

S. SHOMAKSUDOVA, M. ISRAIL

OAV da yozma matn.

Nutq va munozara



**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI
O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

S.X. SHOMAKSUDOVA,

M.I.ISRAIL

OAV DA YOZMA MATN NUTQ VA MUNOZARA

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi
tomonidan o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan*

**TOSHKENT
«IQTISOD-MOLIYA»
2018**

UO'K 81'42:070(075.8)
KBK 76.01

Mas'ul muharrir

f.f.n., dots. M.S.Mirsoatova

Taqrizchilar:

f.f.d., dots. Ya.M.Mamatova;
f.f.n., dots. Z.T.Tohirov

Sh 77 OAVda yozma matn. Nutq va munozara: O'quv qo'llanma /
S.Shomaksudova, M.Israil; – T.: "Iqtisod-Moliya", 2018. 180 b.

Ushbu o'quv qo'llanma "OAVda yozma matn. Nutq va munozara" fanini egallash, OAV matnini yozish va nutq so'zlash madaniyati va notiqlikda lisoniy, nolisoniy omillardan foydalanish, nutqning ta'sirchanligini ta'minlovchi vositalar va ularning jurnalistika ta'limidagi ahamiyati, OAVda jurnalist nutqining milliy mafkurani shakllantirishdagi ahamiyatini o'rganishga bag'ishlangan.

O'quv qo'llanmada "OAVda yozma matn. Nutq va munozara" fanidan amaliy mashg'ulotlar o'tuvchi professor-o'qituvchilarga dasturil amal sifatida innovatsion pedagogik texnologiyalar yordamida turli mavzularga oid o'tkaziladigan seminar-treninglar materiallari berilgan. Seminar-treninglar bo'lajak jurnalistlarda OAV matnini yozish va nutq so'zlash, nutq madaniyati va notiqlik mahoratini oshirishga qaratilgan. Materiallarni tayyorlashda mualliflar malakasini oshirgan Rossiya, Shveysiya, Daniya trening-maktablarining ilg'or tajribasidan foydalanilgan.

Qo'llanma jurnalistika yo'nalishi bakalavriantlari, ixtisoslik bo'yicha magistrantlar va Oliy jurnalistika kurslari tinglovchilari, "OAVda yozma matn. Nutq va munozara" fanidan ma'ruzalar va amaliy mashg'ulotlar olib boruvchi professor-o'qituvchilar, murabbiylar, rahbarlar uchun mo'ljallangan. Undan filologiya fakulteti bakalavriantlari, magistrantlari, pedagoglari, amaliyotchi jurnalistlar, muloqot bilan bog'liq kasb egalari hamda mazkur sohaga qiziquvchilar ham foydalanishlari mumkin.

UO'K 81'42:070(075.8)
KBK 76.01ya73

ISBN 978-9943-13-747-9

© S.Shomaksudova, M.Israil, 2018

© "IQTISOD-MOLIYA", 2018

13753/1

SO‘ZBOSHI

Mazkur o‘quv qo‘llanma “OAVda yozma matn. Nutq va munozara” fanidan “5220100 - Jurnalistika (OAV faoliyati)” ta‘lim yo‘nalishi uchun mo‘ljallangan. “OAVda yozma matn. Nutq va munozara” fani o‘quv qo‘llanmani majmuasini yaratishda yetakchi xorijiy OTMLari o‘quv dasturlariga asosiy adabiyotlar ro‘yxatiga kiritilgan “D.S. Malik C++ Programming: L. Kessler, D. McDonald. When Words Collide: A Media Writer’s Guide to Grammar and Style. Thomson, USA, 2008.”, “Irving Fang, Writing Style Differences Newspaper, Radio, and Television News. USA, 2012.” adabiyotlardan foydalanildi. Innovatsion pedagogik texnologiyalarni qo‘llagan holda auditoriyada va auditoriyadan tashqari (mustaqil) o‘rganishga mo‘ljallangan materiallar keltirilgan.

“OAVda yozma matn. Nutq va munozara” fani “5220100 - Jurnalistika (OAV faoliyati)” ta‘lim yo‘nalishi o‘quv rejasiga asosan 1-8-semetrlarda o‘qitiladi. 1-semestrda fanning predmeti va vazifalari, ommaviy nutqqa tayyorgarlik, notiq imiji, muloqot: turlari, tavsifi va tasnifi, radio va telemuloqotning o‘ziga xosligi, bahslashish tasavvurini yaratish: munozara va mulohaza usullari, so‘z ustida ishlash, sarlavha: turlari, vazifalari, sarlavha tanlash mahorati haqida umumiy tushunchalar, ma‘lumotlar keltirilgan, namunaviy misollar asosida tushuntirilgan. 2-semestrda OAVda yozma matn, mediamatnlar tuzilmasi, maqola qanday yoziladi, yangilik relizlarni yozish, shov-shuv (sensatsiya)li materialni yozish masalalari ko‘rib chiqiladi.

Ushbu o‘quv qo‘llanmada “OAVda yozma matn. Nutq va munozara” fanining mazmuni, predmeti va metodi, so‘z ustida ishlash, sarlavha: turlari, vazifalari, sarlavha tanlash mahorati, OAVda yozma matn, mediamatnlarning janriy-uslubiy xususiyatlari, mediamatnlar tuzilmasi, grammatika – SVOT tahlil, OAV matnlarining grammatik tuzilishi, mediamatnlarda so‘z turkumlarining ifodalanishi, OAV matnlarining asosiy sintaktik birliklari, sodda gap: OAV

matnida tuzilmaviy jihatlari, mediamatnlarda qo'shma gaplardan foydalanish, ritorik gaplar, funksional uslublar matn ta'sirchanligini ta'minlovchi omil sifatida, OAV materiallarida uslubiy maromlarning buzilishi, leksikaning uslubiy imkoniyatlari, muharrirlik faoliyati, mutaxassis uchun tahrir jarayoni, adabiy asar dizayni, iqtibos, izoh, ilova va boshqalar tahriri, matbuot, radio va telematnlr tuzish texnologiyasi, so'z qo'llash, qisqa va lo'nda ifodalash, notiqlik san'ati va nutq madaniyati maqsadi va vazifalari, notiqlik san'atida mavzu tanlash va maqsadni belgilash, ommaviy nutqqa tayyorgarlik, notiq imiji, muloqot turlari, tavsifi va tasnifi, radio va telemuloqotning o'ziga xosligi, bahslashish tasavvurini yaratish: munozara va mulohaza usullari va shu kabi mavzular uzviylik va uzluksizlik nuqtai nazaridan mantiqiy ketma-ketlikda o'z aksini topgan. "OAVda yozma matn. Nutq va munozara" fanini chuqur o'rganish tegishli sohalar muammolarini hal qilishda muhim rol o'ynaydi.

Ushbu o'quv qo'llanma fanni o'qitishda foydalaniladigan interfaol ta'lim metodlarini inobatga olgan holda ma'ruza materiallari (ma'ruza matni, adabiyotlar ro'yxati, mustaqil ta'lim mavzulari, glossariy, keyslar banki, nazorat savollari va test savollari) va amaliy mashg'ulotlar materiallari (amaliy topshiriqlar, namuna, adabiyotlar ro'yxati, tarqatma materiallar, keyslar banki, test savollari)dan tashkil topgan.

I BOB. MATNIY AXBOROT YARATISH SAN'ATI

KIRISH. YANGI ZAMON MATNI HAQIDA TUSHUNCHA

1. Jurnalistning ijtimoiy maqomi.
2. Til va yozma nutq (matn) munosabati.
3. Matbuot matnlarida ogʻzaki nutq unsuri sifatida tasavvur etiladigan xususiyatlar.
4. Matnga xos xususiyatlar.
5. Uslub va janrlar tizimi.

Tayanch soʻzlar: *lisoniy layoqat, nutq vaziyati, ekstralingvistik omillar, matn bandlari, auditoriya, lisoniy qolip, shablonlar, shtamp, uslub, janr, muloqot, muloqot turlari, ommaviy muloqot, muloqot vaziyati, kompozitsiya, til, nutq, matn.*

Jurnalistning ijtimoiy maqomi, lisoniy layoqati uning kasbiy-axboriy madaniyatini, turli sohaga xos muloqot turlariga muvofiqlasha olish mahoratini ham oʻz ichiga oladi. Jurnalist ijtimoiy maqomi uning butun jamiyat oldidagi ijtimoiy-maʼnaviy masʼuliyati, ommaviy axborotning umuminsoniy talab va tamoyillariga sodiqlik va mavjud huquqiy, axloqiy maromlarga hamda tahririyat ichki tartiblariga rioya qilish majburiyati orqali tavsiflanadi. Ommaviy muloqotning koʻngildagiday boʻlishi jurnalistdan quyidagi bir necha yoʻnalishdagi bilim va malakaga ega boʻlishni talab qiladi.

