

Ilmiy maslahatchi: Nazarov Murod, (PhD)

INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA PUBLITSISTIK (OMMABOP) USLUBNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Ismailova Shohida, Urganch davlat universiteti magistranti
DISTINCTIVE FEATURES OF THE PUBLICISTIC
(POPULAR) STYLE IN ENGLISH AND UZBEK

Ismailova Shohida, Master of Urgench State University
ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО
(ПОПУЛЯРНОГО) СТИЛЯ НА АНГЛИЙСКОМ И
УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ

*Исмаилова Шахида, магистрант Ургенчского
государственного университета*



<https://orcid.org/0009-0003-3528-9801>

e-mail:
Shokhidaismailova2001@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada nutq uslublari, uning tarixi, ingliz hamda o'zbek tillarida publitsistik uslubning o'ziga xos xususiyatlari, uslubning nazariy masalalari yuzasidan olimlarning bildirgan xulosalari hamda publitsistik uslubdagi so'zlarni tarjima qilishdagi asosiy muammolar tadqiq qilingan.

Kalit so'zlar: publitsistik uslub, notqlik, gazeta, notqlik nutqi, insho, maqolalar, reklama, tahririyat, e'lonlar, ilmiy uslub, rasmiy hujjatlar uslubi, madaniy kontekst, tarjima tili, asl manba.

Abstract: This article examines the functional styles, its history, the specific features of the publicistic style in English and Uzbek, the conclusions of scholars on theoretical issues of style, the main problems in translating words in the publicistic style.

Keywords: publicistic style, oratory, newspaper, oratory speech, essay, articles, advertising, editorial, announcements, scientific style, style of official documents, cultural context, translation language, original source.

Аннотация: В статье рассматриваются стили речи, их история, особенности публицистического стиля в английском и узбекском языках, выводы ученых по теоретическим вопросам стиля, основные проблемы перевода слов в публицистическом стиле.

Ключевые слова: публицистический стиль, ораторское искусство, газета, ораторская речь, эссе, статьи, реклама, редакционная статья, объявления, научный стиль, стиль официального документа, культурный контекст, язык перевода, первоисточник.

Kirish. Adabiy tilning ma'lum bir ijtimoiy sohalarda qo'llanilishi nutq uslublari deb ataladi. Uslub – bu “ma'lum bir estetik yoki kommunikativ effektga erishish uchun ishlatiladigan lingvistik vositalarning tanlovi va kombinatsiyasi”. Yakobson uslubning funksional jihatiga urg'u berib, ayniqsa

adabiyot va she'riyatda muayyan vazifani bajarish uchun til elementlarini tanlash va birlashtirishga e'tibor qaratgan¹. Insonlar o'zaro munosabat jarayonida tilning fonetik, leksik, frazeologik va grammatik vositalaridan tanlab foydalanadilar.

¹ Jakobson, R. (1960). Closing Statement: Linguistics and Poetics. В книге *Style in Language* (ред. Т.А. Sebeok). MIT Press.

Adabiyotlar tahlili va metodologiyasi. Rus tilshunosi, leksikologiya, stilistika va ritorika mutaxassisi I.V.Arnold uslublarni to'rtta guruhga ajratadi: a) she'riy uslub; b) ilmiy uslub; c) gazeta uslubi; d) so'zlashuv uslubi². Tilshunos, leksikograf, filologiya fanlari doktori, professor I.R.Galperin

uslublarni quyidagi guruhlarga ajratgan: a) rasmiy hujjatlar uslubi; b) ilmiy uslub; d) publitsistik uslub; e) adabiy so'zlashuv uslubi; f) gazeta uslubi³.

