



UDK:81.22

Zuhra XUSANOVA,
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti tayanch doktoranti
E-mail:zuxra.xusanova94@gmail.com
Shahodat USMONOVA,
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti dotsenti, PhD

BuxDU dotsenti, PhD M.Axmedova taqrizi asosida

EXPRESSIVE MEANS IN ENGLISH AND UZBEK NEWSPAPER TEXTS

Annotation

This article is dedicated to analyzing the use of stylistic devices—zeugma, sarcasm, and oxymoron—in the newspapers “O’zbekiston Ovozi” published in Uzbekistan and “The New York Times” from the United States. The article thoroughly examines the role of these stylistic devices in enhancing the expressiveness of the text, attracting readers, and achieving communicative goals. In “O’zbekiston Ovozi,” oxymorons and zeugmas are used based on traditional cultural practices, while in “The New York Times,” their use is primarily aimed at capturing the reader’s attention and increasing impact. The research results reveal significant differences in stylistic approaches and linguistic strategies between the two newspapers. The article also emphasizes the need for further scholarly research to gain a deeper understanding of the role and functions of these devices within texts. Based on the findings, recommendations for future research are provided, which will facilitate more profound scientific analyses of stylistic devices at the national and international levels.

Key words: USA and Uzbek press, expressive means, imagery, emotionality, intensity, zeugma, sarcasm, oxymoron.

СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В ТЕКСТАХ ГАЗЕТ НА АНГЛИЙСКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация

В данной статье рассматривается использование стилистических приемов — зевгма, сарказм и оксюморон — на примере газет «O’zbekiston Ovozi», издаваемой в Узбекистане, и «The New York Times», издаваемой в США. В статье тщательно изучается роль этих стилистических приемов в повышении экспрессивности текста, привлечении читателей и достижении коммуникативных целей. В газете «O’zbekiston Ovozi» оксюмороны и зевгмы применяются с опорой на национальные культурные традиции, в то время как в газете «The New York Times» их использование направлено главным образом на привлечение внимания читателей и усиление воздействия. Результаты исследования показывают значительные различия в стилистических подходах и лингвистических стратегиях между этими двумя газетами. Также в данной статье подчеркивается необходимость проведения ряда научных исследований для дальнейшего изучения роли и значения выразительных средств. Рекомендации по проведению исследований на основе этих результатов также даны в нашей статье. Это даст возможность проводить глубокий научный анализ выразительных методов и стилистических средств на национальном и международном уровне.

Ключевые слова: Пресса США и Узбекистана, выразительные средства, образность, эмоциональность, зугма, сарказм, оксюморон.

INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDAGI GAZETA MATNLARIDA EKSPRESSIVLIKNI TA'MINLOVCHI VOSITALAR

Annotatsiya

Mazkur maqola O'zbekistonda chop etiladigan “O’zbekiston Ovozi” va AQShning “The New York Times” gazetalari misolida stilistik vositalardan – zugma, sarkazm va oksimaron usullarining qo’llanilishini tahlil qilishga bag’ishlangan. Ushbu usullarning gazeta matnlarida ekspressivlikni va ifoda kuchini oshirish, o’quvchilarni qiziqtirish va kommunikativ maqsadlarga erishishdagi vazifalari keng o’rganiladi. “O’zbekiston Ovozi” gazetasida sarkazm, oksimaron va zugmalar milliy madaniyatga xos an’analarga tayangan holda qo’llanilsa, “The New York Times” gazetasida ularning qo’llanilishi ko’proq o’quvchi e’tiborini tortish va ta’sirchanlikni oshirishga yo’naltirilgan. Ushbu tadqiqot natijalariga ko’ra, ingliz va o’zbek tillardagi gazetar orasidagi lingvistik, stilistik va psixologik yondashuvlar yuzasidan o’xshash va farqli jihatlar aniqlangan. Shuningdek, mazkur maqola, ekspressiv vositalarning o’rni va ahamiyatini yanada chuqurroq o’rganish uchun bir qator ilmiy tadqiqotlar olib borish zarurligini ta’kidlaydi. Maqolamiz mobaynida ushbu natijalarga muvofiq tadqiqotlar uchun tavsiyalar ham berib o’tilgan. Bu esa milliy hamda xalqaro darajadagi ekspressiv usullar va stilistik vositalar yuzasidan chuqur ilmiy tahlillarni amalga oshirishga imkon yaratadi.

