʻoyasi yangi avlodni tarbiyalash boʻlib, unda yosh avlodni tarbiyalashga oid, shuningdek, mamlakatimiz yoshlari salohiyatini oshirishga va shunga oʻxshash turli xil mavzularni matbuot orqali yoritilayotganda rasmiy ish qogʻozlari uslubidan keng foydalaniladi. Bunday matnlar ham qisqa va ixcham shaklga ega boʻlib, jummlarda ravishdosh oborotlardan hamda uyushiq boʻlaklardan, qoʻshma gaplardan foydalanilinish mumkin. Masalan, tilga bagʻishlangan quyidagi matnlarni koʻrib chiqaylik:

⁵¹ *“Maʼrifat” gazetasi. T.: “Sharq” nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 15-avgust. №65. 1-2-betlar.*

*21-oktabr – O‘zbekiston Respublikasining “Davlat tili haqida”gi
qonuni qabul qilingan kun*

TIL – MILLATNING QIYOFASI

*o‘zbek tili dunyo tillari orasida o‘ziga xos mavqega ega ekanligini
ta’kidlash joiz.*

*Mahmud Qoshg‘ariyning “Devonu lug‘otit turk” asaridagi qaydlar
o‘zbek tilining tarixiy taraqqiyotiga doir muhim ma’lumotlar sifatida
ahamiyatlidir. Yusuf Xos Hojibning “Qutadg‘u bilig”, Xorazmiyning
“Muhabbatnoma” , Rabg‘uziyning “Qisasi Rabg‘uziy” asarlari, Atoiy,
Sakkokiy, Sayfi Saroiy, Lutfiy, Alisher Navoiyning boy ilmiy- adabiy merosi
o‘zbek tilida yaratilgan nodir manbalar hisoblanadi⁵².*

Matndan ko‘rinib turibdiki, unda asosan sodda gaplar qo‘llangan.
Gaplar tarkibida uyushiq bo‘laklar mavjud. Dolzarb axborot bo‘lgani uchun
ham shunday vositalardan foydalanilgan.

Rasmiy va xronikal xabarlarining matnida bir xil so‘z va atamalar,
iboralar, ayrim konstruksiyalar takror-takror qo‘llanishi mumkin.

Ba‘zan rasmiy matnlarda publitsistik nutqqa xos yuqori patetik ruh,
ko‘tarinki pafosni ko‘rsatib turgan vositalarni ham uchratish mumkin. Bu holni
rasmiy uslubga publitsistik uslubning aralashishi deb qarash mumkin. O‘sha
voqelikni ifodalashda bu hol xizmat qiladi. Ekstrolingvistik omillar, sotsial-
tarixiy faktlar, vaziyatlar uzviy bog‘langan bunday rasmiy matnlar, hujjatlar
o‘zining yuqori patetik xususiyati bilan ajralib turadi. Bunday o‘rinlarda
nutqning kommunikativ birliklari o‘zining atash, xabar berish va ta’sir qilish
funksiyalarini ayni bir paytda amalga oshiradi. Misol:

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI PREZIDENTINING QARORI O‘zbekiston Yozuvchilar uyushmasi huzuridagi “Ijod” fondini tashkil etish to‘g‘risida

⁵² “Ma’rifat” gazetasi. T.: “Sharq” nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 17-oktabr. №83. 1-2-betlar.

Xalqimiz ma'naviyatini yuksaltirish, yosh avlodni Vatanga muhabbat, milliy va umuminsoniy qadriyatlar ruhida kamol toptirishda badiiy adabiyotning beqiyos o'rne, ta'siri va ahamiyatini inobatga olgan holda, adabiyotimiz ravnaqi uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, yozuvchi va shoirlarning ijodiy salohiyatini to'la ro'yobga chiqarishga ko'maklashish va O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasining moddiy-texnik bazasini mustahkamlash maqsadida:

1. Vazirlar Mahkamasining 2009 yil 30 iyuldagi 394-f-son farmoyishiga binoan tashkil etilgan Respublika komissiyasining O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasining Adabiyot fondi negizida Uyushma huzuridagi yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan "Ijod" fondini (keyingi o'rinlarda – Fond) tashkil etish to'g'risidagi taklifi tasdiqlansin...(“Ma'rifat”, 2010 yil 27 fevral. №8).

Matndan ko'rinib turibdiki, uning tarkibida murakkab sintaktik butunliklar keng qo'llanilgan. Bundan tashqari, badiiy nutqqa xos birliklar ham mavjud. Bu esa voqelik mazmunini kuchaytirishga, uni mantiqiy asoslashga xizmat qilgan.

Hozirgi gazeta sahifalaridagi rasmiy materiallar nutqining lug'aviy-sintaktik xususiyatlari o'ziga xos tabiatga egadir. Matnlarda ko'pincha darak mazmunidagi jumladan keng foydalaniladi. So'roq, undov mazmunidagi gaplarning qo'llanishi nihoyatda cheklangan bo'ladi. Jumlar o'rni bilan sabab-natija, shart-natija singari munosabatlarni anglatadi. Gaplarda so'z birikmalarining tartibi qat'iy va aniq: ega sostavi gapning bosh qismida, kesim sostavi esa gapning oxirida keladi. Shuningdek, aniqlovchi bo'laklar aniqlanmishlardan oldin, to'ldiruvchilar boshqariluvchi so'zlardan keyin, hollar o'zlariga tobe bo'lgan so'zlarga yaqin turadi. Umuman, jumlalarning aksariyati yoyiq konstruksiyali, ikki sostavli va murakkab sodda gaplardan iborat bo'ladi. Gazetadan olingan quyidagi misolni ko'rib o'tamiz:

DOLZARB MAVZUGA BAG'ISHLANDI

...Ma'lumki, davlatimiz rahbari Oliy Majlis palatalari qo'shma yig'ilishida butun dunyoda yuzaga kelayotgan murakkab giosiyosiy sharoitda mamlakatimizning xavfsizligi va barqarorligini ta'minlash, muqaddas zaminimizda hukm surayotgan tinch-osoyshta hayotni saqlash kabi mas'uliyatli va keng ko'lamli vazifalar haqida to'xtalib, "...Yurtimizning, jondan aziz farzandlarimizning bugungi va ertangi kuni ana shu masalalarni qanchalik muvaffaqiyat bilan hal etishimizga bog'liqdir", degan edilar. Tadbir qatnashchilari ham asosiy diqqat-e'tiborni Prezidentimiz nutqlarida bayon etilgan vazifalarga qaratdilar...("Ma'rifat" gazetasi, 2010 yil 17 mart. №22)

Matbuot sahifalarida e'lon qilinayotgan xalqaro hujjatlar matnida bir-biriga tobe bo'lmagan mustaqil gaplarni, o'zaro tobelikka asoslangan jummalarni, murakkab sintaktik birliklarni uchratish mumkin. Hujjatlardagi jumlar birikmali undalma va ikkinchi darajali bo'laklar, keng va uyushib kelgan ravishdosh, sifatdosh oborotli kostruksiyalar bilan murakkablashgan sintaktik qurilmalardan tashkil topadi. Bu xil matnlarda neytral so'z va iboralarni, siyosat va harbiy sohaga tegishli so'z va atamalarni, publitsistik uslubga taalluqli nutq vositalarining faol qo'llanishini kuzatish mumkin.