Bugungi kunda nutq uslublari, asosan, beshta katta turga bo'lingan holda o'rganiladi:

O'zbek tilshunosligida	I.V.Arnold	I.R.Galperin
So'zlashuv uslubi	Colloquial style	Newspaper style
Publitsistik uslub	Newspaper style	Publicist style
Ilmiy uslub	Scientific style	Scientific prose style
Badiiy uslub	Poetic style	Belles-lettres style
Rasmiy ish uslubi		Official documents style

Publitsistik uslub (lotincha: **publicus** – ijtimoiy) degan ma'noni anglatadi. U ommaviy axborot vositalari uslubi, ya'ni gazeta-jurnal, radio, televideniya uslubi hisoblanadi. Unga davrning ijtimoiy-siyosiy va boshqa dolzarb masalalariga qaratilgan adabiy ijod turi sifatida qaraladi. Tilshunos olimlar ijtimoiy-siyosiy hayot masalalarini yoritgan barcha asarlar **publitsistik asarlar** jumlasiga kirishini ta'kidlashgan. Mazkur uslub XVIII asr o'rtalarida alohida uslub sifatida o'rganila boshlagan. O'rta Osiyo xalqlari tarixida **publitsistika** ancha qadimiy bo'lib, **publitsistika** xususiyatlarini Kaykovusning "Qobusnoma" asarida uchratishimiz mumkin¹. Ma'lumot o'rinda, Navoiyning "Majolis un-nafois", "Munshaot", "Mahbub ul-qulub" asarlarida **publitsistikaning** tugal xususiyatlari ko'zga tashlanishi o'rganilgan. Navoiyning Abdurahmon Jomiy, Pahlavon Muhammad, Sayid Hasan Ardasher haqidagi adabiy portretlari publitsistik ocherklar sirasiga kiritilgan. Navoiy nasriy asarlarini tadqiq etish orqali Navoiyni o'zbek badiiy **publitsistikasining** asoschisi deb atashga zamin yaratadi. Publitsistikaning xususiyatlari o'zbek mumtoz adabiyotlari tarkibiga ham singib ketgan. O'zbek adabiy tili sistemasida bu janr XX asr boshlarida paydo bo'lgan. "O'zbek tili uslubiyati masalalari" asarida "Turkiston viloyatining gazetasi"ning chiqa boshlashi, so'ng matbuot va nashriyot ishlarining

kengayishi, Furqat, Hamza, Ayniy, Sattorxon kabi demokrat shoirlarning ijodida targ'ibotning o'rin olishi publitsistikaning shakllanishiga turtki bo'lgani ta'kidlanadi².

Muhokama va natijalar. Publitsistik uslubning umumiy maqsadi – jamoatchilik fikriga doimiy va chuqur ta'sir ko'rsatish, o'quvchi yoki tinglovchini, yozuvchi yoki so'zlovchi tomonidan berilgan talqin yagona to'g'ri ekanligiga ishonitirish va uning nuqtayi nazarini qabul qilishga majbur qilishdir. Mantiqiy mulohazalar va emotsional jozibadorlikning xarakterli uyg'unligi tufayli publitsistik uslub bir tomondan ilmiy uslub bilan, ikkinchi tomondan, hissiyotli badiiy uslub bilan umumiy xususiyatlarga ega. Publitsistik uslubga doir matnlar leksikasi va frazeologiyasi to'g'risida so'z yuritadigan bo'lsak, unda o'zbek tilining barcha nutq uslubiga xos elementlar, ya'ni kitobiy so'zlar, so'zlashuv elementlari hamda o'z va o'zlashgan qatlam leksikasidan faol qo'llaniladi. Mazkur uslubda faol qo'llaniladigan so'zlarga to'xtaladigan bo'lsak, ijtimoiy hayot voqeliklarini aks ettirishda "aholi farovonligini oshirish", "joriy yil", "avval xabar berganimizdek", "xabar qilinishicha", "munosib hissa qo'shmoq", "umumxalq manfaati", "belgilangan rejaga muvofiq", "sonli xatiga asosan", "ta'kidlanganidek" kabi birikmalar va ifoda qoliplari publitsistik uslubning boshqa uslublardan

² Arnold, I. V. (1981). *The English Word*. Moscow: Vysshaya Shkola.

³ Galperin, I. R. (1977). *Stylistics*. Moscow: Vysshaya Shkola.

¹ Tog'ayev O., Publitsistika janrlari, Toshkent, 1976.