Kalit so’zlar: AQSH va O’zbekiston matbuoti, ekspressiv vositalar, tasviriylik, emotsionallik, intensivlik, zugma, sarkazm, oksimaron.

Kirish. Jurnalistika tili har doim axborot yetkazishda asosiy vosita hisoblangan. Gazeta tili esa jurnalistika tili ichida alohida o’rin tutadi, chunki u keng ommaga axborotni tezkor va samarali yetkazish imkoniyatini beradi. Bu imkoniyatlarni amalga oshirishda ekspressiv usullar gazeta matnlarining ta’sirchanligini kuchaytirib, o’quvchi bilan tezkor va samarali

aloqa o’rnatishda muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, ekspressiv usullar sirasiga kiruvchi zugma, sarkazm va oksimaronlardan foydalanish matnlarni ta’sirchanligini yanada oshirib, matnni estetik jihatidan boyitadi. Bu orqali o’quvchi e’tibori jalb qilinadi hamda axborotni samarali yetkazish imkoniyatiga erishiladi[1]. Bugungi globallashuv sharoitida

turli madaniyatlar va tillar o'rtasidagi tafovutlarni inobatga olgan holda, ta'sirchanlikni oshiruvchi omillarning milliy va madaniy xususiyatlari o'quvchining qabul qilish jarayonida katta rol o'ynaydi. Ushbu maqolada O'zbekiston va AQSH gazetalarida zugma, sarkazm va oksimoron kabi stilistik vositalarning o'ziga xos xususiyatlari hamda ularning gazeta matnlarida emotsionallikni oshirishdagi tutgan o'rni tahlil qilinadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Zamonaviy tilshunoslikning hozirgi bosqichida gazeta tili va uslubiga bo'lgan e'tibor kundan-kunga ortib bormoqda, sababi gazeta tilida nutqdagi turli xil o'zgarishlar tezda aks etadi. Gazeta matnlarini ekspressivlashtirish jurnalistlarning o'quvchilar bilan yanada kuchliroq aloqada bo'lish, ularning axborotni qabul qilish qobiliyatiga moslashish va o'quvchi bilan zarur munosabatni shakllantirishga intilishidan kelib chiqadi[2]. Fikrni ifoda etish usullarining erkinligi va kutilmaganligi matn mazmunining ravshanligi va ta'sirchanligini oshiradi. Shu sababli, gazeta tili va uslubining individualligi mazmunni yanada samarali yetkazishga xizmat qiladi.

Ekspressivlikni amalga oshiruvchi komponentlarning tarkibi turlicha bo'lishi mumkin. Bu tarkibga hissiylik, baholanish[3], kuchaytirish[4], tasviriylik, emotsionallik va intensivlik[5] kiradi. Matnda ekspressiv leksik birliklarning ma'nolari turli kombinatsiyalarda ko'zga tashlanishi mumkin, bu esa matnning ekspressivligi va ta'sirchanligini oshiradi. Maqolamizda asosan, ekspressiv vositalardan: zugma, sarkazm hamda oksimoronlarga asosiy e'tiborimizni qaratdik. Xususan, zugma bo'yicha ko'plab tadqiqotlar olib borilgan bo'lib, D.Crystal zugmani quyidagicha tushuntiradi: "Zugma - bu bitta so'zdan foydalanib, ikki xil so'zni ikki xil usulda almashtirish uchun qo'llanadigan adabiy atama"[6].

J.Du-Moganing fikriga ko'ra, bitta so'z ikki fikrni bog'laganda, zugma qo'llaniladi. Zugma syllepsidan ajratilishi kerak. Zugmada faqat ikki fikrdan biri ma'noda yoki grammatik jihatdan to'g'ri bo'lishi kerak[7]. Zugma fe'l yoki sifat ikki yoki undan ortiq otni o'zgartirganda qo'llaniladi. Bunday hollarda, so'z boshqa so'zlar bilan turli usullarda bog'lanadi[8].