Xalqaro munosabatlarga doir hujjatlarning funksional asoslari, fikr bayon qilishda mantiqiylikni ta'minlash vazifasi va detallashtirishning zarurligi unda ajratilgan oborotlarni, uyushiq bo'laklarni ko'plab qo'llashni talab etadi. Bu o'z navbatida, bir necha bandlardan iborat uzun-uzun sintaktik birikmalarni yuzaga keltiradi. Bu vositalar, shubhasiz, shu nutqdagi jumlar hajmining kengayishiga sabab bo'ladi. Masalan, deklaratsiya matni o'zining murakkab sintaktik qurilishi bilan ajralib turadi. Buning sabablaridan biri, bu rasmiy hujjatning ekstralingvistik asoslari mantiqan va grammatik shakllangan murakkab sintaktik butunliklarni qo'llashni taqozo etadi. Quyida deklaratsiyadan bir parcha (matn) havola etamiz:

INSON HUQUQLARI UMUMJAHON DEKLARATSIYASI

Muqaddima

*Insoniyat oilasining barcha a'zolariga qadriyatlarni va ularning teng va ajralmas huquqlarini tan olish ozodlik, adolat va yalpi tinchlikning asosi ekanligini e'tiborga olib, va inson huquqlarini mensimaslik va undan nafratlanish insoniyat vijdonini g'azablantiruvchi vahshiyliklarni sodir qilishga olib kelganligi, odamlar so'z erkinligi va e'tiqodlariga ega bo'ladigan hamda qo'rquv va muhtojlikdan xoli bo'lib yashaydigan dunyoni yaratish insonlarning intilishidir deb e'lon qilinganligini e'tiborga olib, va bunda inson so'nggi chora sifatida zulm va istibdodga qarshi isyon ko'tarishga majbur bo'lishining oldini olishni ta'minlash maqsadida inson huquqlari qonun hukmronligi bilan qo'riqlanishi zarurligini e'tiborga olib, va xalqlar o'rtasidagi do'stona munosabatlarni rivojlantirishga ko'maklashish zarurligini e'tiborga olib, va Birlashgan Millatlarning xalqlari Nizomda insonning asosiy huquqlariga, inson shaxsining qadr-qimmatiga va erkak-ayolning teng huquqligiga ishonchlarini tasdiqlaganliklari va yanada kengroq erkinlikda ijtimoiy taraqqiyot va turmush sharoitlarini yaxshilashga ko'maklashishga qaror qilganliklarini e'tiborga olib, va a'zo bo'lgan davlatlar Birlashgan Millatlar Tashkiloti bilan hamkorlik qilishda inson huquqlari va asosiy erkinliklarini o'ta hurmat qilish bobida harakat qilish majburiyatlarini o'lganliklarini e'tiborga olib, va mazkur huquq va erkinliklarning xususiyatlarini barcha tomondan anglashi mazkur majburiyatlarning to'liq bajarilishi uchun katta ahamiyatga ega ekanligini e'tiborga olib, Bosh Assambleya mazkur **INSON HUQUQLARINING UMUMJAHON DEKLARATSIYASINI** barcha xalqlar va barcha davlatlar bajarishga intilishi lozim bo'lgan vazifa sifatida e'lon qilar ekan, toki har bir inson va jamiyatning har bir tashkiloti doimo ushbu Deklaratsiyani nazarda tutib ma'rifat va ta'lim yo'li bilan bu huquq va erkinliklarning hurmat qilinishi, milliy va xalqaro taraqqiypvrvor tadbirlar orqali ham uning bajarilishi ta'minlanishiga, Tashkilotga a'zo bo'lgan davlatlar xalqlari o'rtasida va ushbu davlatlarning yurisdiksiyasidagi hududlarda yashayotgan xalqlar o'rtasida yoppasiga va samarali tan olinishiga intilishi zarur.*

Buning sabablaridan biri, bu rasmiy hujjatning ekstralingvistik asoslari mantiqan va grammatik shakllangan murakkab sintaktik butunliklarni qo'llashni taqozo etadi.

Ekstralingvistik faktorlar uzviy bog'liq bo'lgan sintaktik vositalar fikr bayon qilishda o'quvchini etapdan-etapga olib o'tuvchi mantiqiy izchillikni ta'minlaydi. Bu xil konstruksiyalar gazeta nutqiga, xususan hujjatlar matniga taalluqlidir. Bu va shunga o'xshash jumlar turli omillar sababli gazeta tilida ro'y beradigan sintaktik qayta qurilishlar natijasi bo'lib, bularning aksariyati tilimizda azaldan davom etib kelayotgan qadimiy modellar asosida yuzaga kelgan periferik o'zgarishlardir.

Rasmiy hujjatlar matni uchun, asosan, ikki sostavli gaplar va murakkablashgan sintaktik butunliklar xarakterilidir. Bu gaplarning aksariyati darak mazmunida bo'ladi, qaror va farmonlarda esa buyruq gaplarning qo'llanishi yetakchi o'rinda turadi. Bunday gaplarning kesimi ko'pincha fe'lning buyruq maylidagi majhul nisbati bilan ifodalanadi: Uyushiq bo'lakli, turli oborotli konstruksiyalar, olmoshli va bog'lovchili sintaktik aloqalar, rasmiy-yuridik matnlarga xos "...ga muvofiq", "...ga binoan", "...bo'yicha", "...ga asosan" kabi kirishli bog'lanishlar va birikmalar, shuningdek, har xil sintaktik qurilishlar shu hujjatlar tili sintaksisining yetakchi xususiyatlaridan bo'lib, bu o'ziga xos belgilar, o'ziga xos konstruksiyalar shu rasmiy uslub matnlarining qisqa, ixcham tarzda shakllanishini, pishiq, puxta va mustahkam bo'lishini ta'minlaydi.

Bir qolipda qayta-qayta takrorlanib turadigan har xil rasmiy xabarlarda nutqiy variantlardan foydalanish cheklangan bo'ladi. Chunki bu xabarlar o'ta hozirjavoblikni talab etadi. Shuning uchun ma'lum nutqiy vaziyatlar bilan bog'liq ravishda qo'llaniladigan jumlar an'anaviy tarzdagi tayyor standart sxemalarga asoslangan bo'ladi.

Rasmiy uslubdagi matnlarda bo'yoqdor so'zlar kam ishlatiladi. Fikr bayon qilishning yuqori darajada obyektivligi, ifoda shakllarining aniq faktlarga mos kelishi bilan xarakterlanadi. Shuningdek, bu uslubda chet so'zlar,

kitobiy arxaik leksika, folklor va so‘zlashuv nutqi elementlari, dialektizmlar nihoyat darajada cheklangan bo‘ladi. Chunki rasmiy uslubda subyektiv munosabat bildirishga, shaxsiy ehtiros va emotsionallikka, jonli so‘zlashuvga yaqinlashishga yo‘l qo‘yish mumkin emas. Hatto bunday qilish man etiladi. Rasmiy uslub yozma nutqqa qat’iy asoslangan bo‘lishi, kitobiylikka bo‘ysunishi shartdir. Xuddi shu jihatda bu uslub ilmiy uslubga biroz yaqinlashadi. Ma’lumki, rasmiy uslub bilan ilmiy uslub o‘zaro aloqada, o‘zaro munosabatda bo‘ladi. Shu bilan birga, ilmiy uslub bilan rasmiy uslub bir-biridan keskin farq qiladi. Rasmiy uslubdagi obyektivlik ilmiy uslubdagi obyektivlikdan boshqacha bo‘ladi. Ilmiy uslubda katta, chuqur isbotlashlar talab qilinadi. Faktlar analiz va sintez qilinadi. Rasmiy uslubda obyektivlik ma’lum norma darajasida bo‘ladi. Rasmiy uslubda bayon qilishning obyektivligi, aniqligi, shaxssizligi ilmiy uslub tendensiyasi sifatida bo‘lsa ham, ular tamoman boshqa-boshqadir. Ilmiy bayonning muallifi yoki mualliflar guruhi bo‘ladi. Rasmiy uslubda mualliflar bo‘lmaydi. Ilmiy uslubda muallif individualligi bo‘ladi. Rasmiy uslub, agar u shaxsiy xarakterda (ariza, tushuntirish xati kabi) bo‘lmasa, prinsipga ko‘ra muallifsiz bo‘ladi.

