

GAZETA VA JURNALISTIK USLUBNING XUSUSIYATLARI

Ilmiy rahbar: dots. I.T.Rustamov

Turg'unova Fazilat Rustam qizi

Jizzax Davlat Pedagogika Instituti

Chet tillar fakulteti Ingliz tili va adabiyoti

yo`nalishi 2-bosqich Magistranti

Annotatsiya: Maqolada gazeta va jurnalistik nutqida til vositalarini bir butun sifatida tanlash asosiy tamoyili ularning talaffuzining baholanishi tan olinishi kerakligi, gazetaning o'ziga xos xususiyatlari, qisqa shaklda yozilgan yangilik sarlavhalari ko'plab sodir bo'lgan voqealarning mohiyatini aks ettirishini va yangilik sarlavhalar uchun asosiy leksik va sintaktik ifoda vositalarini ishlatishi mumkinligi, yangilik sarlavhasining strukturasini o'rganish uchun: sintaksis, morfologiya, leksikologiya, fonetika va frazeologiyani o'rganish bilan chambarchas bog'liqligini yoritilgan.

Tayanch so'zlar: gazeta, yangilik sarlavhasi, jurnalistik nutq, funktsional stilistika, tarjima

Yangilik sarlavhasi bizni gazeta o'qishga yoki uni bir chetga surib qo'yishga undaydigan birinchi signaldir. Yangilik sarlavhalari o'quvchilarning qiziqishini uyg'otadi. Psixologlarning tadqiqotlari shuni ko'rsatdiki, o'quvchilarning 80 foizi faqat yangilik sarlavhalarga e'tibor berishadi. Shuning uchun nashr qilinadigan yangilik sarlavhasini to'g'ri tanlash journalist uchun juda muhimdir.

Bir necha so'z bilan aytganda, bitta jumla faqat maqolaning asosiy ma'nosini, uning mazmunini etkazibgina qolmay, balki o'quvchini ham qiziqtirishi kerak. Yangilik sarlavhasi - butun gazetaning yuzi, u nashrning mashhurligiga va sotib olinishiga ta'sir qiladi. Albatta, yangilik sarlavhasi o'ziga xos xususiyatlarga ega. U gazeta sahifasida yashaydi, shuning uchun gazetaning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradi. Qisqa shaklda yozilgan yangilik sarlavhalari ko'plab sodir bo'lgan voqealarning mohiyatini aks ettirishadi. Yangilik sarlavhalar uchun asosiy, chuqur va bebaho manba hayotning o'zidir. Buning uchun yangilik sarlavhasi barcha ma'lum leksik va sintaktik ifoda vositalarini ishlatishi mumkin. So'zlarning ko'chma ma'nosi, so'z birikmalari, sinonimlar va antonimlar asosida yaratilgan ifodali nomlar paydo bo'lishi mumkin.

Yangilik sarlavhalarda maqolalar, so'zlar, iboralar, mashhur qo'shiqlarning nomlari, kinofilmlar, pyesalar, ushbu asarlardan olingan takliflar, so'zlashuv elementlari, fonetik va morfologik ifoda vositalari ishlatilishi mumkin. Shunday qilib, yangilik sarlavha strukturasi o'rganish til fanining turli bo'limlarini: sintaksis, morfologiya, leksikologiya, fonetika va frazeologiyani o'rganish bilan chambarchas bog'liqdir. Bumaktabda nafaqat nutqni rivojlantirishning maxsus darslarida, balki yuqorida ko'rsatilgan til bo'limlarini o'rganishda boshqa turdagi darslarda ham ishlash imkonini beradi. Funktsional stilistikaning rivojlanishi va ushbu intizomning shakllanishi dastlab ma'lum bir aloqa sohasidagi lingvistik vositalarning ishlash tamoyillarini va xususiyatlarini belgilaydigan ekstralingvistik sharoitlarni izlash bilan bog'liq edi. Shu jumladan, funktsional uslublarni o'rganishning butun tarixi va gazetaning tili aytilganlarni tasdiqlaydi.

Sarlavha matnini ishlab chiqarishning mavhum modeli, gazeta satrida til vositalarining ishlash xususiyatini tushuntirish uchun mo'ljallangan. Shundayqilib, funktsional stilistikaning rivojlanishi ekstralingvistik omillar bilan birga, funktsional uslublarning lingvistik xususiyatlarini, shu jumladan gazeta-jurnalistikani aniqlashga imkon beradigan asosga aylandi. Biroq, bu muammo oddiy emas. Ommaviy kommunikatsiya uslubining tabiatiga ta'sir qiluvchi omillarining soni aniqdir. Biz tadqiqotimiz davomida faqatgina asosiylarni belgilaymiz: 1) aks ettirilgan haqiqatning xususiyatlari; 2) qabul qiluvchi (matn muallifi); 3) qabul qiluvchi (o'quvchilarning ommaviy auditoriyasi); 4) nutq maqsadi (kommunikativ vazifa, maqsad); 5) gazeta matnini ishlab chiqarish tezligi va uning idroklari; 6) matn hajmi; 7) nashr turi; 8) matnning rasmiyligi / norasmiy darajasi; 9) ommaviy axborot matnining qisqa muddati va boshqalar.