Birinchidan, jurnalist axborot toʻplashda ham, axborotni uzatishda ham yozma muloqot vaziyatini tez va toʻgʻri belgilay olishi lozim. Bu axborot manbaiga (suhbatdoshlarga) murojaat etish, savol berish, vaziyatga muvofiqlashish amallarida yanglishmaslik uchun yordam beradi.

Ikkinchidan, axborot koʻlamini, umumiy mazmuniy birlikni va uning ichki boʻlaklanishi (kompozitsion qismlari)ni toʻgʻri rejalashtira olishi alohida ahamiyat kasb etadi.

Uchinchidan, rejalashtirilgan mazmuniy-mantiqiy qurilishga mos vositalarini tanlash hamda matnni rejaga muvofiq tarkiblash va tartiblash malakasi, mahorati zarur.

To'rtinchidan, jurnalist axborot matnida o'z «Meni»ni (muallif shaxsi timsolini) namoyon qila olish, axborot mazmuniga o'z talqini va bahosini aniq va tiniq ifodalay olishi lozim.

Beshinchidan, jurnalist o'z muloqotdoshlari (auditoriya) bilan yaqin samimiy munosabat (kontakt) yarata bilishi darkor.

Oltinchidan, ommaviy axborot kanali tavsifi va imkoniyati bilan bog'liq vaziyatini baholay olishi va shu ommaviy axborot vositasiga muvofiq ifoda usulini tanlay olishi lozim.

Yettinchidan, jurnalist ham, tahririyat ham axborot matnida turli xil lisoniy, uslubiy nuqsonlarga yo'l qo'yishning oldini olishi, adabiy tahrir jarayoniga nihoyatda mas'uliyat bilan yondashmog'i talab qilinadi.

Ushbu talablardan birortasi buzilsa yoki amalga oshmasa, yozma muloqot oldiga qo'yilgan vazifa ko'ngildagiday ado etilmasligi mumkin. Bu talablar asosida hosil qilingan muloqot malakasi jurnalist kasbiy-axboriy madaniyati rivojida ham, jamiyatning umumiy nutqiy va matniy muloqot madaniyati rivojida ham muhim ijtimoiy namunaviy vazifa bajarishi shubhasiz.

Matnning uch qoidasi: aniqlik, qisqalik va ravonlikdir. Birinchi navbatda, ijodkor yaratayotgan matnining o'quvchi (auditoriya)ga tushunarli bo'lishini ta'minlashi lozim. Har bir ijodkor o'ziga xos so'z tanlash uslubi orqali matnning aniq, ravon va tushunarli bo'lishiga erishadi. To'g'ri tanlov mana shu uch talabni amalga oshirilishga yordam beradi. Yaxshi yozma nutqda noaniqlik, keraksiz jumlar, gap tarkibining to'g'ri emasligi bo'lishi mumkin emas. Aniq maqsadga erishish uchun ijodkor o'z ustida ishlashi, mashq qilishi, mehnatsevar va grammatikaga oid chuqur bilimga ega bo'lishi kerak.¹

¹Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 151 p.

Til tizimli bo'lganligi sababli yozma nutq muayyan vaziyatda ma'lum vositalarni tanlaydi. Bu tilning aloqa jarayonidagi oddiy qo'llanish emas. Yozma nutq og'zaki nutqdan farqlanuvchi o'ziga xos qurilishga va uslubiy sifatga ega. Uning turli ko'rinishlari ijtimoiy (ekstralingvistik) omillar: nutqning maqsadi, vazifasi, aloqa sohasi sharoiti, ifoda mazmunining hamda fikrlash tarzining o'ziga xosligi kabi omillar bilan belgilanadi. Bu jihatdan u faol tadrijiy jarayon hisoblanadi. Til vositalarning ishlatilishi, jamiyat a'zolarining faoliyati sohalarida tildan foydalanish xususiyatlariga ko'ra bir-biridan farqlanadi. Turli faoliyat sohalari va ularga mos nutqiy aloqa sohalarning mavjudligi ularning har biri uchun xos bo'lgan ichki kommunikativ umumiylik darajasining mavjudligini, ichki aloqaviy umumiylikning turlari (masalan, so'zlashuv, ilmiy, badiiy nutq sohalari uchun xos kommunikativ umumiylik darajasi) o'zaro farqli maromlilik masalalarini ilgari suradi. Umuman olganda esa, kommunikativ umumiylikning tabiiy doirasi bu milliy til tizimi hisoblanadi: bu umumiylikning darajalanishi yozma nutqning xilma-xil ko'rinishi va shakllarda bo'lishini ko'rsatadi.

Til tarixan o'zgaruvchan. Lekin og'zaki nutq va yozma nutq yanada o'zgaruvchandir. Tildagi barcha o'zgarishlar dastlab og'zaki nutqda, so'ngra yozma nutqda yuz beradi. Og'zaki nutqning o'ziga xos xususiyatlari bor. Shunday xususiyatlardan asosiyi ritm va tovushdir.

Ritm va tovush. Talaffuz jarayonida so'zlar ham o'z (ohang) ritmiga ega bo'ladi. Uzun gaplar mayin va yumshoq eshitilsa, qisqa gaplar urg'u bilan talaffuz qilinadi. So'z va frazalarni takrorlash gapga ohang (ritm) va urg'u beradi. Har bir so'zni talaffuz qilish ohangi bo'ladi. Lekin gapning umumiy mazmuni uning tarkibidagi so'z ohangiga ta'sir ko'rsatadi. Gapning ritmik tuzilishida quyidagi komponentlar bo'ladi: takrorlash, parallelizm, davomlilik, fragment va so'z tovushlari.²

Til vositalari ayon bir nutqda til tizimida mavjud bo'lmagan o'zga bir vazifada ishlatilishi, yangi ma'no kashf etishi mumkin. Yozma nutq jarayonida har

²Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 162 p.

doim yangicha qo'llanishlar (bular faqat jamiyatdagi yangiliklar bilangina emas, individual, okkazonal qo'llanishlar bilan ham bog'liq) yuzaga kelib turadi. Bunday hollarda biz nutq hodisasi – nutq (kontekstdan) qo'llanish, nutqiy ma'no kabilar haqida gapiramiz. Mohiyat e'tibori bilan bunday nutqiy qo'llanishlar ham tilning yashirin imkoniyatlari asosida kelib chiqadi. Binobarin, nutqiy barcha o'zgarishlar va yangiliklar til tizimida o'z ifodasini topavermaydi. Ularning ayrimlarigina til tarkibiga kirishi, til tizimining unsuriga aylanishi mumkin. So'z san'atkorlari, jurnalistlar o'z asarlarida juda ko'plab yangi so'zlar, yangi iboralar ijod etishadi.

Tildagi hamma narsa to'g'ri va maromlidir. Tilda mavjud vositalarga nisbatan "yaxshi" va "yomon", "to'g'ri" va "noto'g'ri", "aniq va noaniq", "oson va qiyin" tarzida baholash sifatlarini qo'llab bo'lmaydi. Bunday baholash birikmalari nutq uchun daxldordir. Chunki yozma, ayniqsa, og'zaki nutqda til qoidalari va maromlaridan chekinish holatlarining yuz berishi tabiiy, til xatolari emas, yozma nutq xatolari haqida gapirish lozim. Nutq madaniyati muammosi xuddi mana shu asosida yuzaga keladi. Notiqlik san'ati va muomala madaniyati masalalarini o'rganish har bir jurnalist uchun kerakli bo'lgan holatdir.