Rasmiy uslub leksikasi boshqa funksional uslublar leksikasiga qaraganda nisbatan biqiq va chegaralidir. U shu uslubga tegishli bo‘lmagan har xil kiritmalarni yoqtirmaydi. Bu nutqning leksik sostavi neytral va kitobiy qatlam birliklaridan iborat bo‘lib, standart nutq vositalarining yuqori darajada qo‘llanishi bilan xarakterlanadi. So‘zlarning aksariyati kitobiy bo‘yoqqa ega bo‘ladi. Atamaları esa asosan aniq leksik vositalardan iborat.

Rasmiy uslub materiallari va mavzulari rang-barang bo‘lib, ular turli usul va janrlarda aks etadi. Odatda rasmiy uslub dialektizmlardan, jargon so‘zlardan, jonli so‘zlashuv nutqi elementlaridan xoli bo‘ladi. So‘roq, undov, modal so‘zlar, subyektiv baho beruvchi qo‘shimchalar, kirish so‘z va iboralar nihoyatda kam qo‘llaniladi. Bu xil vositalarning minimal darajada qo‘llanishi shu nutqning obyektivligi bilan, subyektivlikdan xoli bo‘lishi bilan, mavzuviy doirasining qat’iy belgilanganligi va chegaralanganligi bilan xarakterlanadi.

Shu bilan birga, bu nutq to'liq va mukammal bo'lishi, jumlar to'liq, aniq va obyektiv tarzda aniq va ixcham tuzilishi lozim.

Rasmiy uslubning ichki ko'rinishlaridan biri diplomatik hujjatlar nutqidir. Bu nutqning uslubiy doirasi ancha tor va biqiq bo'lgan rasmiy-adminstrativ va konselyar nutq turidan keskin farq qilib, ko'pincha u uslubiy biqiqlik chegarasidan chiqib ketadi. Rasmiy uslubning diplomatik munosabatlarga doir shaklida emotsionallik va ekspressivlik ochiqdan-ochiq namoyon bo'ladi. Shuning uchun diplomatik munosabatlar nutqi o'zining ta'sirchanligi bilan publitsistik nutqqa yaqinlashadi. Xuddi mana shu xususiyat uning emotsional-ekspressiv leksikadan, turli frazeologizmlardan foydalanishiga keng yo'l ochadi. Bu esa diplomatik matnlarning mazmuni va funksiyasi bilan bevosita bog'liqdir.

Xalqaro mavzularga bag'ishlangan rasmiy materiallar nutqining kommunikativ xususiyati o'ziga xos tabiatga ega. Bu xil hujjatlar tili o'zining yuqori patetik xususiyati bilan xarakterlanadi. Matnlarda kitobiy leksika bilan metaforik leksika o'zaro qorishib ketadi. Bu vositalar matndagi boshqa nutqiy elementlar bilan o'zaro uyg'unlashadi. Ular o'zaro birikkan, o'zaro sintezlashgan holda shu nutqqa emotsional-ekspressivlik, yuqori patetik ruh bag'ishlaydi. Rasmiy diplomatik hujjatlar nutqidagi bu xususiyat o'z navbatida, shu nutqning atash, xabar berish, ta'sir qilishdek uch muhim funksiyasining ayni bir paytda amalga oshishini to'la ta'minlab turadi.

Matbuotda tilga oid matnlarda qo'llaniladigan so'z va iboralarni ma'lum qatlamlarga ajratish mumkin. Matbuot matnlari leksikasini quyidagi tiplarga ajratish mumkin:

1. Ijtimoiy-siyosiy va xalqaro munosabatlarga doir so'z va iboralar.
 2. Huquq, qonun va iqtisodiyot sohalariga xos so'z va iboralar.
 3. Rasmiy-adminstrativ va idoraviy ish, ish qog'ozlari leksikasi
 4. Madaniyat, maorif, ta'lim-tarbiya sohasiga oid so'z va iboralar.
- Quyida ularni alohida-alohida ko'rib o'tamiz.

Ijtimoiy-siyosiy va xalqaro munosabatlarga doir soʻz va iboralarga shu sohaga oid turli hujjatlar nomi, shu rasmiy ishlarga oid shaxslar, jarayonlarni atash, nomlash bilan bogʻliq boʻlgan turli leksik birliklarni kiritish mumkin: *bayonot, nota, elchi, elchixonona, konsul, konsulxonona, vakil, delegatsiya, dekret, deklaratsiya, ultimatum, doktorina, bitim, shartnoma, ahdnoma, dogovor, kommyunike, manifest, manifestatsiya, konvensiya, ratifikatsiya, memarandum, diplomat, axborot, raddiya, protyest, munosabat, muzokara, uchrushuv, maʼlumot, hujjat, murojaat, murojaatnoma, nutq, doklad, vizit, tomon, tomonlar, tinchlik, simpozium, konferensiya, majlis, yigʻilish, protokol, rezolyutsiya, imzolash, loyiha, tasdiqlash, maʼqullash, plenum, sessiya, byuro, syezd, kengash, seminar, seminar-trening, davlat, hukumat, parlament, kongress, aʼzo, tashkilot, prezident, ministr, vazir, bosh vazir, senat, senator, shuningdek, muhtaram, janob, janobi oliylari, hurmatli va boshqalar.*

Siyosat va xalqaro munosabatlarga tegishli hujjatlarda iboralar, ayrim sintaktik konstruksiyalar va baʼzi qisqartma soʻzlar ham qoʻllaniladi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin: *qoʻshma bayonot, Deklaratsiya loyihasi, Tinchlik kodeksi, qoʻshma axborot, rasmiy axborot, rasmiy vizit, Birlashgan Millatlar Tashkiloti, Jahon Tinchlik Kengashi, Yevropa Ittifoqi, Tinchlik dasturi, xalqaro munosabatlar, doʻstona munosabatlar, shuningdek, BMT, YUNESKO, UzA, ...* va boshqa qisqartmalar ham keng qoʻllaniladi.

Huquq, qonun va iqtisodiyotga oid soʻz va iboralarga quyidagilarni kiritish mumkin: *huquq, qonun, Oʻzbekiston qonuni, Taʼlim toʻgʻrisidagi Qonun, Yer kodeksi, Oʻzbekiston konstitutsiyasi, Asosiy qonun, qonunchilik, fuqaro, grajdan, fuqarolik, Oʻzbekiston fuqarosi, burch, idora, tashkilot, muassasa, loyiha, qonun loyihasi, xoʻjalik, xoʻjalik subyekti, reja, budjet, davlat budjeti, ijro, davlat budjetining ijrosi, fond, davlat fondi, xususiy mulk, qonunchilik palatasi, ijro etuvchi organ, qonun chiqaruvchi organ, palata, ikki palatali, tinchlik fondi, bank, kredit, iqtisod, marketing, menejment, xalq mulki, fermerlar uyushmasi, fermer xoʻjaligi, nazorat, kafolat, kafolat xati, xalq*

nazorati, notarius, sud, sud hayati, dastur, ustav, kodeks, fuqarolik kodeksi va boshqalar.