² Iminov M., Nu'monov T., Boboxonova D. O'zbek tili uslubiyati masalari. Namangan nashriyoti, 2007.

farqlash va mavqeini belgilashda muhim o‘rin egallaydi. Huquqiy va tibbiyot yo‘nalishlari nutqiga oid: *“huquqiy savodxonlikni oshirish”*, *“qonun ustuvorligi”*; *“reproduktiv salomatlik”*, *“aholi salomatligini ta‘minlash”*, *“sog‘lom turmush tarzini targ‘ib qilish”* singari birliklarni misol tariqasida keltirish mumkin. Shuningdek, sport sohasiga oid birliklarga yuzlanadigan bo‘lsak, *“yoshlar orasida sportni ommalashtirish”*, *“sport majmuasi”*, *“bolalar sporti”*, *“g‘olib sovrindorlar”*, *“musobaqa natijalariga ko‘ra”* singari birliklar mazkur uslubda juda faol hisoblanadi. Ingliz tilida ham publitsistik uslub o‘ziga xos bo‘lib, til vakillari tomonidan publitsistik uslub izchil va mantiqiy sintaktik tuzilish, kengaytirilgan birikmalar tizimi va to‘g‘ri paragraflar bilan tavsiflanadi. Uning hissiy jozibasi hissiy ma‘noga ega so‘zlardan foydalanish orqali erishiladi va undagi ifodaning qisqaligi ba‘zan yetakchi xususiyatga aylanadi. Notiqlik – publitsistik uslubning og‘zaki bo‘limi hisoblanib, tinglovchilar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot tilning yozma va og‘zaki turlarining sintaktik, leksik va fonetik xususiyatlarini birlashtirishga imkon beradi. Tarjima so‘z yoki matnni bir tildan boshqa tilga tarjima qilish jarayonidir. Tarjima nazariyasining asosiy vazifasi eng keng doiradagi matnlar uchun mos tarjima usullarini aniqlash va tarjima jarayoni, tafakkur va til, madaniyat va nutq munosabatlari haqida tushuncha berish. Tarjima jarayonining 3 ta asosiy bosqichi mavjud. Birinchisi, ma‘lumotni dekodlash va tahlil qilishdir, keyingisi asl mazmun va g‘oyalarni to‘liq tarjima tiliga yetkazish, oxirgi qadam esa ma‘lumotni diqqat bilan ko‘rib chiqish, mosroq bo‘lgan ba‘zi tafsilotlar yoki shartlarni tuzatish va yaxshilash va kontekstga mos ekvivalent keltirish hisoblanadi.

Publitsistik uslubdagi so‘zlarning tarjimasini odatda jurnalistika, ommaviy axborot vositalari va ommaviy nutq bilan bog‘liq bo‘lgan matnlarni talqin qilishni o‘z ichiga oladi. Ushbu so‘zlar va iboralar ko‘pincha o‘ziga xos madaniy, hissiy yoki ritorik vaznga ega bo‘lib, ularning aniq tarjimasini murakkab vazifaga aylantiradi. Publitsistik uslubdagi matnlar, jumladan, maqolalar, insholar, nutqlar va sharhlar auditoriyani xabardor qilish, ishontirish yoki ta‘sir qilish uchun mo‘ljallangan va bu maqsadlarga erishish uchun lug‘at tanlash juda

muhimdir. Publitsistik matnlar odatda ma‘lumot beruvchi, lekin ko‘pincha ijtimoiy, siyosiy yoki madaniy masalalar bo‘yicha pozitsiyani egallaydi. Publitsistik matnlardagi so‘zlar ta‘sir yaratish uchun ehtiyotkorlik bilan tanlanadi, bu ularni boshqa tilga tarjima qilishda o‘ziga xos qiyinchilik tug‘diradi.