Shubhasiz, bu omillarning har biri gazeta matnlarining o'ziga stilistik xosligiga aniq ta'sir ko'rsatadi. Shu nuqtai nazardan, umumiy gazetada ekstralingvistikada hal qiluvchi rol qabul qiluvchi (matnni yaratuvchisi, yozuvchi) - kommunikativ vazifa (nutq maqsadi, maqsad) - qabul qiluvchi (o'quvchi)dir. Boshqa barcha omillar faqat asosiy ta'sirni to'ldiradi yoki uni o'zgartiradi.

Kichik maqolaning bir qismi sifatida gazeta-jurnalistik nutqiga faqat asosiy ekstralingvistik omillar ta'sirini ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir. Matnni yaratishda jurnalist har doim o'z vazifasini o'z zimmasiga oladi - o'quvchini ijtimoiy ahamiyatga ega faktlar, voqealar va haqiqat hodisalari haqida xabardor qilish bilan emas, balki, shuningdek, hisobot bergan shaxsga ham baho berishi kerak. Shunday qilib, gazeta tilining funktsional-uslubiy birligi axborot va baholash elementlarining gazeta matnlarida doimiy ravishda amalga oshirilishi bilan ta'minlanadi. Albatta, gazeta janrlarining turli guruhlarining "ruxsat berish" bu vositalardan foydalanishnuqtai nazaridan bir xil emas, biroq axborot va baholashning bir vaqtning o'zida yo'naltirilganligi barcha turdagi gazetalarga, barcha ommaviy axborot vositalariga xosdir.

Ba'zi tadqiqotchilarning gazetada axborot uslubining o'ziga xos maqomi, axborot janrlarini jurnalistikalardan ajratib olish haqidagi savolni berishga urinishlari mutlaqo asosli emas. Haqiqatan ham, birinchi qarashda, gazeta axborot matnining hajmi jurnalistga xabar qilingan shaxsga nisbatan munosabatni aniq ifodalashga imkon bermaydi. Biroq, axborot yozuvida haqiqatga ijtimoiy-baholash yo'nalishi birinchi navbatda faktlarni tanlashda amalga oshiriladi. Bundan tashqari, axborot yozuvlari nafaqat baholash vositalaridan qochibgina qolmay, balki ularni doimiy ravishda ishlatishga intiladi. Ular teztez umumiy til metafora, parafrazlar, intellektual va baholash ifodalarini topadilar va zamonaviy gazetalarning materiallari tilning so'zlashuv va hatto jargon vositalarining matniga jadal kirib borishini ko'rsatadi.

Shunisi e'tiborga loyiqki, tilning hissiy va ifodali vositalari faqat bir qismini tashkil etadi, garchi yangilik sarlavhalarda juda muhim baholash elementlari bo'lsa. Gazetalarda intellektual va baholash birliklarining o'ziga xos tortishish darajasi kam emas. Nutqning barcha qismlarini ushbu nuqtai nazardantaqqoslash, birinchi navbatda, nutqning o'ziga xos qismlarini - sifatlar va ravishlarni ta'kidlash imkonini beradi". Faktlarni, voqealarni va haqiqat hodisalarini baholashga jurnalistlarning doimiy yo'naltirilganligi gazetada nafaqat til, balki kontekstual va baholash vositalarini, jumladan, ikkilamchi nominatsiyalarni, ya'ni umumiy kontseptual

korrelyatsiya (parafrazalar, sinonimlar va boshqalar) bilan birlashtirilgan so'zlar va iboralarni, alohida muallifning metafora va okkazionalizmlarini, shuningdek iboralarni ham muqarrar qiladi. Bu gazeta va jurnal amaliyotida, yozma nutqda so'zning uslubiy yoki semantik belgisini baholashda aniq namoyon bo'ladi. Shunday qilib, gazeta va jurnalistik nutqida til vositalarini bir butun sifatida tanlash asosiy tamoyili ularning talaffuzining baholanishi tan olinishi kerak.