Rasmiy-adminstrativ va idoraviy ish, ish qog'ozlari leksikasiga quyidagilarni kiritish mumkin: *qaror, rezolyutsiya, nizom, ustav, dastur, loyiha, qoida, konferensiya, plenum, plenum qarorlari, plenum materiallari, qo'mita, markaziy qo'mita, yig'ilish, a'zo, guvoohnoma, a'zolik badali, nomzod, reja, yillik reja, stavka, ta'rif stavkasi, mansab, unvon, chaqiriq, tashkilot, idora, muassasa, bo'lim, bo'lim boshlig'i, bo'lim mudiri, kotib, kotiba, vazifa, topshiriq, buyruq, buyruq chiqarmoq, farmoyish, farmoyish bermoq, qaror qilmoq, tasdiqlamoq, qo'l ko'tarmoq, qo'l ko'tarib tasdiqlamoq, ovoz, ovoz bermoq, ovozga qo'ymoq, ochiq ovoz, yopiq ovoz, yopiq-yashirin ovoz, betaraf, qarshi, imzo, imzolamoq, imzo qo'ymoq, safar, xizmat safari, muhr, muhr qo'ymoq, qo'l qo'ymoq, konferensiya, majlis, ochiq majlis, yopiq majlis, ochik eshik, kun tartibi, kun tartibiga qo'ymoq, kun tartibini belgilamoq, so'zga chiqmoq, doklad qilmoq, ma'ruza qilmoq, ma'ruzachi, ishtirokchi, ishtirok etuvchi, bayonnoma, bayonnomadan ko'chirma, majburiyat, qabul qilmoq, qarshi chiqmoq, rag'batlantirmoq, taqdirlamoq, mukofot, mukofotlamoq va boshqalar.*

4. Madaniyat, maorif, ta'lim-tarbiya sohasiga oid so'z va iboralar: *madaniyat, madaniy yodgorliklar, osori atiqalar, bunyodkorlik, san'at, maorif, maktab, kollej, o'quv dargohi, dars, bakalavriat, magistratura, doktorantura, axborot texnologiyalari, innovatsion texnologiyalar, intellekt, salohiyat, zakovat, ommaviy axborot vositalari, ta'lim, tarbiya, ma'naviyat, barkamol, olimpiada, yoshlar, ijod, ijodiy fikrlash, festival, mahorat maktabi...*

Mustaqillik davri matbuoti, xususan, gazetalari tilida turli xil uslublarning, jumladan, so'zlashuv uslubining unsurlari juda osonlik bilan qo'shilib, singishib ketganligi ko'zga tashlanadi. Bu holat ko'pincha reportaj janrida kuzatiladi.

3.2. Gazeta tilida o'zlashma so'zlarning qo'llanishi

Ma'lumki, til millatning ma'naviyati va madaniyati bilan bevosita va bilvosita aloqadordir. Dunyo tillari orasida sof tilning o'zi yo'q ekan, ma'lum bir tilning tarovati o'z til so'zlari hisobiga yashashi bilangina belgilanmaydi. Harakatdagi tillarning ma'lum darajada omuxtalashishi, birining ikkinchisiga ta'sir etib borishi til jarayoni uchun barqaror qonuniyatlaridan biri hisoblanadi. Tilning ma'naviyat va madaniyat tushunchalari bilan uzviy bog'liqligi nuqtayi nazaridan o'zlashma so'z va uning zamirida o'zlashayotgan ma'lum bir millat urf-odat va an'analariga ham befarq qarab bo'lmaydi.

O'zbek tili leksikasi doimiy ravishda o'z ichki imkoniyatlari va tashqi imkoniyati asosida bosqichma-bosqich takomillashib bormoqda. Tilning leksik qatlami taraqqiyoti – jamiyat taraqqiyoti bilan bevosita va bilvosita bog'liqdir.

XXI asr jahon hamjamiyati tomonidan ulkan o'zgarishlar, texnik taraqqiyot, axborotlashtirish asri sifatida tarixda qolishi e'tirof etilmoqda. Ayni paytda qisqa muddat davomida yangiliklarning dunyo bo'ylab ommalashishi, jamiyatdagi shunday yangiliklarga bo'lgan ehtiyoj har bir til leksik tarkibining ma'lum bir jihatdan o'zgarishiga olib kelmoqda. Bugungi kun neologizmlarning kirib kelishi, ularni omma tomonidan iste'molda bo'lishi tilimiz lug'atlarida aks etishini kutayotgani yo'q. Zamonaviy texnika sohasidagi xalqaro bog'liqlik va yaqinlik tilimizda ko'plab shunday tushunchalarni o'z so'zlarimiz bilan ifodalashga o'rin qoldirmayapti. Ba'zi bir o'zlashma so'zlarning ma'nolari lug'atlarda ham qayd etilmagan (flesh, coca-cola). Bugungi kunda zamonaviy texnika so'zlari dunyo bo'ylab baynalmilal soha so'zlari darajasiga ko'tarilib bormoqda.

Istiqloldan so'ng o'zbek tili lug'at boyligi ham shunday so'zlar hisobiga kengaydi va taraqqiy etdi. Buning sababi sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin.

1. Mustaqillikdan so'ng jamiyat hayotida siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy-ma'rifiy va boshqa sohalarda bo'lgan o'zgarishlar.
2. Jahon miqyosidagi ilf-fan, texnik taraqqiyot ta'siri.

3. Xorijiy tilda muloqot qiluvchi yurtdoshlarimizning o‘zlashma so‘z va terminlarni o‘z nutqlarida ko‘plab qo‘llashlari natijasida.

O‘zbek tilining izohli lug‘atida o‘zlashma so‘zlarning qaysi tilga tegishli ekani alohida shartli qisqartmalar asosida ko‘rsatilar ekan, ularning o‘z tilidagi lug‘aviy ma‘nosi va tilimizga o‘zlashganidan keyingi monosemantik yoki polisemantik xususiyati alohida ko‘rsatib berilgan. Shuni alohida ta’kidlash joizki, o‘zbek tilining izohli lug‘atida o‘zlashma so‘z olib kirgan tillar sifatida 16 ta til so‘zlaridan misollar berilgan. Bular sirasiga *arab, fransuz, fors-tojik, golland, hind, ingliz, ispan, italyan, lotin, mo‘g‘ul, nemis, polyak, rus, xitoy, yunon, chex tillari kiritilgan. Бу тиллардан* yangi so‘zlar, izofalar, iboralar, hattoki so‘z yasovchi qo‘shimchalar ham kirib keldi. Bunday so‘zlar avvalo mavhum, keyinchalik ularning ko‘pchiligi o‘z qatlam so‘zlari kabi tilimizga moslashib, ajratib bo‘lmas holatda o‘rinlashdi.

Neologizmlarning paydo bo‘lish yo‘llari xilma-xil bo‘lib, ular tilning mavjud lug‘aviy tarkibi va grammatik qonun-qoidalari asosida yangi so‘z yasash yo‘li, shuningdek, mavjud so‘zning lug‘aviy ma’nolaridan birini yangi ma’noda qo‘llash yo‘li bilan va boshqa tildan so‘z qabul qilish orqali hosil qilinadi⁵³.

Jamiyat taraqqiyotidagi o‘zgarishlar o‘zbek tili leksikasini taraqqiy etishiga sabab bo‘ldi va bu o‘zgarishlar, eng avvalo, ommaviy axborot vositalarida o‘z aksini topadi.

Mustaqillikdan so‘ng tilimiz turli davlatlar bilan ijtimoiy, ma’naviy-madaniy, iqtisodiy soha hamkorligi natijasida mavjud tillarning so‘zlari hisobiga kengayayotganini ta’kidlash joiz. Ilf-fan va texnik taraqqiyot ta’siri natijasida tilimiz so‘zlari miqdori, xusuan, inglizcha va boshqa til so‘zlari hisobiga ham boyib borayotgani tilshunoslarning diqqat-markazida turibdi. Misol sifatida, **BRIFING** so‘zi inglizcha *briefing* (brief – qisqa) bo‘lib, yangi o‘zlashma so‘z bo‘lmagani uchun nashr etilgan lug‘atlarning ko‘pchiligida uchramasa-da, uni *rasmiy shaxslarning ommaviy axborot vositalari vakillari bilan*

⁵³ O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. –T., O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. 6-tom. 313-bet.