Publitsistik uslubdagi so‘zlarni tarjima qilishdagi asosiy muammolar:

1. Madaniy kontekst (Cultural context): Ko‘pgina publitsistik atamalar asl tilning madaniy, siyosiy yoki ijtimoiy kontekstida chuqur ildiz otgan. Masalan, ma‘lum siyosiy yoki ijtimoiy tushunchalar bir mamlakatga xos bo‘lishi mumkin va boshqasida to‘g‘ridan-to‘g‘ri ekvivalenti yo‘q. Tarjimonlar madaniy jihatdan mos ekvivalentni topishlari yoki tarjima auditoriya bilan rezonanslashgan tarzda konseptual ma‘noni qamrab olishi lozim. Misol uchun *“It’s raining cats and dogs”* iborasi so‘zma-so‘z tarjima qilinganda *“Mushuklar va itlar yog‘moqda”* tarzida ifodalanib konseptual ma‘no yiroqlashadi, ammo bu ibora ingliz tiliga grek tilidan o‘zlashgan *“kata doxa”* ya‘ni eski ingliz tilida *“Katadoupoi”* (noodatiy qattiq) tajriba yoki ishonchga qarama-qarshi tarzda kuchli yomg‘ir yog‘ayotganini ifodalaydi³. Bu iboraning tarjimasini, tarjima qilinayotgan til leksikasida mavjud va ushbu holatni to‘laqonli qamrab olishi mumkin bo‘lgan, shuningdek, ushbu holatni deskriptiv tarzda yetkazib berishi mumkin bo‘lgan ekvivalentidan foydalaniladi (sharillab yomg‘ir quyymoqda).

2. Hissiy va ritorik nyuans (Emotional and rhetorical nuance): Publitsistik matnlardagi so‘zlar ko‘pincha hissiy ta‘siri yoki ritorik kuchi uchun tanlanadi. Ushbu so‘zlarni mo‘ljallangan hissiy yoki ishontirish ta‘sirini saqlab qolgan holda tarjima qilish juda nozik vazifadir. Misol uchun, bir tilda shoshilinch yoki g‘azabni bildiruvchi so‘z, agar ehtiyotkorlik bilan energetik o‘lchovlarga moslashtirilmasa, boshqa tilda o‘zining shiddatini yoki ishontirish kuchini yo‘qotishi mumkin. Misol: *“Cows lose their jobs as milk prices drop”* tushunchasining hissiy ta‘sirini saqlab qolish maqsadida *“Sut narxining pasayishi bilan sigirlar ishini yo‘qotadi”* shaklida so‘zma-so‘z tarjima qilish mumkin. O‘zbek tilida *“Keksalarga hurmat – yoshlarga ibrat”* tushunchasini ingliz tiliga *“Respect for the elderly is an example for the youth”* shaklida tarjima qilish mumkin.

³ https://en.wikipedia.org/wiki/Raining_cats_and_dogs

3. Jargon va texnik atamalar (*Jargon and technical terms*): Publitsistik uslubdagi matnlar siyosat, iqtisod, huquq yoki boshqa ixtisoslashgan sohalarga oid jargonlarni o'z ichiga olishi mumkin. Ushbu jargonni tarjima qilish asosiy va tarjima tillarni va ularning tegishli domenlarini chuqur tushunishni talab qiladi. Texnik atamalarni noto'g'ri tarjima qilish asl xabarni chalkashtirishga yoki noto'g'ri talqin qilishga olib kelishi mumkin.

Misol: *The central bank decided to raise the interest rate to curb inflation and stabilize the currency.* O'zbekcha: Markaziy bank inflyatsiyani jilovlash va milliy valyutani barqarorlashtirish uchun foiz stavkasini oshirishga qaror qildi.

Bu o'rinda "interest rate" – texnik iqtisodiy atama, "foiz stavkasi" deb tarjima qilinsa, "curb inflation" – jargon bo'lib, "inflyatsiyani jilovlash" shaklida tarjima qilinadi.

4. Ijtimoiy-siyosiy sezgirlik (*Socio-political sensitivity*): Publitsistik matnlar ko'pincha milliy o'ziga xoslik, siyosiy mafkuralar yoki ijtimoiy muammolar kabi nozik mavzularni muhokama qiladi. So'zma-so'z tarjima manba va tarjima tillar o'rtasidagi ijtimoiy me'yorlar yoki tarixiy kontekstlardagi farqlar tufayli beixtiyor noxolis yoki ko'zda tutilmagan xabarni yetkazishi mumkin. Tarjimon tarjima qilingan matn neytral bo'lib qolishi yoki yangi kontekstga mos ravishda moslashtirilganligiga ishonch hosil qilib, bu murakkabliklarni ehtiyotkorlik bilan boshqarishi kerak. Siyosiy kontekstlarda faol qo'llaniladigan "milliy g'oya", "milliy mafkura", "vatanparvarlik" kabi atamalarni aniqlik, lo'ndalik, eng asosiysi, ma'no ustuvorligi bilan ("national idea", "national ideology", "patriotism") tarjima qilish lozim.