Tadqiqotimizda aks ettirayotgan stilistik usullardan: sarkazm va oksimoronlar haqida ham qator tadqiqotlarda so'z yuritilgan. Unga ko'ra, bu vositalar matnning estetik va hissiy ta'sirchanligini oshirishda muhim o'rin tutadi. Stilistika sohasidagi olimlar oksimoron va sarkazm vositalarini tahlil qilar ekan, ularning o'quvchiga yetkazmoqchi bo'lgan fikrini ta'kidlab berish va o'quvchining diqqatini jalb etishdagi rolini alohida qayd etadilar. Masalan, Leech va Levinson kabi olimlar oksimoron va kinoya vositalarining lingvistik jihatdan murakkabligini ta'kidlab, ularning o'quvchi ongida kuchli ta'sir qoldirishini qayd etadilar[9]. Bu stilistik vositalar, ayniqsa, jurnalistik matnlarda qo'llanganda, nafaqat matnning badiiy-estetik qiymatini, balki uning axborot yetkazishdagi samaradorligini ham ta'minlaydi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida O'zbekiston va AQSH gazetalarining stilistik tahlili amalga oshirildi. Maqola tahlili uchun "O'zbekiston Ovozi" va "The New York Times" gazetalarini tanlab olindi, ularning maqolalari o'rganildi va undagi zugma, oksimoron va sarkazm usullari tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida ekspressiv vositalarni tavsiflash, taqqoslash, kontekstual tahlil, hamda kontent tahlili usullaridan foydalanildi. Shuningdek, metodologik yondashuvlardan kelib chiqib, ekspressiv vositalarning matndagi o'rni va ta'siri hamda ularni ifodalash uchun qo'llanilgan konseptual birliklarni aniqlash uchun kognitiv tahlil usuli ham qo'llanildi. Kommunikativ maqsadlarga erishish yo'llari hamda axborotning inson ongida qanday tasvirlar paydo qilishini o'rganuvchi ushbu tahlil usuli gazeta matnlaridagi ekspressiv vositalarning semantik va pragmatik jihatlarini ham aniqlab, ushbu vositalar orqali

yetkazilayotgan ma'noni qanday qabul qilishni aniqlashga imkon beradi.

Natijada, gazeta matnlaridagi o'quvchiga ta'sir ko'rsatish strategiyalari va ularning samaradorligi haqida muhim xulosalar chiqariladi.

Tahlil va natijalar. Tahlil natijalariga ko'ra, AQSH bosma nashri hisoblangan "The New York Times" gazetasida zugma, oksimoron va sarkazm usullari ko'proq badiiylik va emotsionallikni oshirish uchun ishlatiladi. Ayniqsa, yangiliklar sarlavhalarida ushbu vositalardan keng foydalanilgan bo'lib, ular o'quvchining diqqatini o'ziga tortish va uni maqolani o'qishga undash vazifasini bajaradi[10]. Misol sifatida "The New York Times" gazetasining siyosiy yangiliklarida ishlatilgan oksimoron va zugmalarni keltirish mumkin. "He stole my wallet and my peace of mind". (The New York Times, 2020, №20) Bu yerda "stole" (o'g'irladi) fe'li moddiy obyekt "wallet" (hamyon) va nomoddiy obyekt "peace of mind" (xotirjamlik) bilan bog'langan. Bu yerda zugma o'quvchida insonning jismoniy narsasini va hissiy xotirjamligini bir xil darajada yo'qotishini tasvirlaydi. "Ah, the brilliance of this new policy is truly unparalleled. It's almost as if they wanted to create more problems just to keep themselves busy". ("The New York Times", 2018. №5). Bu yerda sarkazm ishlatilgan, chunki yozilgan so'zlarning yuzaki ma'nosi ijobiy bo'lsa-da, aslida salbiy ma'no anglatadi va siyosatning foydasizligini ochib beradi.