Bularning barchasigazetavaraqasida baholash vositalarining barcha turlarini, ularning tabiati va funktsiyalarini, turli janrlardagi matnlarga kiritishning uslubiy usullarini, ularning shakllanish manbalarini, yangilanish sabablarini va rivojlanishning asosiy tendentsiyalarini o'rganishning dolzarbligini belgilaydi. Shu bilan birga, jurnalistik faoliyat tajribasi shuni ko'rsatadiki, gazetada bir xil va vaziyatlarning tez-tez takrorlanishi muqarrar ravishda nominativ va baholash xarakterining foydalanishgatayyor nutq stereotiplarining katta to'plamiga olib keladi. Bunday stereotiplarsiz matnni tezda yaratish va uni bir vaqtning o'zida his qilish mumkin emas.

Biroq, ifoda vositalarini ishlatish uchun tayyor bo'lgan jurnalistlarning oddiy takrorlanishi har doim ish uchun noto'g'ri munosabatning dalili sifatida qabul qilinadi, shuning uchun ularning ixtiyorida mavjud bo'lgan materiallarni yangilash uchun doimiy istagi bor. Bunga, birinchi navbatda, tayyor nutq formulalari, klishe'lar, standartlarni yangilash va o'zgartirish orqali erishiladi. Bunday foydalanishga tayyor iboralarni barqarorlashtirish har doim nisbiy bo'lib, o'zgarish va yangilanish tendentsiyasi maqbul leksik va tematik chegaralarda mutlaqdir. Bu, erda takrorlanuvchi fodalarning tarkibiy qismlarini yangilash va o'zgartirishning ayrim misollari keltirilgan: 1) perifrastik inqiloblar (Antarktida - muz qit'asi - qor qit'asi - muz qit'asi - qor qit'asi - oltinchi qit'a ...); 2) fe'l-nominal iboralar (qo'rg'oshin - faol, qat'iyatli, qat'iyatli... kurash); 3) metaforik ifodalar (turg'unlik davri - turg'unlik davri - turg'unlik yillari - turg'un davr - turg'un vaqt...) va boshqalar.

Bizning fikrimizcha, doimiy yangilanish va takrorlanadigan nutq ifodalarining tarkibiy qismlarini o'zgartirish orqali gazeta nutqi yumshoq standartlashtirishning xarakteriga ega bo'ladi (rasmiy va biznes nutqining qattiq

standartlashtirilishidan farqliroq) va bu gazeta-jurnalistik nutqning o'ziga xos uslubidir. Jurnalistning ijodiy salohiyati nafaqat yorqin kontekstli tasvirlarni yaratish qobiliyatiga, balki uning mavjud bo'lgan til materiallarini doimiy ravishda o'zgartirish va o'zgartirish qobiliyatiga ega. Shu munosabat bilan, bu erda akadrlarning bayonotini esga olish o'rinli: "...Bizning adabiy tilimiz tez-tez bizning fikrlarimizni shakllarga aylantiradi, ular oldindan tayyorlanadi, ba'zan bizning fikrimizni o'zgartiradi; ammo bundan tashqari, u bu shakllarni engish uchun, fikrning oldinga siljishi uchun material beradi. Qidiruvchilar, qat'iyatli izlanuvchilar, u yangi fikrni ifodalashning yaratuvchisi bo'lishga imkon beradi, u sizniga to'ldirish va rivojlantirishga imkon beradi". Tayyor nutq materiallarini mohirona yangilash, baholashni ifodalashning yangi vositalarini doimiy ravishda izlash gazetaning tili jurnalistlardan doimiy ijodiy tangliknitalab qiluvchi jonli va doimiy rivojlanayotgan tizim ekanligini ko'rsatadi. Nihoyat, gazeta varaqasida til vositalarini tanlashning o'ziga xos xususiyati asosan ommaviy, lingvistik nuqtai nazardan betaraf bo'lgan o'quvchi auditoriyasini hisoblash bilan belgilanadi. Gazeta matni o'quvchining yoshi, kasbi va ta'limidan qat'i nazar, osongina va tezda qabul qilinishi kerak. Shundan kelib chiqadiki, gazetada ishlatiladigan til vositalarining umumiy tushunchasi va ommaviyligi jurnalistning qayta ishlash faoliyatida doimiy qo'llanma hisoblanadi. Gazeta matnning ommaviyligi uchun qattiq pragmatik o'rnatilishi ommaviy muloqotni boshqa funktsional uslublardan ajratib turadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Arnold I. V. Stylistics. Modern English. Textbook for universities. Moscow: Flint: Nauka, 2002
2. Yusupov K O`zbek adabiy tilining leksik-semantik va stlistik xususiyatlari- Toshkent: Fan, 1986
3. Kurbonov T. Journalistic style of the modern Uzbek literary language.
4. Komissarov V. N., Linguistics of Translation. Moscow: 2000.
5. Mikoyan A. S. Problems of translation of media texts. Moscow, 2000.
6. Haskovec S. Introduction to news agency journalism.