5. So'z o'yini va idiomatik iboralar (*Wordplay and idiomatic expressions*): Publitsistik matnlarda xabarga chuqurlik va ijodkorlik kiritish uchun ko'pincha idiomatik iboralar, metaforalar yoki so'z o'yinlari qo'llaniladi. Ushbu elementlarni tarjima qilish ayniqsa qiyin bo'lishi mumkin, chunki ularning tarjima tilda to'g'ridan-to'g'ri o'xshashlari bo'lmasligi mumkin. Tarjimonlar stilistik ta'sirni yo'qotmasdan asosiy ma'noni yetkazish yo'llarini topishlari kerak, bu maqsad tilda ijodiy yoki ekvivalent iboralardan foydalanishni o'z ichiga olishi mumkin. "Millat kelajagi — bu yoshlar qalbida yongan olovdir" jumlasida keltirilgan "yoshlar qalbida yongan olov" metafora bo'lib, yoshlar ishtiyoqini ifodalaydi. Mazkur jumlan

ingliz tiliga so'zma-so'z tarjima qilish, oddiy va ba'zan sal salbiy ma'no anglatishi mumkin. Shuning uchun "The future of nation lies in the passionate fire within its youth soul" tarzida tarjima qilish tavsiya qilinadi.

Xulosa. Publitsistik uslubdagi so'zlarni tarjima qilish murakkab va nozik jarayon bo'lib, til, madaniyat va kontekstni tushunishning puxta muvozanatini talab qiladi. Tarjimon nafaqat har ikki tilni ham yaxshi bilishi, balki ijtimoiy-siyosiy va madaniy manzaralarni ham chuqur bilishi kerak. Tarjimonlar moslashtirish, tushuntirish va ijodiy tarjima kabi strategiyalarning kombinatsiyasini qo'llash orqali publitsistik matnlarning xabari, ohangi va ta'sirini tarjima qilinayotgan til vakillariga ishonchli tarzda yetkazilishini ta'minlashi mumkin. Oxir oqibat, maqsad matnning asl maqsadi va ishontirish kuchini saqlab qolish va shu bilan birga uni yangi auditoriya uchun ochiq va dolzarb qilishdir.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Arnold, I. V. (1981). *The English Word*. Moscow: Vysshaya Shkola.
2. Arnold N.V. *Stylistics of the contemporary English language*. Leningrad. Prosveshchenie. 1973
3. Jakobson, R. (1960). *Closing Statement: Linguistics and Poetics*. В книге *Style in Language* (ред. Т.А. Sebeok). MIT Press.
4. Galperin, I. R. (1977). *Stylistics*. Moscow: Vysshaya Shkola.
5. Kateřina Bočková, *Translation of selected texts from the field of journalistic style with a commentary and glossary*, Plzeň 2012
6. *Veronica COTOROBAI*, *The study of creativity in translation of publicist texts*.
7. Курбанов Т. *Публицистический стиль современного узбекского литературного языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Ташкент, 1987. - 22 с.*
8. O'riboyev B. *So'zlashuv nutqi*. — Toshkent: Fan, 1979, 9-b.
9. Abdusaidov A. *Gazeta janrining t8 xususiyatlari*. DDA, -Toshkent, 2005, 11-b.
10. Iminov M., Nu'monov T., Boboxonova D. *O'zbek tili uslubiyati masalari*. Namangan nashriyoti, 2007.
11. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Publitsistika>
12. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Uslub>
13. <https://www.theguardian.com/international>
14. <https://www.forbes.com/>
15. https://en.wikipedia.org/wiki/Raining_cats_and_dogs