"The victory was bittersweet, as it came at the cost of many lives." ("The New York Times", 2023. №18). Bu gapdagi oksimoron voqea yoki hodisaning ijobiy va salbiy tomonlarini bir vaqtda ifodalaydi.

Shuningdek, gazeta matnlarida kesatichni ifodalash uchun turli usullar qo'llaniladi. Bu usullar orqali mualliflar tanqidni yumshoqroq va ta'sirchanroq qilib yetkazishga harakat qiladilar. Quyida "The New York Times" va "O'zbekiston Ovozi" gazetalaridan kesatiq va pichingni ifodalashga misollar keltirilgan: "In a bold move to save money, the city council decided to cut the school budget. Clearly, education isn't as important as those new decorative fountains downtown". ("The New York Times", 2022. №18). Bu yerda maktab byudjetining qisqarishi va favvoralar uchun ko'proq mablag' ajratilishining nohaqligini ta'kidlash uchun kesatiq ishlatilgan.

"Shahar hokimi so'nggi loyahasini nihoyatda muvaffaqiyatli deb atadi. Shunday bo'lsa-da, yo'llarning holati va jamoat transporti haqida gapirilmagani ajablanarli emas". ("O'zbekiston ovozi", 2021. №33) Ushbu misolda ham kesatiq ishlatilgan bo'lib, hokimning loyihani muvaffaqiyatli deb atashi va boshqa muammolarning e'tibordan chetda qolishi tanqid qilinmoqda.

Yuqoridagi misollar va tahlillar gazeta matnlarida kesatiq va pichingni qanday ishlatish mumkinligini ko'rsatadi. Bu usullar orqali mualliflar o'quvchilarga o'z nuqtai nazarlarini ta'sirli tarzda yetkazadilar.

"O'zbekiston Ovozi" gazetasida esa oksimoron va zugma vositalari ko'proq milliy madaniyat va an'analariga mos ravishda, sodda va an'anaviy uslubda qo'llaniladi.

Bu gazeta maqolalarida bunday stilistik vositalar ko'pincha milliy o'ziga xoslikni ta'kidlash, tarixiy yodgorliklar yoki milliy qahramonlar haqida so'z yuritishda ishlatiladi. Misol uchun, "O'zbekiston Ovozi" gazetasi sarlavhalarida va matnlarida oksimoronlar milliy ifodalalar bilan uyg'unlashgan holda qo'llanilib, matnning milliylik ruhini oshirishga xizmat qiladi. "Yangi yil dasturxonida bolalar shodligi va mevalar to'lib toshdi." ("O'zbekiston ovozi", 2016. №28).

Ushbu misolda "to'lib toshdi" fe'li ikki gap bo'lagiga bog'langan: "bolalar shodligi" va "mevalar". Birinchi holda "to'lib toshdi" ma'nosi metaforik bo'lib, bolalar shodligi ko'pligini ifodalaydi, ikkinchi holda esa "mevalar to'lib

toshdi” an’anaviy ma’noda, ya’ni dasturxon mevalarga boy ekanligini bildiradi. Ushbu zugma o’quvchining e’tiborini tortadi va ifodaning ta’sirchanligini oshiradi. Birgina gap orqali ikkita turli ma’noni birlashtirgan holda bayram kayfiyatini yorqin va esda qolarli tarzda yetkazadi.

“Boshqaruvchilarimiz innovatsiyalarni qo’llab-quvvatlashda juda muvaffaqiyatli: ular yangi texnologiyalar o’rniga, eskilarini yangilashni afzal ko’rishmoqda”. (“O’zbekiston ovozi”, 2016, №20) Bu jumla boshqaruvchilarni maqtash kabi ko’rinadi, lekin aslida ularni ortda qolgan va zamon talablariga javob bermaydiganligi bilan tanqid qiladi.

Shirin dard meni ko’p narsalarni qayta ko’rib chiqishga majbur qildi”. (“O’zbekiston ovozi”, 2023, №22) Ushbu gapdagi oksimoron insonga baxt va azobni bir vaqtda his qilishni ifodalaydi.