Til kognitiv bo'lishi mumkin (Men siz o'zingizni qanday his qilayotganingizni bilaman), antagonistik (Bu yerdan yo'qoling!), til tarbiyalanganlikni (Siz haqingizda qayg'uraman!) yoki do'q-po'pisani (O'ldiraman!) ifodalashi mumkin. Haqorat so'zlar insonga zarar yetkazishi mumkin. Aytilganidek: "Tayoq va toshlar suyaklarimni sindiradi, laqab zarar keltira olmaydi", deb o'ylagan inson so'zning haqiqiy kuchini o'zida his etmagan ko'rinadi. Hayotiy tajribadan kelib chiqib shuni ta'kidlash mumkin-ki, so'z jarohatlaydi, og'riq beradi. Nafaqat gapni to'g'ri tuzishda, balki kishilarga ta'sir ko'rsatishda til, so'z masalalariga katta e'tibor qaratish talab etadi. Har bir ijodkor

tildan nafaqat to'g'ri, ravon va ijodiy foydalanishi kerak, balki ta'sirchanligiga ham ahamiyat berish lozim.³

Til va yozma nutq (matn) munosabati. Til – xazina. Bu xazina ifoda vositalari va ularning qo'llanish qoidalari majmuidan iborat. U hali aytilmagan, gapirilmagan imkoniyat holida mavjud. Til bilim va malaka sifatida ongda, xotirada saqlanadi. Binobarin, u aloqa qilish, fikr ifodalash quroli, vositasidir. Bu vosita ishlatilgandagina, "ishlagan" dagina ayon voqelik hodisasi sifatida yashaydi, moddiylashadi, ya'ni nutq unsuriga aylanadi. Demak, til fikr ifodalash vositasi sifatida nutqdagina (ishlatilganda) yashaydi va muayyan vazifani bajaradi. Shu ma'noda yozma nutqning umri uzoqroq. Oddiy misol: Xalq og'zaki ijodi namunalari og'izdan-og'izga o'tgan bo'lsa-da, yozma matn bo'lmaganda ularning bir qismi XXI asrga yetib kelmasdi. Yozma matnga munosabat, mas'uliyat og'zaki nutqqa nisbatan kuchliroq. Shu ma'noda matbuot nashrlarida bosma axborotga talab va ularning mazmuni, sifati, to'g'riligi, til savodxonligi nuqtai nazaridan bekamu ko'stligiga radio va televideniyeda nisbatan ko'proq e'tibor beriladi.

Har qanday matn kamida quyidagi to'rt umumiy tamoyil asosida yuzaga keladi:

1. Tushunilganlik, fahmlanganlik. Bu tamoyilga ko'ra matndagi so'zlar, so'z birkimlari ham, tugal fikr ifodalovchi ifodalar, tuzilmalar ham muayyan nominativ, kommunikativ mazmuniga ega va izchil tartiblangan bo'lishi lozim. **Gap** nima haqida ketayotganligi jurnalistning o'zi uchun ham, auditoriya uchun ham aniq va ravshan anglashilib turishi kerak.

2. Maqsadga yo'naltirilganlik, asoslanganlik. Tugal ifodalar izchil tuzilmalar tizimi (umuman, matnning tarkiblanishi) muayyan bir maqsadni (umuman, muloqot ehtiyojini) nazarda tutishi zarur.

3. Nutq vaziyati talablariga muvofiqlik. Har qanday matn aloqa vaziyati talablari asosida tarkiblanishi, so'z, ifoda, nutq ifoda etilayotgan yoki matn insho

³Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 173 p.

qilinayotgan sharoitning (aloqa sohasi, o'zni, vaqti, kimga qaratilganligi kabilar) aloqaviy qoidalariga muvofiq bo'lishi kerak.

4. Bog'langanlik, muntazamlilik va izchillik. Nutqning, matnning tarkibiy qismlari (so'zlar, so'z birikmalari, sintaktik tuzilmalar, matn bandlari) o'zaro mazmunan va mantiqan bog'liq bo'lishi, lisoniy va uslubiy tarkiblash qoidalariga muvofiq bo'lishi talab qilinadi.

Nutq (matn) qurilishini tartibga soluvchi boshqa xususiy va uslubiy qonun - qoidalar ham mana shu umumiy tamoyillar bilan uzviy aloqada bo'ladi, ular bilan turlicha nisbatda va munosabatda amal qiladi.

Matbuot matnlarida og'zaki nutq unsuri sifatida tasavvur etiladigan xususiyatlar (so'z va ifodalar, turli xos sintetik tuzilmalar) ko'p uchraydi. Shuningdek, ularning o'zaro almashinuvi, og'zaki nutqning yozma nutqqa yoki aksincha holatlari (sintagmatik bo'linishlar, parsellyatli tuzilmalar, uzuq - yuluq bog'lanishlar) ham mavjud. Bu hol matnni tarkiblash va tartiblashning ikki muhim tamoyilini, og'zaki va yozma turini farqlash uchun asos bo'la oladi.

Matnni tarkiblash (yaratish)ning og'zaki turi ayon bir nutq vaziyati yuqori darajada bog'liq bo'lsa, yozma tarkiblash vaziyat olish bilan bevosita bog'liq bo'lmaydi. Buning sabablari quyidagilar:

1. Matnni og'zaki tarkiblash tamoyilida fikr va ifodaning bir vaqtning o'zida, o'zaro aloqadorlikda yuzaga kelishi hamda nutq vaziyati bilan bog'liqligi aloqaning paralingvistik vositalar orqali ta'minlanishiga asoslaniladi.

2. Matnni yozma tarkiblash tamoyilida fikrning tug'ilishi va uning o'sha ifodaga ko'chirilishi, shuningdek, suhbatdoshlar o'rtasida bevosita aloqaning yo'qligi (zamon va makonida uzilishning mavjudligi) muhim ahamiyat kasb etadi. Yozma matnning vaziyat bilan bog'liqligi leksik vositalar va sintaktik tizimlar orqali aks ettiradi

3. Matnni og'zaki tamoyilida tarkiblashda nutq vaziyati manzarasni tasvirlash talab qilinadi. Bu aralash nutq (matn) shaklini yuzaga keltiradi. Og'zaki nutq xususiyatlariga ega matnlar, odatda, norasmiy muloqotga mansub bo'lib,

o'zining lo'ndaligi, uzuk – yuluqligi, jonliligi his – tuyg'ularga boyligi bilan ajralib turadi. Sodda va ixcham morfosintaktik qurilish, modal munosabatlarning bevosita matning anglashilishi, shaxs va ko'rsatish olmoshlarining, joyga, narsa-hodisaga havola qiluvchi ifodalarining ko'p ishlatilishi ularga xos xususiyatlardan sanaladi. Ularda nisbiy gaplar kam qo'llaniladi, muvoziylik (fonetikada, leksika va sintaksisda) keng foydalaniladi. Bayon, odatda, o'tgan zamonda boshlanib hozirgi zamonga (o'tgan zamondagi bayondan hozirgi zamondagi bayonga) o'tish hollari ko'p uchraydi. Matndagi mazmuniy va grammatik bog'lanishlar har doim shaklan qayd etilavermaydi, balki nazarda tutiladi, tasavvur qilinadi. Binobirin, bunday matndan aytilgan (ifoda qilingan) va aytilmagan (lisoniy ifoda qilinmagan) ma'no va mazmun ham anglanilishi mumkin. Yozma nutq tamoyilligida yaratilgan matnlar esa quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi: murakkab morfosintaktik tuzilmalarning ustunligi, fikri (axborot)ning tugal va oshkora ifodalanishi, gap va so'z birikmalari o'rtasidagi munosabatlarning nomlovchi sintagmalarga aylanishi (nomi - nominalizatsiya), ko'makchilar va bog'lovchilarning serobliligi bilan ajralib turadi. Ularda o'tgan zamon fe'llari ko'p ishlatiladi: mazmuniy va grammatik bog'lanishlar shaklan ifodalangan (tushirib qoldirilgan) bo'ladi.

Sifatdoshli, ravishdoshli o'ramlarning, uyushiq bo'laklar va aniqlovchili birikmalar va gaplarning, qo'shimcha izohlari kiritmalarining qo'llanilishi bu matn turi uchun xos xususiyat sanaladi.

Xabardorlik – matniy axborotni tushunish va talqin etishning muhim omilidir. **Axborot** matnini yaratishda ham, uni qabul qilib fahmlashda ham nutq ifodadir, **qayta** - qayta hosil qilinadi, lisoniy vositalarni tanlashda ham, ularni tartiblashda **ham**, tayyor matni talqin etish asnosida ham xilma – xil ma'nolar silsilasi. Turfa **xil pragmatik munosabatlar** olib kiriladi yoki tasavvur qilinadi.