*uchrashuvi, shuningdek, muayyan masala bo'yicha rasmiy nuqtai nazar yoki xalqaro muzokaralar, kengashlar, konferensiyalarning borishi va boshqalar to'g'risida tomonlarning o'zaro kelishib olingan qarashlari rasmiy xulosasi qisqacha bayon qilinadigan uchrashuvi sifatida izohlanadi*⁵⁴.

Mustaqallikdan so'ng tilimizga *brifing – briefing, injenereng – engineering, imej – image, vizual – visual, virtual – virtual, organayzer – organizer* kabi inglizcha o'zlashma so'zlarning kirib kelishi qanchalik tezlashgan bo'lsa, *ministr, komitet, oblast, rayon* kabi ko'pgina so'zlarning tilimiz leksik qatlamidan chiqib ketishi ham shunchalik tezlashdi.

O'zlashgan qatlamga oid so'zlar avval so'zlashuv uslubida, so'ng publisistik, keyinchalik rasmiy uslublarda ham qo'llana boshlandi.

Gazetalarda berilgan tilga oid matnlarning aksariyat qismi publisistik uslubda yozilgan bo'lib, ularda o'zlashma so'zlar ko'plab uchraydi. Ularning aksariyat qismini arab, fors-tojik, yunon va ingliz tilidan o'zlashgan so'zlar tashkil qiladi.

Hozirgi paytda butun dunyo muloqot tili sifatida tan olinayotgan ingliz tilining boshqa tillarga ta'sir darajasi sezilarlidir. "XX asr lotini" nomi bilan yuritilayotgan bu til nafaqat o'zbek tili, balki dunyodagi ko'plab tillarga so'z berib, ularning leksikasini boyitayotgani ko'pchilikka ma'lum. Shunga ko'ra, quyida tilimizdagi inglizcha o'zlashma so'zlarning semantikasiga doir o'zgarishlar xususida fikr yuritimiz.

Masalan: B.Mengliyevning "*Amaliy filologiya istiqbollari*"⁵⁵ sarlavhali maqolalarida *amaliy filologiya bakalavrining professional kompetensiyasi, global til korpusi, lingvistik ekspertiza, xolerik temperamentli shaxsning nutqi, kasbiy kommunikatsiya asoslari, korpus lingvistikasi, magistr, annotatsiya, referat, reklama matnlari* kabi so'z va so'z birikmalari uchraydi.

"Ta'lim to'g'risida"gi qonun va Kadrlar tayyorlash milliy dasturining hayotga tatbiqi samarasi o'laroq qabul qilingan yangi davlat ta'lim

⁵⁴ O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. –T., O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. 3 jild. 2002. 217-bet.

⁵⁵ "Ma'rifat" gazetasi. T.: "Sharq" nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y., 10-oktabr. №81. 8-9-betlar.

stardartlarida ona tilini umumiy oʻrta, oʻrta maxsus, oliy taʼlimda oʻqitish mana shu yoʻnalishning tubdan isloh qilinishiga sabab boʻldi. Buning natijasi oʻlaroq, tilimizda kollej, reyting bakalavr, magistr, kompyuter soʻzlari kirib keldi va bunday soʻzlar OAVda ham ishlatila boshlandi.

Reyting leksemasi 1981 yil nashr etilgan “Oʻzbek tilining izohli lugʻati”ga kiritilmagan. Keyingi yillarda esa reyting [*inglizcha raiting – baho, daraja*] baho berishning ball sistemasiga asoslangan turini ifodalovchi tushuncha sifatida lugʻatlardan joy oldi. Bu leksemaning tilimizdagi isteʼmol doirasi faollashuvi natijasida taʼlim tizimidagi atamadan sport, madaniyat va boshqa sohalarda erishilgan yutuqlar natijasini belgilovchi meyor tushunchasi bildiruvchi leksema sifatidagi maʼnolari kengaydi. Buni yangi nashrdagi “Oʻzbek tilining izohli lugʻati” misolida koʻrishimiz mumkin. Unda **reyting** leksemasi quyidagicha izohlangan: **1** Oʻquvchilar va talabalar bilimini nazorat qilish va baholash usuli va tizimi. *Oliy taʼlim tizimida bakalavrlilik va magistrlik bosqichlaridagi taʼlim tobora takomillashmoqda, talabalar bilimini baholashning reyting usuli keng joriy etilmoqda.* **2** sport. Sportning baʼzi turlarida (masalan, shaxmatda) erishilgan yutuqlarning samaradorligi va nufuzini baholashda raqamlar bilan ifodalanadigan shaxsiy koʻrsatkich. *Xalqaro futbol federatsiyasi (FIFA) milliy terma jamoalar uchun avgust oyi reyting jadvalini eʼlon qildi.* **3** Siyosat, madaniyat va boshqa sohalardagi taniqli arboblarning jamoatchilik fikrini oʻrganish yoʻli bilan aniqlanadigan mashhurlik darajasi. *Mashgʻulot olib boradigan oʻqituvchilarning ilmiy darajasi, reytingi, ish stajiga qarab, qoʻshimcha haq toʻlash joriy etildi*⁵⁶.

Koʻrinadiki, maʼlum yillar ilgari monosemantik xususiyatga ega boʻlgan *reyting* soʻzi tilimizga oʻrinlashib, faol soʻz sifatidagi qoʻllanishi natijasida hozirda polisemantik soʻz sifatida shakllangan.

Ayrim soʻzlarni oʻzlashtirishda mutaxassislar soʻzlar imlosining differensiallash prinsipi bilan soʻz maʼnosini farqlashga harakat qilganlar. Eski nashrdagi “Oʻzbek tilining izohli lugʻati”da *kolledj* inglizcha soʻz sifatida

⁵⁶ Oʻzbek tilining izohli lugʻati. –T., Oʻzbekiston milliy ensiklopediyasi. 2007. 3-jild, 373-bet.

Angliya va Amerikadagi oliy va oʻrta oʻquv yurti maʼnosida tavsiflangan boʻlsa, *kollej* esa fransuzcha soʻz sifatida Fransiya, Belgiya va Shveysariyadagi oʻrta oʻquv yurti koʻrinishida izohlangan.

Yangi nashrdagi “Oʻzbek tilining izohli lugʻati”da kollej [*ingl., fr. college – oʻrtoq, birodar; oʻquv yurti*] leksemasi uch maʼnoda 1 Buyuk Britaniya, AQSH va boshqa baʼzi mamlakatlarda: oʻrtadan oliygacha boʻlgan turli xil oʻquv yurtlari. 2 Fransiya, Belgiya, Shveysariya va boshqa baʼzi mamlakatlarda: oʻrta va toʻliqsiz oʻrta oʻquv yurti. 3 Oʻzbekistonda: oʻrta maxsus kasb-hunar oʻquv yurti. Koʻrinadiki bu soʻzning maʼnolari ham izohli lugʻatning keyingi nashrida toʻldirilgan holatda izohlangan.

Shuni alohida taʼkidlash joizki, eski nashrdagi “Oʻzbek tilining izohli lugʻati”da keltirilgan inglizcha *kolledj* soʻzi imlosi yangi nashrdagi lugʻatga kiritilmagan. Xulosa chiqarish mumkinki, *kollej* leksemasi turli davlatlarda turlicha oʻquv shakli sifatida qabul qilingan boʻlsa-da, yagona imloga ega boʻlgan kollej koʻrinishidagi koʻp maʼnoli soʻz sifatida ifodalanishi lozim.