Xulosa va takliflar. Gazeta tili kommunikativ vazifalarni bajarishda ekspressiv usullardan samarali foydalanadi va shu orqali o’quvchi e’tiborini jalb qiladi. Ushbu maqola tahlili shuni ko’rsatdiki, oksimoron va zugma usullari gazeta matnlarida o’ziga xos stilistik va ekspressiv rol o’ynaydi. “The New York Times” gazetasida bu usullar ko’proq siyosiy va ijtimoiy mavzularni yoritishda, matnga badiiy va emotsional ta’sir berish uchun ishlatilsa, “O’zbekiston Ovozi” gazetasida ular milliy an’analarga mos ravishda qo’llanilib, milliy madaniyatni aks ettirish vazifasini bajaradi.

Xulosa qiladigan bo’lsak, The New York Times va O’zbekiston Ovozi gazetalarida ekspressivlikni oshirish usullari ko’pincha uslub va maqsadga qarab farqlanadi. The New York Times sarkazm va oksimoronlardan faol foydalanib, o’quvchini o’ylashga va munosabat bildirishga majbur qiladi. Zugma bu gazeta uchun keng tarqalgan stilistik usul hisoblanadi, chunki u matnga hazil va kreativlik qo’shadi. O’zbekiston Ovozi esa rasmiy uslubga ega bo’lib, sarkazm va zugmalarni kamroq qo’llaydi, lekin oksimoronlarni ba’zan emotsional ta’sirni kuchaytirish uchun ishlatadi. Shu bilan birga, ikki gazeta o’rtasidagi farqlar asosan uslub va ifoda vositalarining qo’llanishida ko’rinadi.

Ushbu usullarni to’g’ri va mohirona qo’llash gazetalar matnlarining o’qilishi va ta’sirchanligini oshirishga xizmat qiladi.

Kelgusidagi tadqiqotlarda ekspressiv vositalarning milliy va madaniyatga xos xususiyatlarini yanada mukammalroq tadqiq etish va boshqa gzetalarning turlarini ham qo’shish tavsiya etiladi. Bundan tashqari, keyingi ishlarda gazetalarining internet versiyalarida ham aynan ekspressiv vositalarning o’rni va ro’lini o’rganish muhimdir, sababi, elektron matbuotning tili va stilistikasi biz o’rgangan bosma nashrlardan farq qilishi mumkin. Yuqoridagi vazifalarni chuqurroq o’rganish orqali hissiy ta’sir etuvchi stilistik vositalarning zamonaviy matbuotdagi rolini yanada to’liqroq ifoda etish imkoniga ega bo’lamiz.

ADABIYOTLAR

1. Москвин В. П. Выразительные средства современной русской речи, тропы и фигуры. Терминологический словарь. -М.: Феникс, 2007. -С. 867.
2. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования Часть 2. -М.: Из-во Моск. ун-та, 2004. -С. 285.
3. Телия В. Н. Экспрессивность / В. Н. Телия // Русский язык : энциклопедия. М.: 1979. -С. 637-638.
4. Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т.В. Матвеева. - Екатеринбург: Издательство Уральского Университета, 2003.С. 404.
5. Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Проблемы семантики : учеб. пособие. — Новосибирск : Наука, Сиб. отделение, 1986. -С. 43. 230 с.
6. Crystal, D., Davy D. Investigating English Style. Bloomington: Indiana University Press, 1986, 280 p.
7. Du-Mo, J. The Difference between Zeugma and syllepsis. US-China Foreign Language, 2006, pp.28-31
8. Fahnestock, J. Rhetorical Style: The Uses of Language in Persuasion, New York: Oxford University Press, 2011, pp: 174-183.
9. Smith, J. Understanding Sarcasm and Irony: A Comprehensive Study. New York: Academic Press. 2018.
10. Grice, H. P. “Logic and Conversation.” In Syntax and Semantics: Speech Acts. Ed. Peter Cole and Jerry L. Morgan. New York: Academic Press. 1975.