Auditoriyani tafovutlashda axborotning qiymatlilik, ahamiyatlilik, baholash nuqtai nazari, lug'at boyligi, lisoniy maromlilik nutqiy malaka va salohiyat kabilar muhim mezon hisoblanadi. Shu jihatidan iste'mol ahli guruhi lisoniy ong (matni talqin etuvchilar lisoniy ongi) omili haqida gapirish mumkin. Iste'mol ahli

lisoniy ongini baholashda ular faoliyat doirasi bilan bog'liq bo'lgan muayyan sohaga oid mavzuiy lug'at boyligi muhim o'rin tutadi. Zero, axborot iste'molchi guruhga xos lug'at va nutqiy malaka majmui asosida idrok etiladi, fahmlanadi. Bundan kelib chiqqan xulosa shuki, nutq ahlining voqelik unsurlari, lisoniy vositalar bo'yicha xabardorlik darajasi (bilimi, malakasi) qancha yuqori bo'lsa, ularning fikriy va lisoniy hodisalar bilan ish ko'rishdagi (bir-birini tushunishdagi) farq ham shuncha kam bo'ladi, nutqiy ijodiylik asosi kengayadi. Shaxsning muayyan sematik guruh (auditoriya)ga mansubligi uning nutqiy malakasi tavsiflovchi quyidagi belgilar asosida aniqlanadi:

1. Umumadabiy til vositalarini bilish darajasi.
2. Ma'lum uslubning va janrning qonun-qoidalariga rioya qilish malakasi.
3. Matnni o'qish va uni talqin eta olish malakasi va tajribasi.

Matn mazmunini aynan, muqobil holda talqin etish malakasi o'quvchilarning xabardorlik darajasini belgilaydi. Matniy materiallarni turkumlashda ham ularning axboriyliigi (informativligi), ya'ni ma'lumot miqdori yoki hajmi hisobga olinadi va xabardorlik tushunchasi orqali baholanadi. Boshqacha aytganda, matniy materiallarning axboriyliigi (informativligi) ularni o'quvchilar tomonidan aynan (adekvat) talqin etilish mezoni bilan tavsiflanadi. Matniy talqinning aynanligi, muqobilligi uning asosiy g'oyasini tushunish darajasiga bog'liq. Zero, matn - g'oya (konsepsiya) haqidagi axborotdir. Demak, matn talqini aynanligi undan idrok etilgan g'oyaning aynanligini anglatadi.

Matn g'oyasi oshkora yoki pinhona ifodalangan bo'ladi. Binobarin, matndagi axborot miqdori uni tarkiblash belgisi bo'la olmaydi. Matnning eng yaxshi bayon qurilmasida ham uni fahmlashga holat beradigan, matn mazmuniy-mantiqiy tuzilishini buzadigan hollar bo'lishi mumkin. Bularga quyidagilar kiradi:

1. Matn lug'atining tushunarlilik darajasidagi kamchilik.
2. Lisoniy takroming me'yoridan ortiqliigi.
3. Matniy axboriy maqsadning aniq belgilab olinmaganligi.

4. Matndagi asosiy xabar mantiqiy (faktologik) zanjirini bayon tuzilishini kengaytirish mantiqining asoslanmaganligi va nomuntazamligi.

5. Lisoniy qolip va shablonlar.

6. Mulohazalarning shtamplashganligi.

Uslub o'ziga xos janrlar tizimga ega bo'ladi va o'sha janrlar vositasida ifodalanadi. Janrlar esa, o'z navbatida ayon matnlarda namoyon bo'ladi. Uslub va janr umumlashtirilgan va mavhumlashgan hodisalar. Matn esa lisoniy mavjudlikning ayon ko'rinishi.

Uslub – yozuvchining o'ziga xos yagona original dunyoqarashini ifodalashi bo'lib, u orqali materialga o'quvchining diqqatini tortish mumkin. Bunday ifodalash matn sifatida yuzaga keladi. Bu yozuvchining fikrlashi, tildan foydalanish mahorati va dunyoqarashini aks ettirish yo'lidir. Uslub muallifning yozadigan materialining konsepsiyasini tuzish jarayonida yuzaga keladi. Uslub yozuvchi tadqiqotlarining chuqurligi, kengligi, o'ziga xosligi va ajoyibligi bilan umumiy xususiyatga ega bo'ladi va uslub yozma matnda ham o'z aksini topadi.

Uslub matn yaratish jarayonida yuzaga keladigan mashaqqatli mehnat jarayonida paydo bo'ladi. Uslub yozma shaklda asosiy o'ringa ega⁴.

Amalda matn uslubi tushunchasi ham ko'p ishlatiladi. Bu, odatda, ikki xil ma'noda taqdim etiladi. Matn uslubi deganda muayyan bir uslub va janrga mansublik sifati nazarda tutiladi. Ammo aksariyat hollarda tahlil etilayotgan matnning boshqa matnlardan farq qiluvchi o'ziga xos tomonlari, xususan, uning muallif tomonidan tarkiblanishdagi o'ziga xoslik (shaxsiy uslub hodisasi) tushuniladi.

Matn uslubi, birinchidan, tilning usluban betaraf va umumslubiy vositalaridan, ikkinchidan, muayyan uslubga xoslangan uslubiy maqom (belgi)li so'zli iboratlardan, hamda shu uslubga xos tarkiblash, tartiblash usullaridan, uchinchidan, o'zga uslubiga xos vosita va priyomlarni uslubiy qo'llashdan (matniy yoki kontekstual qo'llashlar) tashkil topadi. Demak, matn uslubi u mansub bo'lgan

⁴ Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 153 p

nutq uslubiga xos tarkibiy unsurlar asosida belgilanadi va baholanadi. Matn uslubi uning qurilishdan, qismlarning “manbaiy qilishi”dan nutqiy-janriy andozalarga muvofiqligi xususiyatlaridan kelib chiqib tahlil etiladi. Til vositalarining uslubi ixtisoslashuvi nutq usullari uchun xos xususiyat. Janrlarda ishlatilgan, xoslangan til vositalari bor, deb bo‘lmaydi. Ma’lum janrga xos matn tarkibida o‘sha janr mansub bo‘lgan uslubga xoslangan vositalar ishlatiladi va matn uslubi asosini tashkil etadi. Shu bilan birga matnni tarkiblash va tartiblashda ma’lum bir nutq uslubi, ifoda yo‘sinida taqlid qilish nusxa olish (stilizatsiya) vositalari ham, iqtibosu ko‘chirmalar qilishga xos usullardan keng foydalaniladi. Bular metofoalar, o‘xshatishlar, majoziy tasviriy ifodalar, takrorlardan iborat bo‘lishi, axborot mazmuni, muloqot vaziyati bilan bog‘liq sharhu talqinlar tarzida bo‘lishi ham mumkin.

Matn uslubi lisoniy va nolisoniy vositalar uyg‘unligidan, ma’lum a’moliy uslub qonuniyatlariga muvofiqlik va undan ijodiy matniy yoki vaziyatli chekinishlarning aloqaviy qiymati nuqtai nazaridan kelib chiqib tahlil etiladi. Demak, matn uslubi tushunchasi mohiyat e’tibori bilan muallifni shaxsiy uslubining, nutqiy mahoratining tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu ma’noda matn uslubi ifodasi muallif uslubi ifodasiga ma’nodoshdir.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. *When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style.* Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 151-162 b.
2. Tohirov Z.T. *Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo‘stoni, Cho‘lpon NNMIU, 2012. 12-16 b.*
3. Shoabdurahmonov SH., Asqarova M., Hojiev A. va boshqalar. *Hozirgi o‘zbek adabiy tili. T.: O‘qituvchi, 1990. 7-22 b.*
4. Toshaliyev I. *Hozirgi o‘zbek tili uslubiyati. T.: Universitet, 2001. 40 b.*

5. Toshaliyev I. E., Abdusattorov R., Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 14-16 b.

6. G'ulomov A., Asqarova M. Hozirgi o'zbek adabiy tili. Sintaksis. T.: O'qituvchi, 1978. 6, 12, 33, 37-bb.

Mavzu yuzasidan savollar

1. Jurnalistning ijtimoiy maqomi nimalarda ko'rinadi?
2. Ommaviy muloqotning ko'ngildagiday bo'lishi jurnalistdan qanday bilim va malakaga ega bo'lishni talab qiladi?
3. Til tizimning amal qilish natijasida yozma nutqqa qanday talablar qo'yiladi?
4. Har qanday matn kamida nechta umumiy tamoyil asosida yuzaga keladi?
5. Matn deganda nimani tushunasiz?
6. Og'zaki nutq va yozma nutqning o'zaro farqlari nimalarda ko'rinadi?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. Axborotning ifodalanish vositalariga ko'ra qaysi turlari farqlanadi?
 - a) Og'zaki va yozma muloqot
 - b) Bevosita va bivosita muloqot
 - d) *Lisoniy va nolisoniy muloqot*
 - e) Lisoniy muloqot
2. Matbuotda yozma nutqqa xos noverbal belgilarga quyidagilarning qaysi biri kirmaydi?
 - a) Tinish belgilari
 - b) Shrifllar va kursivlar
 - d) *So'zlar*
 - e) Shrifllar.
3. Matnning qanday ko'rinishlari mavjud?
 - a) *Mikromatn va makromatn*
 - b) Kengaytirilgan matn va qisqartirilgan matn

d) Bayon etuvchi matn va insho matn

e) Yozma matn

4. Matnga berilgan to'g'ri ta'rifni aniqlang

a) Adabiy jihatdan qayta ishlangan yozma shakldagi tugal asar

b) So'z va gaplardan tashkil topgan ma'lum ma'no ifodalovchi bo'lak

d) *Nutq faoliyatining yozma shaklda qayd etilgan o'zaro tugal gaplar o'rtasidagi uzviy bog'lanishlar izchilligi sifatida ifodalangan bog'li nutq*

e) Gaplar tarkibi.