Bugungi kunda filologik lugʻatlarning koʻpgina turlari yaratilgan. Biroq ularni mukammallashtirish, zamon ruhiga mos ravishda yangilash lozim. Masalan, oʻzbek tilining imlo lugʻatini olaylik. 1929- yildan hozirgacha oʻzbek tilining turli hajmli 20 dan ortiq imlo lugʻati tuzilgan⁵⁷. Biroq ulardan mutaxassislar talabani qondirishi mumkin deb hisoblangan birgina 65 000 soʻz va soʻz shaklini qamrab olgan eng mukammal imlo lugʻati⁵⁸ ham bugungi kunda oʻz ahamiyatini qisman yoʻqotdi deyish mumkin. Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori bilan 1995-yil 24-avgustda tasdiqlangan Oʻzbek tilining imlo qoidalari orfografik meyorlarga oʻzgartirishlar kiritdi. Shundan buyon hanuz baʼzi soʻzlarning toʻgʻri yozilishi haqida hattoki mutaxassislar orasida ham tortishuvlar boʻlib turibdi. Bularga chek qoʻyish maqsadida tilimizdagi barcha soʻzlarning yozilishini muayyanlashtirish va barchaga havola etish mutaxassislarning galdagi

⁵⁷ Oʻzbekiston milliy ensiklopediyasi. –T., Oʻzbekiston milliy ensiklopediyasi. 5-tom. 249-bet.

⁵⁸ Oʻzbek tilining imlo lugʻati –T.,2009.

kechiktirib bo‘lmas vazifasi sanaladi. Masalan, syujet – sujet, budjet – budget, sentabr – sentabr kabi. Ayrim so‘zlarni o‘zlashtirishda mutaxassislar so‘zlar imlosining differensiallash prinsipi bilan so‘z ma’nosini farqlashga harakat qilganlar.

Eski nashrdagi “O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da kolledj inglizcha so‘z sifatida Angliya va Amerikadagi oliy va o‘rta o‘quv yurti ma’nosida tavsiflangan bo‘lsa, kollej esa fransuzcha so‘z sifatida Fransiya, Belgiya va Shveysariyadagi o‘rta o‘quv yurti ko‘rinishida izohlangan. Shuni alohida ta’kidlash joizki, eski nashrdagi “O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da keltirilgan inglizcha kolledj so‘zi imlosi va unga beriladigan izoh ham yangi nashrdagi lug‘atga kiritilmagan. *Kollej* leksemasi turli davlatlarda turlicha o‘quv shakli sifatida qabul qilingan bo‘lsa-da, yagona imloga ega bo‘lgan *kollej* ko‘rinishidagi ko‘p ma’noli so‘z sifatida ifodalanishi lozim.

Bu kabi so‘zlar o‘z qatlam leksikasida ham ko‘plab topiladiki, ularning imlosini imkon qadar ikki xil bo‘lishiga yo‘l qo‘ymaslik kerak.

Eski nashrdagi “O‘zbek tilining izohli lug‘ati”dagi ko‘pgina so‘zlar yangi izohni talab etganidek, yangi nashrdagi “O‘zbek tilining izohli lug‘ati”dagi ayrim so‘zlar ham qayta izohni talab etadi. Bunga misol sifatida *kompyuter* leksemasining izohli lug‘atdagi ma’nosiga e’tibor qaratamiz: “Murakkab qurilmaga ega bo‘lgan elektron hisoblash mashinasi”⁵⁹. Bu sodda ta’rif zamonaviy kompyuter so‘ziga nisbatan ancha noto‘liq bo‘lib, “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi”⁶⁰da berilgan izoh uni to‘ldiradi, deyish mumkin. Qisqacha qilib aytganda, “O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da kompyuter so‘ziga beriladigan izoh “Murakkab qurilmaga ega bo‘lgan elektron hisoblash mashinasi” ko‘rinishida emas, balki, “Matn va turli tasvir ko‘rinishidagi axborotlarni monitorda aks ettira oladigan, boshqarish, protsessor, xotira va kiritish-chiqarish qurilmalaridan iborat, oldindan berilgan dastur bo‘yicha ishlaydigan avtomatik qurilma” sifatida kengroq izohlanishi mumkin bo‘ladi.

⁵⁹ O‘zbek tilining izohli lug‘ati. –T., O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. 2006. 2-jild, 397-bet.

⁶⁰ O‘zbekiston Milliy Ensiklopediyasi. –T., O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. 2002. 4-tom, 687-bet.

“O‘zbek tilining izohli lug‘ati”ning eski va yangi nashrlaridagi so‘zlar va ularning izohi qiyosan o‘rganilganda mamlakatimizda tuzumning o‘zgarishi, yangi-yangi tushunchalarning tilimizga kirib kelishi, yangi tushunchalarning nomlanishi, sho‘ro zamonida faol bo‘lgan ko‘plab so‘zlarga yangi ma’no yuklanishi, ayrim so‘zlarning boshqa ifodalarga o‘rin bo‘shatib berishi, diniy-ma’naviy qadriyatlarimizni ifodalovchi tushunchalarga xolisona izoh berilishi, ko‘plab so‘z va istilohlarning qayta “tirilishi” kabi holatlar ular o‘rtasidagi tafovutlarga sabab bo‘lgan deyish mumkin.

Rasmiy uslubga xos manbalarda qo‘llanuvchi so‘zlarning barchasi ham faqat shu uslubga xos bo‘lavermaydi. Misol: *O‘zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy faoliyat banki “O‘zmilliybank” balansida turgan mulkiy majmuani sotish maqsadida potensial investorlarni saralab olish bo‘yicha tanlov e‘lon qiladi.* Ushbu rasmiy ish qog‘ozi matnida qo‘llangan balans so‘zini olib ko‘raylik. “O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da so‘zning ikki ma’nosi qayd etilgan:

BALANS [fr. Balance – tarozi, lot. Bilanx -tarozining ikkita pallas] 1 Muvozanat, tenglik. *Osh tuzi organizmning suv balansi bilan bog‘liq tuz almashinuvini ta‘minlaydi.* “Fan va turmush”

2 buxgl. Doimo o‘zgarishda bo‘luvchi kirim-chiqim, daromad va buromadning o‘zaro nisbati yoki muvozanatni ifoda etuvchi ko‘rsatkichlar tizimi. *Savdo balansi. Aholining daromadlari va xarajatlari balansi. Jamoa xo‘jaligi balansi.* – *Ular jamoa xo‘jaligi balansida turibdi.* E.Samandarov, Daryosini yo‘qotgan qirg‘oq.

Lug‘atda berilgan 2-ma’no rasmiy ish qog‘ozlari matnida qo‘llaniladi.

Misollardan ko‘rinib turibdiki, umumadabiy tilga oid so‘z yoki so‘zlar ma’lum bir sohaga oid tushunchani yoki tushunchalarni ifodalovchi ma’noga ega bo‘lsagina, shu ma’nosi bilan u yoki bu funksional uslub leksikasiga mansub bo‘la oladi. Shunday ma’noga ega bo‘lmasa, ular rasmiy ish uslubiga xos manbalarda qo‘llangani bilan bu uslubga xos so‘z hisoblanmaydi.

O‘zbek tilining lug‘at tarkibida rasmiy uslubiga xos bo‘lgan birliklar ma’lum miqdorni tashkil etadi. Masalan, *shartnoma, nota, bitim, konsul, status,*

vizit, ultimatum kabi soʻzlar diplomatik hujjatlar tilida uchrasa, sud, sudya, prokuror, kodeks, ariza, kassatsiya, instansiya, aliment, jinoyatchi, protest kabi soʻzlar yuridik atamalardir. Ayni paytda ular shu sohadagi rasmiy uslubdagi matnlarda, xususan, gazetalarda faol qoʻllaniladi.

Gazeta matnlarida koʻproq soʻz va atamalar qoʻllaniladi. Shuningdek, yuqorida koʻrib oʻtganimizdek, bu uslubga oid manbalarda soʻz birikmalari ham ishlatiladi: *ahdlashuvchi tomonlar, diplomatik korpus, qoʻshma axborot, harakat dasturi, favqulodda va muxtor elchi, faxriy qarovul, hakamlar sudi, oʻrtoqlik sudi, xoʻjalik sudi, sud ijrochisi* singari birikmalar shular jumlasidandir.