5. Axborotni barchaga birday tushunarli shaklda yetkazib berish usuli qanday nomlanadi?

a) Nutqiy uslubiy san'at.

b) Nutqiy shaxsiy uslub.

d) *Nutqiy qolip.*

e) Uslubiy san'at

6. Adabiy til me'yorlarning asosiy belgilari nimalardan iborat?

a) Yozma nutqda ayrim dialektal so'zlar, jargonlar, so'zlashuv tilida ayrim so'z va iboralarni ishlatmaslikdan

b) *Barqarorlik, stabillik va dinamiklik (o'sish va rivojda bo'lish)dan*

d) Yozma nutqda tipik, ko'pchilikka ma'qul bo'lgan qat'iy harfiga tushga til vositalarini ishlatishdan.

e) Omma gaplashadigan til

7. Til uslubiga to'g'ri ta'rif berilgan bandni aniqlang

a) *Muayyan ijtimoiy vaziyatda-turmushda, rasmiy-ish sohasida va hokazoda foydalaniladigan til ko'rinishlari*

b) Jamiyatdagi ayrim guruhlarga mansub so'zlar yig'indisi

d) Muayyan tilning ayrim turlarining bir-biridan grammatik farqlanishi

e) Shaxsiy uslub

8. Matn ta'rifi qaysi bandeda to'g'ri berilgan?

a) Adabiy tahrir obyekti, nisbatan tugal fikr ifodalangan yozma nutq.

b) *Muayyan asardan ajratib olingan parcha.*

d) Tartiblangan va tarkiblangan fikr ifodasi.

e) Gaplar yig'indisi.

9. Kommunikator nima?

a) *So'zlovchi, xabar qiluvchi*

b) Xabarni qabul qiluvchi

d) Tinglovchi.

e) Xabar yig'uvchi.

10. Nutq so'zining ta'rifi qaysi bandda to'g'ri keltirilgan.

a) *Fikr ifodalashning shakli va usuli*

b) Ikki kishining bir-biriga so'zlashi

d) *Voizning so'zlashi*

e) Gap tuzish

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. OAVlari va ularda tildan foydalanish masalalari.

2. Til, matn, uslub tushunchalari.

3. Yozma matnga qo'yiladigan talablar.

4. Og'zaki nutqning o'ziga xos tomonlari.

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Matn	текст	text	(mazmun, ar - mundarija). 1) mullifning o'z so'zi; 2) yozilgan yoki bosilgan maqola, undagi chizmalar, tasvirlar, ilovalar va boshqalar bundan mustasno; 3) musiqa asari (opera, romans va hokazolar)ga tegishli so'z.
Matn bandlari	части текста	parts of the text	matnning tarkibiy qismlari, abzaslar
Nutq	речь	speech	shaxs tomonidan til vositalaridan foydalangan holda fikr ifodalashi.
Informatsiya	информация	information	(lot. Information – tushuntirish, bayon), avvalo, insonlar og'zaki, yozma va boshqa usulda beradigan ma'lumot (sharti ishoralar, texnik vositalar va hokazolar yordamida beriladi).

Fakt	факт	fact	(lot. faktum – ishlangan, yuz bergan), 1) odatiy ma'noda – haqiqat, hodisa, natija tushunchalarining sinonimi; 2) ishonchligini isbotlangan bilim; 3) mantiq va fan metodologiyasida – tajriba natijasida hosil bo'lgan bilim qayd etilgan jumla; 4) tahrirda – matndagi asos materiallar; 5) jurnalistikada – tadqiqot obyekti, narsa, voqea va hodisaning chin yoki yolg'onligini tasdiqlash uchun xizmat qiladi.
Auditoriya	аудитория	audience	axborot qabul qiluvchi
Verbal aloqa	вербальная связь	verbal communication	(lot. verbum - so'z) – til, ya'ni nutq yordamida muloqot jaroyoni. Nutq deyilganda tabiiy til tovushlari nazarda tutiladi, u aloqaning universal vositasi hisoblanadi, chunki uning yordamida axborot uzatishda muloqot mazmuniga juda kam darajada putur etadi.
Jumla	фраза	fraze	nutqning ikki pauza (to'xtam) orasidagi intonatsion butunligidir
Termin	термин	term	lot. – had, chegara). 1) fan, texnika va san'atda – muayyan tushunchani aniq ifodalovchi so'z; 2) mantiqda – mulohazaning tarkib topdiruvchi unsur

1. So‘z haqida tushuncha.
2. So‘z va leksema munosabati.
3. Leksik birliklar. Ma‘no ko‘chishi, ma‘no kengayishi, ma‘no torayishi.
4. Leksemalarning shakl va ma‘no munosabatiga ko‘ra turlari.
5. So‘zlarning uslubiy ma‘no qirralari.

Tayanch so‘zlar: *So‘z, leksema, nominativ birlik, leksik mazmunli so‘zlar, grammatik mazmunli so‘zlar, ko‘p ma‘noli so‘zlar, so‘z ma‘nosi, metafora, metonimiya, sinekdoxa, kinoya, vazifadoshlik asosida ma‘no ko‘chishi, so‘zlarning shakl va ma‘no munosabatiga ko‘ra turlari, atash semalari, ifoda semalari, noaniq so‘zlar.*

So‘z tilning eng muhim nominativ birligidir, chunki u borliqdagi narsa-buyumlarni, predmet sifatida tasavvur qilinadigan mavhum tushunchalarni, harakat-holatni, rang-tus, maza-ta‘m, hajm-miqdor, xislat kabi belgi-xususiyatlarni nomlaydi: daraxt (predmet nomi), ong (mavhum tushuncha nomi), ishlamoq (harakat nomi), besh (miqdor nomi), kabi. Tilning lug‘at boyligidagi bunday so‘zlar leksik birliklar sanaladi.

Fikrlarni jamlash va ifodalash jarayonida biz duch keladigan birinchi muammo bu so‘z tanlashdir. So‘zlar shunday tanlanishi kerakki, bizning fikrlarimizni aniq va lo‘nda ifodalay oladigan bo‘lishi kerak. Bu asosan gapning muhim ifodalovchisi fe‘llarni to‘g‘ri qo‘llanilishi bilan bog‘liq. Fe‘llarni to‘g‘ri tanlash grammatikaga oid masala bo‘lib, gapning aniq va ravon bo‘lishini ta‘minlashga xizmat qiladi.⁵

Tilda nomlash xususiyatiga ega bo‘lmagan, binobarin, leksik birlik sanalmaydigan so‘zlar ham bor, ular faqat grammatik so‘zlar yoki modal ma‘nolarni ifodalaydi, shunga ko‘ra grammatik so‘zlar yoki morfema-so‘zlar

⁵Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style Thomson Higher Education Boston, MA, 02210-1202, USA. 2008. 137 p

hisoblanadi: yordamchi soʻzlar, modal soʻzlar, taqlidiy soʻzlar, undovlar, olmoshlar shular jumlasidandir.

Leksik mazmunli soʻzlar leksikologiyada, grammatik mazmunli soʻzlar grammatikada (soʻz turkumlari bilan bogʻlab) oʻrganiladi.

Tilshunoslikda leksik mazmunli soʻzlarning strukturasi har xil taʼriflanmoqda: ayrim manbalarda leksik mazmunli soʻzlarning ifoda plani (tovushlar tarkib topgan moddiy tomoni) **leksema** deb, mazmun plani (ifodalanuvchisi) esa **semema** deb taʼriflanadi. Demak, leksema va semema leksik birlikning (soʻzning) oʻzaro aloqada boʻlgan ikki tomoni ekanligi aytiladi. Boshqa manbalarda esa leksema soʻzning ifoda planigina emas, balki uning ifoda va mazmun planlari birligidan iborat yaxlit butunlik ekanligi taʼkidlanadi. Bu butunlik nominativ funksiyadagi soʻz va soʻz birikmasi shaklida boʻladi.