Boshqa tillardan kirib kelgan soʻzlarning aksariyat qismi matbuot matnlarida shakliy tamoyil asosida yozilmoqda. Masalan: DAEWOO, Twitter, Windows, Whatsapp, Google, You Cam Perfect kabi soʻzlar.

Bu soʻzlardagi W, C kabi harflar oʻzbek imlosida mavjud boʻlmaganligi va bunday holatlarga oid koʻrsatmalar berilmaganligi sababli mazkur soʻzlar shakliy tamoyil asosida berilmoqda.

XULOSA

Davlatimiz siyosatining mazmun-mohiyatini, yurtimizda kechayotgan islohotlar jarayonini xolis va ayni paytda xalqimizga tezkor yetkazishda, jamoatchilik fikrini shakllantirishda, odamlarning axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirishda ommaviy axborot vositalarining ahamiyati beqiyosdir.

Ommaviy axborot vositalari (qisqartmasi: OAV) keng ommaga axborot yetkazuvchi vosita hisoblanadi.

Ommaviy axborot vositalari ifoda shakliga ko'ra 2 ga bo'linadi:

1. Og'zaki. 2. Yozma.

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo'lgan hamda bosma tarzda (gazeta, jurnal, axborotnoma, bulletin va boshqalar) yoki elektron tarzda (tele, radio-, video-, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb-saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efirga beriladigan shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari Ommaviy axborot vositalari deb yuritiladi. Demak, ommaviy axborot vositalarining yozma shakliga bosma tarzda chop etiladigan gazeta, jurnal, axborotnoma, bulletin va boshqalar kirsam, og'zaki yoki elektron tarzidagi shakllarga televideniye va radio dasturlari kiradi.

Ommaviy axborot vositalarining bosma shakllarini MATBUOT deb yuritiladi.

«Matbuot» soʻzi arabcha soʻz boʻlib, bosma asarlar, nashrlar degan maʼnoni bildiradi va «Oʻzbek tilining izohli lugʻati»[1, 555] da uning ikkita maʼnosi izohlanadi: 1 Sanoatning bosma asarlar chiqaradigan tarmogʻi, nashriyot va bosmaxona ishlari. 2 Bosma asarlar; gazeta, jurnal, kitob va sh.k. majmui.

Matbuot 15-asrning oʻrtalarida Yevropada tarkib topgan. Dastlabki bosma nashrlar kitob, risola va varaqalardan iborat boʻlib, 17-asrning boshlarida gazetalar, keyinroq esa jurnallar tashkil topadi.

Gazeta atamasi italyanча *gazzette* soʻzidan olingan boʻlib, - "chaqa pul" degan maʼnoni anglatadi XVI asrda bu tangaga xabarlar yozilgan varaqa xarid qilsa boʻlardi. *Roʻznoma* atamasi esa forscha *roʻz* — "kun" soʻzining *noma* — "xat", "maktub" soʻziga qoʻshilishidan hosil boʻlgan.

Oʻzbekistonda chinakam milliy matbuotning yuzaga kelishi 1906 yil 27 iyunda Toshkentda chop etilgan «Taraqqiy» gazetasi bilan bogʻliq.

Gazeta materiallari uslubi va ifodasi jihatidan farqlanadi. Xabar, bosh maqola, korrespondensiya, hisobot, sharh kabilar sof adabiy tilda yozilsa, lavha, ocherk, ochiq xat, reportaj, tanqidiy maqola, felyeton kabilarda badiiy uslubga xos elementlardan keng foydalaniladi. Bu janrlarda baʼzan oʻz oʻrni bilan sheva elementlari ham ishlatiladi.

Gazeta tili badiiy, publitsistik, soʻzlashuv uslublari tiliga yaqin turadi, ilmiy, rasmiy uslublar tilidan farq qiladi.

Gazetalardagi sarlavhalarni tuzilishiga koʻra sodda va murakkab sarlavhalarga boʻlish mumkin. Sodda sarlavhalar bir soʻz bilan ifodalansa, murakkab sarlavhalar soʻz birikmalari, kengaygan birikmalar yoki gaplar bilan ifodalanishi mumkin. "*Kafedra*", "*Kamolot malikalari*", "*Til- millatning qiyofasi*" kabi.

Jamiyat taraqqiyotidagi o'zgarishlar o'zbek tili leksikasini taraqqiy etishiga sabab bo'ladi va bu o'zgarishlar, eng avvalo, ommaviy axborot vositalarida o'z aksini topadi.

Mustaqillikdan so'ng tilimiz turli davlatlar bilan ijtimoiy, ma'naviy-madaniy, iqtisodiy soha hamkorligi natijasida mavjud tillarning so'zlari hisobiga kengaydi. *Masalan: Amaliy filologiya bakalavrining professional kompetensiyasi, global til korpusi, lingvistik ekspertiza, xolerik temperamentli shaxsning nutqi, kasbiy kommunikatsiya asoslari, korpus lingvistikasi, magistr, annotatsiya, referat, reklama matnlari.*

“Ta’lim to’g’risida”gi qonun va Kadrlar tayyorlash milliy dasturining hayotga tatbiqi samarasi o’laroq qabul qilingan yangi davlat ta’lim stardartlarida ona tilini umumiy o’rta, o’rta maxsus, oliy ta’limda o’qitish mana shu yo’nalishning tubdan isloh qilinishiga sabab bo’ldi. Buning natijasi o’laroq, tilimizga *kollej, reyting bakalavr, magistr, kompyuter* va boshqa so’zlar kirib keldi va bunday so’zlar OAVda ham ishlatila boshlandi.

Boshqa tillardan kirib kelgan so’zlarning aksariyat qismi matbuot matnlarida shakliy tamoyil asosida yozilmoqda. Masalan: *DAEWOO, Twitter, Windows, Whatsapp, Google, You Cam Perfect* kabi so’zlar.

Bu so’zlardagi *W, C* kabi harflar o’zbek imlosida mavjud bo’lmaganligi va bunday holatlarga oid ko’rsatmalar berilmaganligi sababli mazkur so’zlar shakliy tamoyil asosida berilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. -T.: O‘zbekiston, 2012.
2. O‘zbekiston Respublikasining «Ta’lim to‘g‘risida» Qonuni. O‘zbekiston Respublikasining kadrlar tayyorlash milliy dasturi. Barkamol avlod – O‘zbekiston taraqqiyotining poydevori.–T.: Sharq, 1997. -38-bet.
3. Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi qonuni. 1997 yil 26 dekabr. // O‘zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarining faoliyatini muvofiqlashtirishga doir qonunlar. – Toshkent. 1998. 8-17-b.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Oliy malakali ilmiy va ilmiy pedagogik kadrlar tayyorlash va attestatsiyadan o‘tkazish tizimini yanada takomillashtirish to‘g‘risida”gi 2012-yil 24-iyuldagi PF-4456-sonli Farmoni

III. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning asarlari

1. Karimov I.A. «Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch» Toshkent.: 2008.
2. Karimov I.A. O‘zbekiston mustaqillikka erishish ostonasida. Toshkent, “O‘zbekiston”, 2011., - B. 67.