Oʻzbek tilshunosligida leksemaning ifoda va mazmun planlari birligidan iborat bir butun leksik birlik sifatida qaralishi keng tarqalgan, bunda uning ifoda plani **nomema** termini bilan, mazmun plani esa **semema** termini bilan nomlanmoqda.

Soʻz til birligi sifatida maʼno ifodalash xususiyatiga ega. Soʻzning maʼnosi narsa-hodisalar bilan bogʻlanishidan kelib chiqadi, bu bevosita bogʻlanish boʻlmay, borliqning inson ongida aks etishi orqali yuzaga keladi. Insonning borliqni anglashi, ongida aks ettirishi soʻz maʼnosida oʻz aksini topadi. Borliqni bilish narsa-hodisa haqida tushunchaga ega boʻlishdir. Tushunchada soʻzning umumiy va muhim belgilari mujassamlashadi. Bu belgilar uni boshqa predmetlardan ajratib turadi.

Inson maʼlum bir predmet, belgi, harakat, holat kabilarning umumiy va oʻziga xos muhim xususiyati asosida ularni boshqa shu kabi predmet, belgi, harakatlardan ajratadi. Demak, soʻz tushunchaning nomi, tushunchaga ega soʻz maʼnosining asosini tashkil etadi. Soʻz asosida yotgan tushuncha soʻzning leksik maʼnosi sanaladi. Demak, soʻzning leksik maʼnosi uning material maʼnosi boʻlib, soʻz ifoda etgan aniq bir predmet belgi, harakat, miqdor kabilardan iborat boʻladi:

anor, daraxt – predmet tushunchasini, ekdi - harakat, qizil – belgi, o'nta, ko'p - miqdorga ko'ra belgi, men, sen – shaxs tushunchasini ifodalaydi.

Demak, ot, sifat, son, olmosh, fe'l, ravish so'z turkumlari lug'aviy ma'no bildiradi. So'zlar lug'aviy ma'nodan tashqari, grammatik ma'nolarga ham ega bo'ladi. So'zning lug'aviy ma'nosi leksikologiyada o'rganiladi. Grammatik ma'no grammatikada o'rganiladi. Yordamchi so'z turkumlari lug'aviy ma'no ifodalamaydi, ular grammatik ma'no ifodalashga xizmat qiladi.

So'z lug'aviy ma'no-tushunchadan tashqari, insonning narsa va hodisaga bo'lgan ijobiy yoki salbiy munosabatini ham bildiradi. Insonning ijobiy va salbiy munosabati so'z hissiy-ta'siriy bo'yog'i deb yuritiladi. Masalan, yuz, aft, bashara, turq, chehra, oraz, chiroy kabi sinonimlar qatorida yuz so'zi odam a'zosining biri haqidagi tushunchani anglatadi, bu ijobiy yoki salbiy ma'no ottenkasiga ega bo'lmagan betaraf so'z. Aft, bashara, turq so'zlarida so'zlovchining asosiy-bosh tushunchaga qo'shimcha salbiy munosabatini ifoda etuvchi ma'no ham mavjud. Chiroy, chehra, oraz, ruxsor so'zlariga so'zlovchining ijobiy (xayrixohligi, yoqimli, go'zal kabi ma'no) munosabati ham yuklatilgan. Bunday qo'shimcha ma'noli ottenkalar kishilarning hissiyotiga o'z ta'sirini o'tkazadi. So'zdagi salbiy hissiy-ta'siriy bo'yoq muayyan matn tarkibida oydinlashadi. Bet so'zi «Beti qursin» gapida salbiy ma'no, «Beti-betiga tushsa nima deydi» gapida bu salbiy ma'no kuchsizlanadi. Kitobning beti birikmasidagi beti so'zida salbiy ma'no umuman yo'q.

Hissiy-ta'siriy bo'yoq tildagi hamma so'zlarda bo'lavermaydi. Masalan, ilm-fan, texnikaga oid atamalarda hissiy-ta'siriy bo'yoq bo'lmaydi.

So'zlar og'zaki va yozma nutqda qo'llanishiga ko'ra ham farq qiladi. Aft, bashara, turq so'zlari ko'proq og'zaki nutqda, chiroy, oraz, ruxsor ko'proq yozma nutqda, yuz so'zi har ikkala nutqda qo'llaniladi. Ko'rinib turibdiki, so'zlar biror nutq uslubida qo'llanishga moslashgan bo'ladi, bu ulardagi uslubiy belgi deb yuritiladi. Uslubiy belgi-so'zning ma'lum uslubga mansubligini ko'rsatuvchi

belgi. Masalan, metro – soʻzlashuv uslubida metropoliten kitobiy uslubda qoʻllaniladi.

Leksik maʼno deganda soʻz ifoda etadigan tushuncha, hissiy-taʼsiriy boʻyoq va uslubiy belgilar yigʻindisi tushuniladi. Demak, tushuncha, hissiy-taʼsiriy boʻyoq, uslubiy belgi leksik maʼno komponentlari deyiladi.

Tildagi soʻzlar bir maʼnoli va koʻp maʼnoli boʻladi. Gap ichida ham, gapdan tashqarida ham aynan bir maʼnoni ifoda etuvchi soʻzlar bir maʼnoli soʻzlar deyiladi. Masalan, kompas, marmar, morfologiya, taassurot, xulosa, gigiena, gʻoya, mimika, qobiliyat, fonema va b.

Soʻzlar baʼzan alohida holatda, nutqdan tashqarida bir xil maʼnoni, gap tarkibida boshqa soʻzlar bilan bogʻliq holda boshqa bir maʼno anglatishi mumkin. Masalan, pasaymoq soʻzi gapdan tashqarida olinganda yerga tomon yaqinlashmoq maʼnosini bildiradi. Gap tarkibida esa bilimi pasaydi, koʻrish sezgisi pasaydi kabi boshqa maʼnolarni bildiradi. Bu soʻzlar birdan ortiq leksik maʼno ifodalayotgani uchun koʻp maʼnoli soʻz sanaladi. Demak, nutqdan tashqarida bir maʼno, nutq tarkibida boshqa soʻzlar bilan bogʻliq holda yana boshqa maʼno ifodalovchi soʻzlar koʻp maʼnoli soʻzlar deyiladi.

Koʻp maʼnolilik til taraqqiyoti davomida kelib chiqadi. Tildagi har qanday soʻz, avvalo biror narsa yoki hodisani atash tufayli paydo boʻladi, yaʼni bir maʼnonigina ifodalaydi. Keyinchalik esa shu soʻz taraqqiyoti maʼno tufayli koʻp maʼnoli soʻzga aylanishi mumkin. Koʻp maʼnoli soʻzlarda 2 xil maʼno farqlanadi: 1) bosh (asl, oʻz) maʼno; 2) yasama (koʻchma) maʼno. Bosh maʼno soʻzning nutqdan tashqarida ifodalangan maʼnosi boʻlib, u boshqa maʼnolarning kelib chiqishiga asos boʻladi. Yasama maʼno bosh maʼnoning taraqqiyoti bilan yuzaga keladi. Masalan, ogʻiz soʻzining bosh maʼnosi insonning tana aʼzosi, gʻorning ogʻzi, qopning ogʻzi yasama maʼno. Soʻzning yasama maʼnosi gapdagi boshqa soʻzlar bilan bogʻliq holda anglashiladi.

Maʼno taraqqiyoti qonunlariga maʼno koʻchishi, maʼno kengayishi, maʼno torayishi hodisalari kiradi.

Soʻz maʼnosining koʻchishi besh xil boʻlib, ular quyidagilar: 1) metafora; 2) metonimiya; 3) sinekdoxa; 4) kinoya; 5) vazifadoshlik yoʻli bilan koʻchish.

Metafora (grekcha metafora – «koʻchirma») narsa va hodisalar orasidagi oʻxshashlik asosida ulardan birining ifodasi boʻlgan soʻzni ikkinchisini ifodalash uchun qoʻllashdir, metaforada shakliy oʻxshashlik: belgi-xususiyat, harakat-holat nazarda tutiladi. Shu tufayli ot, sifat va feʼl turkumlarida metafora yoʻli bilan koʻchish hodisasi mavjud. Masalan, tish, yengil, pasaydi soʻzlarining maʼnosini kuzating: Tish: 1) odamning tishi (bosh maʼno);

2) arraning tishi (yasama maʼno). Yengil: 1) yengil eshik (bosh maʼno); 2) yengil taʼzim (yasama maʼno). Pasaydi: 1) samolyot pasaydi (bosh maʼno); 2) bilimi pasaydi (yasama maʼno).

Metaforaga quyidagilar asos boʻladi:

1) odamning tana aʼzolari nomlari: bet, yuz, burun, quloq, koʻz, lab, tish, yelka, oyoq, ogʻiz kabi;

2) kiyimlar va ularning biror qismini nomlari: etak, yoqa kabi;

3) hayvon, parranda va hasharotlarning biror aʼzosining nomi: qanot, dum, tumshuq;

4) oʻsimlik va uning bir qismi nomi: tomir, ildiz;

5) qurol nomi: nayza, pichoq;

6) turli belgi, harakat nomlari boʻlgan soʻzlar: baland, past, olmoq, chaqmoq kabi.

Metonimiya – narsa, belgi va harakatlar oʻrtasidagi aloqadorlik asosida maʼno koʻchish hodisasi. Bu aloqadorlik oʻrin va vaqt jihatdan boʻladi. Metonimiyada bir predmet bilan ikkinchi predmet orasida doimiy real aloqa mavjud boʻladi. Masalan, “Yangi yilni kutish bahonasida tunni bedor oʻtkazgan shahar tongni koʻzda uyqu bilan kutib oldi”, “Navoiyni oʻqidim”.

Sinekdoxa. Narsa yoki shaxs qismati nomini aytish bilan oʻzini (butunni) yoki narsaning nomini aytish bilan uning qismini tushunishga asoslangan maʼno

ko'chish hodisasidir. Masalan: Besh qo'l barobar emas (butun nomi bilan qismni anglash). Dunyoda o'zimizdan qoladigan tuyog'imiz... (A.Qodiriy)

Sinekdoxa qism nomini butunni ifodalash uchun (oqsoqol, oqsoch, jigar, timoq, tomir) kiyim nomini odam yoki boshqa biror tirik mavjudotni ifodalash uchun (qizilishton), qurol nomini shu qurolni ishlatadigan kishini ifodalash uchun (nayza, qilich, tig', ketmon – "jangchi" ma'nosida), hayvonlarning biror a'zosi nomini o'sha hayvonni ifodalash uchun (bosh, tuyoq), meva nomini shu mevani beradigan daraxtni anglatish uchun (yong'oq, olma, nok, uzum) qo'llash yoki, aksincha, butun nomini qismni anglatish uchun (qo'l so'zini "barmoq" ma'nosida) qo'llash kabi miqdor munosabatlariga asoslanadi.

Kinoya – so'zlarning aks ma'noda qo'llash hodisasi. Bunday ko'chishlar yozuvda qo'shirmoqqa olinadi. Masalan: Shunaqa "do'stlar"ning kamroq bo'lgani ma'qul.

Vazifadoshlik asosida ma'no ko'chishi – narsalarning bajaradigan vazifasining o'xshashligi asosida ma'no ko'chish hodisasidir. Ma'noning bunday ko'chishi metaforadagi kabi o'xshashlikka asoslanadi. Leksik metaforada predmetning sezgi organlariga ta'sir qiladigan material tomoniga – rangi, shakli, harakati kabi belgilariga asoslaniladi. Vazifadoshlik asosida ma'no ko'chishida predmetning hayotda bajaradigan vazifasi nazarda tutiladi. Masalan, o'q, siyoh, qalam kabi so'zlarning ma'nolaridagi ko'chish ularni dastlab ifodalagan tushunchalari bilan hozirgilari orasida bajaradigan vazifa jihatdan o'xshashlikka asoslangan.

Ilgari parranda patidan yoki qamishdan yasalgan yozuv qurolini qalam deb ataganlar. Grafitti yozuv quroli paydo bo'lgandan so'ng, uni karandash qalam deb, keyin esa to'g'ridan to'g'ri qalam deb atay berganlar.

O'q - yoy o'qi; **o'q** - miltiq o'qi (bular shakl jihatdan emas, balki vazifasi jihatdan o'xshashdir).

Siyoh so'zi tojik tilida «qora» degan ma'noni bildiradi. Yozuv quroli sifatida ishlatilgan suyuqlik qora rangda bo'lgani uchun siyoh deb nomlangan.

Hozirgi kunda yozuv uchun qo'llanadigan turli rangdagi suyuqliklar (qizil, ko'k, yashil) ham vazifasining o'xshashligi asosida siyoh deb atalmoqda: qizil siyoh (asl ma'nosi qizil qora), ko'k siyoh (asl ma'nosi ko'k qora).

Metafora va metonimiya mahsuldor ko'chish yo'li, sinekdoxa, kinoya, vazifadosh asosida ma'no ko'chishi kam mahsul hodisalardir.

Ma'noning kengayishi – leksemalarning ma'no hajmida tor ma'nodan keng ma'noga qarab siljishining yuz berishi. Masalan, *yaylov* so'zi dastlab "tog'ning tepasidagi o'tloq"ni bildirgan. Hozirgi paytda "mol boqiladigan maydonni" anglatadi. *Qishloq* so'zi ham bunga misol bo'la oladi.

Ma'noning torayishi – leksemalarning keng ma'nodan tor ma'noga o'tishi. Masalan, *vatan* (keng ma'noda: "kishi tug'ilib o'sgan mamlakat, ona yurt") – *vatan* (tor ma'noda: "kishi tug'ilib o'sgan shahar, qishloq"). Turdosh otdan atoqli otga o'tish ham ma'noni torayishiga misol bo'ladi. Masalan, *lola* (o'simlik) – *Lola* (ism).

So'zlarning shakl va ma'no munosabatiga ko'ra turlariga leksik sinonimiya, leksik antonimiya, leksik omonimiya, leksik paronimiya hodisalari kiradi. Leksik sinonimiya leksemalarning bir xil ma'no anglatishiga ko'ra guruhlanishidir: *yelka, kift, o'miz; in, uya, oshyon; nur shu'la, yog'du, ziyo* va boshqalar.

Sinonimlar nutqda muhim uslubiy vosita sanaladi: ular nutqning ravon va ta'sirli bo'lishini, fikrning aniq va obrazli chiqishini ta'minlaydi.

Leksik antonimiya leksemalarning bir-biriga zid ma'no anglatishi asosida guruhlanishidir: *katta* va *kichik, qalin* va *yupqa* kabi. Antonimiya hodisasi, asosan, bir so'z turkumi leksemalari doirasida yuz beradi. Leksik antonimlar muhim uslubiy vositalardir. Ular matnda qarshilantirish (antiteza) vositasi rolini bajaradi, shu orqali hodisa va holatlardagi qarama-qarshiliklarni, ayrim obraz va personajlarning ichki dunyosidagi ziddiyatlarning badiiy talqinini ta'minlaydi.

Tinglar edim betinim

Uzun tunlar yotib jim.

Seza olardim kuchin,

Ko'pi *yolg'on*, ko'pi *chin*. (H.O.)

Antonimlar maqol va matal janrlarida ham muhim uslubiy vosita sanaladi – hayotiy tajriba umumlashmalarini maqol va matallar tiliga xos uslubda ta'sirchan ifodalash imkonini yaratadi:

Yozgi mehnat – *qishki* rohat.

Mehnatdan *do'st* ortar, g'iybatdan – *dushman*.

Do'st achitib gapirar, *dushman* – kuldirib.

Leksik omonimiya leksemalarning ifoda planidagi (talaffuzi va yozilishidagi) tenglik hodisasi. Masalan, *o't* (“olov”) – *o't* (“maysa”), *kamar* (“qayish, ko'ndan ishlangan belbog'”) – *kamar* (“daryo, tog'larda suv o'yib ketgan chuqur joy”) kabi. Omonimlar til va nutqda o'ziga xos uslubiy vosita rolini bajaradi: misralarning qofiyalanishini, tuyuq va askiya janrlariga xos so'z o'yinini (tajnisi) ta'minlaydi, shu asosda badiiy asarga husn bag'ishlaydi. Masalan:

Bir parcha o't bo'lib bunda *kun*

Paxtasini ishlaydi har *kun*. (H.O.)

Paronomiya – ikki yoki undan ortiq leksemalarning talaffuzda o'zaro o'xshash, ohangdosh bo'lishi hisoblanadi. Bunday o'xshashlik, odatda, har ikki (yoki uch) leksema tarkibidagi tovushlarning fizik-akustik yaqinligidan kelib chiqadi. Masalan, *arqon* va *arkon*.

Paronimiyada ba'zan leksemalar tarkibidagi fonemalar miqdori teng bo'lmasligi ham mumkin, ammo ularning talaffuzida bir-biriga yaqinlik, ohangdoshlik bo'lishi shart: bo'sa (4 ta fonema), bo'lsa (5ta fonema); asr (3 ta fonema,) asir (4 ta fonema) kabi.