3. Karimov I.A. O‘zbekistonning 16 yillik mustaqil taraqqiyot yo‘li. – Toshkent: O‘zbekiston, 2007. – B. 28.
4. Karimov I.A. Ma’naviy yuksalish sari. – T.: O‘zbekiston, 1999.
5. Karimov I.A. Barkamol avlod – O‘zbekiston taraqqiyotining poydevori. – T.: O‘zbekiston, 1997. 63-bet.
6. Karimov I.A. Ma’naviy yuksalish yo‘lida. Tarix. Ma’rifat. Ma’naviyat. –T.: «O‘zbekiston», 1998. 480 bet.
7. Karimov I.A. Tarixiy xotirasiz kelajak yo‘q. –T.: «Sharq», 1998. 31 bet.
8. Karimov I.A. Adolat, Vatan va xalq manfaati har narsadan ulug‘. – T., O‘zbekiston, 1998, .
9. Karimov I.A. O‘zbekiston: Milliy istiqlol, iqtisod, siyosat, mafkura, 1-tom. –T.: O‘zbekiston, 1996
10. Karimov I.A. Ozod va obod Vatan, erkin va farovon hayot – pirovard maqsadimiz. T. 8. T.: «O‘zbekiston», 2000. – 528 bet.

IV. Asosiy adabiyotlar

1. Abduazizova N. Mustaqil o‘zbekiston jurnalistikasi tarixi. – toshkent: akademiya, 2002.
2. Abduazizova N. Mustaqil O‘zbekiston jurnalistikasi tarixi. – Toshkent: Akademiya, 2007.
3. Abdusaidov A. Gazeta tilida frazeologizmlar. – Samarqand: Samdu. 1990. – 120 b.
4. Abdusaidov A. Gazeta tilining leksik-stilistik xususiyatlari. – Samarqand: Samdu. 1991. – 80 b.
5. Abdusaidov A. Turkiy izofali konstruksiyali gazeta sarlavhalari. // o‘zbek tili grammatik qurilishi masalalari. - Samarqand: Samdu, 1984, 60-66-betlar.
6. Abdusaidov A. Gazeta sarlavhasi (gazeta sarlavhalarining struktur-

grammatik va leksik-stilistik xususiyatlari). – Samarqand: samdu, 1995. – 120 b.

7. Abdusaidov A. Gazeta janrlarining tili va uslubi. Monografiya. – Samarqand, 2001. – 192 b.

8. Abdusaidov A. Jurnalistning tildan foydalanish mahorati. Monografiya. – samarqand. 2004. – 102 b.

9. Abdusaidov A. Matbuotda adabiy normaga rioya qilish muammolari. – Samarqand, 2001. – 56 b.

10. Abdusaidov A. Matbuot tili madaniyati. – Samarqand, 2002. – 96 b.

11. Abdusaidov A. Gazeta janrlarining til xususiyatlari. filol.fan.dokt...dis.avtoreferati. – Toshkent, 2005. - 48 b.

12. Abdusaidov A. O‘zbek tilining ijtimoiy mohiyati. – Samarqand, 2008.

13. Abdusaidov a. Gazeta tilida frazeologizmlar. - Samarqand, 1990. - 120 b.

14. Boboyeva A. Gazeta tili haqida. – Toshkent: Fan, 1983. – 55 b.

15. Berdiyev H., Rasulov R., Yo‘ldoshev B. O‘zbek frazeologiyasidan materiallar. - Samarqand, 1976; 1 qism, 1979; 2 qism, 1983.

16. Mamatov A.E. Hozirgi zamon o‘zbek adabiy tilida leksik va frazeologik norma muammolari: Filol.fan.dokt. ...dis. avtoref, 1991.- 56 b.

17. Mamatov A.E. O‘zbek tili frazeologizmlarining shakllanishi masalalari: Filol.fan.dokt. ...dis.avtoref. – Toshkent, 2000. - 56 b.

18. Ommaviy axborot vositalari tipologiyasi. – Toshkent: O‘zMU, 2000.

19. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi. – Toshkent: Universitet, 1999.

20. Rahmatullayev Sh. O‘zbek tilining izohli frazeologik lug‘ati. - Toshkent: O‘qituvchi, 1978. - 408 b.;

21. Rahmatullayev Sh. O‘zbek tilining frazeologik lug‘ati. - Toshkent: Qomuslar Bosh tahririyati, 1992. - 380 b.

22. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. I tom. –T.: «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi» davlat ilmiy nashriyoti, 2006. – 680 b.
23. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. II tom. -t.: «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi» davlat ilmiy nashriyoti, 2006. - 672 b.
24. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. III tom. -T.: «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi» davlat ilmiy nashriyoti, 2006. - 688 b.
25. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. IV tom. -T.: «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi» davlat ilmiy nashriyoti, 2008. - 608 b.
26. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. V tom. -T.: «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi» davlat ilmiy nashriyoti, 2008. - 592 b.
27. O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. –T., O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. 6-tom. 313-bet.

V. Qo‘shimcha adabiyotlar

1. Abdusaidov A. Leksik dubletlar va ularning izohi (gazeta materiallari asosida). – Samarqand: Samdu.1993.– 96 b.
2. Abdusaidov A. Frazeologizmlar – matbuot tilida ta’sirchan vosita. – Samarqand, 2001. – 48 b.
3. Berdiyev H., Rasulov R. O‘zbek tilining paremiologik lug‘ati. - Toshkent: O‘qituvchi, 1984. - 288 b.
4. Madrahimov I. O‘zbek tilida so‘zning serqirraligi va uni tasniflash asoslari: filol. fan. nomz. ... dis. avtoref. – T., 1994.
5. Saidov U. Globalashuv va madaniyatlararo muloqot. – Toshkent: akademiya, 2008. – 232 b.
6. Yo‘ldoshev B. Frazeologik uslubiyat asoslari. – Samarqand, 1999. - 200 b
7. Yo‘ldoshev B., Mirzayev B. O‘zbek tilida frazeologizm sarlavhalarning stilistik xususiyatlari haqida (Matbuot materiallari asosida). //

O‘zbek tili stilistikasi va nutq madaniyati masalalari. - Samarqand: SamDU, 1982, 109-114-b.

8. Yo‘ldoshev B. Hozirgi o‘zbek adabiy tilida frazeologik birliklarning funksional-uslubiy xususiyatlari: Filol.fan.dokt. ...dis. avtoref. - Toshkent, 1993. - 49 b.

VI. Davriy nashrlar, statistik to‘plamlar va hisobotlar

1. Abduazizova N. OAV: Erkinlik kafolatlari. // O‘zbekiston ovozi, 2005 yil 1 mart.

2. Abdusaidov A. Ta’sirchanlik – asosiy mezon. // «O‘zbekiston matbuoti» j. 2002. 1-son, 30-32-b.

3. Abdusaidov A. Til va jurnalist. // «O‘zbekiston matbuoti» j. 2002. 5-son, 10-13-b.

4. Abdusaidov A. Jurnalist mahorati. // «O‘zbekiston matbuoti» j. 2003. 3-son, 5-7-b.

5. Abdusaidov A. Jurnalist mahorati. // «O‘zbekiston matbuoti» j. 2003. 4-5-sonlar, 16-17-b.

6. Boboyeva A. Gazeta sarlavhalari haqida. // «O‘zbek tili va adabiyoti» jurnali, 1971, 2-son, 61-63-betlar.

7. Ma’rifat” gazetasi. T.: “Sharq” nashriyot-matbaa aksionerlik kompaniyasi. 2015-y.

8. Teshaboyeva D. Ommaviy axborot vositalarida nutq madaniyati. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2011.

VII. Internet saytlari

1. <http://www.gldv.org/cms/gldv.php>.

2. <http://lexikon.anaman.de/lexikon.htm>.

3. http://www.google.com.webhp?as_q=&hewww.bukshu.uzsci.net/ziyo
filologiya/... Tilning belgilar sistemasi ekanligi. – Buxoro, 2009.
4. http://www.fdu.uz/fdutz/uzbek_tili/ed_uzb/2-mavzu.htm... Sistemaviy
tadqiqotlar tarixi. –F arg‘ona DU, 2008