Paronimlarning nutqda, ayniqsa, badiiy nutqda o'ziga xos uslubiy ahamiyati bor: Paronimlarning tovush tarkibidagi o'xshashlik, bir-biriga yaqinlik ba'zan, qisman bo'lsa-da, shakl netralizatsiyasiga olib keladi, oqibatda ayrim kishilar nutqida ularni farqlay olmaslik holatlari yuz beradi, Bunday holatni

payqagan ijodkorlar paronimlardan obraz yoki personajlarning ma'naviy dunyosini, nutqiy saviyasini obrazli qilib ifodalash maqsadida foydalanadilar.

Leksik ma'no semalari. Leksik ma'no leksemaning mazmun planidagi yaxlit bir semantik butunlik bo'lsa-da, keyingi vaqtlarda bu butunlik tarkibida ma'lum ma'no qismlarida – semalar borligi aniqlanmoqda. Semalar ma'no xususiyatiga ko'ra quyidagi turlarga bo'linadi:

1. Atash semalari;
2. Ifoda, tasvir, qo'shimcha ma'no semalari,
3. Vazifa semalari.

Atash semalari ot, sifat, son, fe'l turkumidagi barcha leksemalarning ma'nolarida bor. Shuning uchun ular *ideografik semalar* deb ham ataladi.

Ifoda semalari semema tarkibidagi uslubiy ma'no qirralaridir. Ular leksemalarning atashdan, nomlashdan tashqari, shaxsiy munosabatlarni ifodalashiga yoki shu leksemalarning qo'llanilishi doirasini belgilashga xizmat qiladi. Masalan, buyum va matoh leksemalari "tirikchilik-ro'zg'orda qo'llaniladigan mol" ma'nosiga ega, ammo matoh so'zida bu leksik ma'no salbiy bo'yoq bilan qoplangan: "Jon ota, matohlarini olib borib bering, agar meni qizim desangiz, olib borib bering..." (X.Seitov)

Ba'zan semantik tarkibida qo'shimcha ma'no qirradi bo'lmagan leksemalar o'zi qo'llangan kontekst yoki nutqiy muhit talabi bilan uslubiy semali leksemaga aylanadi. Bu hodisa leksemaning o'ziga xos bo'lmagan kontekstda qo'llanilishi tufayli sodir bo'ladi. Masalan, *burun* va *tumshuq* so'zlaridan har birining o'z konteksti bor: *burun* leksemasi asosan odamga nisbatan qo'llaniladi. Qiyos qiling: 1) Sharofatning yubqa lablari ko'karib pirpiradi, *burni* oqarib, kataklari kerildi. (A.Qahhor); 2) Laylakning bo'yi novcha, *tumshug'i* bor tarnovcha. Lapanglaydi uchganda, Uyasidan ko'chganda. (Uyg'un.) Keltirilgan misollarning ikkalasida *burun* va *tumshuq* so'zlari o'z kontekstida qo'llangan, shu bois ularda qo'shimcha ma'no qirralari, uslubiy baho ottenkalari ifodalanmagan. Yana misol: U bir ko'ngli borib muttahaq qozining *tumshug'iga* tushirgisi yo iflos basharasiga

tupurgisi keldi. (M.Ismoiliy) Bu gapda tumshuq soʻzi oʻziga xos boʻlmagan kontestda – odamga nisbatan hurmatsizlik, nafrat munosabatlari ifodalangan.

Oʻzbek tilida uslubiy bahoning morfemalar yordamida ifodalanishi keng tarqalgan: *Oyi – oyjon, tili – tillari, uka – ukaginam.*

Vazifa semalari ham semema tarkibiga kiradi, ammo ular atash, ifodalash bilan birga leksemalarning nutqda oʻzaro olishini, shu orqali gapda maʼlum vazifa bajarishini belgilaydi. Masalan, *choy* leksemasining leksik maʼnosi tarkibida *“qayta ishlangan”, “suyuqlik”, “ichimlik”, “quruq”, “Quritilgan”, “choy oʻsimligi”* semalari bor. Bu semalar *choy* leksemasining *oʻstirmoq, ichmoq, qaynatmoq, va damlamoq* feʼllari bilan birika olishini taʼminlaydi. Biroq *choy* leksemasi nutqda *yemoq* feʼli bilan birika olmaydi, bunga *choy* va *yemoq* soʻzlarining leksik maʼnolaridagi semalar tarkibi yoʻl qoʻymaydi.

Noaniq soʻzlar. Biz qanday soʻzlayotganimiz haqida gapirayotganimizda, baʼzida fikrlarni jamlash va soʻz tanlashda qolip (shablon) soʻzlardan nooʻrin foydalanamiz. Baʼzida bu jarayon natijasi bizni qoniqtirgandek boʻladi, lekin aslida bunday hol nutqning noaniq boʻlishiga sabab boʻladi. Bunday holat, ayniqsa, yozma nutqda yaqqol koʻzga tashlanadi. Nutqning bir qolipga tushib qolishidan qanday qilib qutilish mumkin? Birinchi navbatda, yozishdan yoki tahrir qilishdan oldin yaxshilab fikrlab oling. Yillar davomida turli hujjatlar ustida ish olib borish tilni byurakratik soʻzlar yigʻindisiga yaʼni qolip soʻzlarni yuzaga kelishiga olib keladi. Bunday holat jurnalistlar, yozuvchilarning matnlarida ham kuzatiladi.⁶

Soʻzlarni birga qoʻllash. Gapning aniq va ravon boʻlishi asosan soʻzni toʻgʻri tanlash bilan bogʻliqdir. Bunda soʻzlarni toʻgʻri joylashtirish muhim ahamiyatga ega. Soʻz tartibini oʻzgartirish oʻquvchini diqqatini jalb etish uchun ham ishlatilishi mumkin. Bitta gapni turli xil tartibda ifodalash mumkin. Bu esa uning mazmuniga ham taʼsir etadi.⁷

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008.

⁶Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 142 p

⁷Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 144 p.

2. Shoabdurahmonov SH., Asqarova M., Hojiev A. va boshqalar. Hozirgi o'zbek adabiy tili. T.: O'qituvchi, 1990. 280 b.

3. Toshaliyev I. Hozirgi o'zbek tili uslubi. T.: Universitet, 2001. 40 b.

Mavzu yuzasidan savollar

1. So'zning lug'aviy ma'nosi nima?
2. So'zning bir ma'noli yoki ko'p ma'noli ekanligi qanday aniqlanadi?
3. So'zning omonimlik, sinonimlik, antonimlik, paronimlik xususiyati qanda aniqlanadi?
4. So'zning lug'aviy ma'nosi deganda nimani tushunasiz?
5. Ko'p ma'noli so'zlar haqida gapiring va misollar keltiring.
6. Ko'p ma'noli so'z va omonimlarning farqi nimada?
Qanday ma'no ko'chishlarini bilasiz?
7. So'zlar shakl va ma'no munosabatlariga ko'ra qanday turlarga bo'linadi?
8. Omonimlar va omoformalarning farqlari qanday?

Mavzu yuzasidan test savollari:

1. Qaysi so'zlar leksik (lug'aviy) ma'noga ega?

- a) mustaqil so'zlar
- b) yordamchi so'zlar
- d) undov va taqlid so'zlar
- e) mustaqil, undov va taqlid so'zlar

2. Qanday so'zlar bosh ma'no va ko'chma ma'nolarga ega?

- a) bir ma'noli so'zlar
- b) ko'p ma'noli so'zlar
- d) atamalar
- e) barcha mustaqil so'zlar

3. *Ish ishtaha ochar, dangasa ishdan qochar. 2. Meni boshqa tashkilotga ishga chaqirishyapti. 3. Ming qo'ylining ishi bir qo'yliga tushadi.* Ushbu gaplarda qo'llangan ish so'zi o'zaro ma'no munosabatiga ko'ra qanday so'z hisoblanadi?

- a) sinonim so'zlar
- b) omonim so'zlar

- d) antonim soʻzlar
- e) koʻp maʼnoli soʻzlar

4. Bir maʼnoli soʻzlar qaysi qatorda?

- a) koʻz, qosh
- b) ogʻiz, bosh
- d) etak, oyoq
- e) chumchuq, ravish

5. Koʻp maʼnoli soʻzlarni toping.

- e) men, sen
- b) besh, oʻn
- d) ota, ona
- e) tomir, yoqa

6. Quyida berilgan soʻz qoʻshilmalaridagi suzmoq soʻzi qanday soʻz?

Oshni suzdi, suvda suzdi, sigir suzdi.

- a) omonim
- b) paronim
- d) sinonim
- e) koʻp maʼnoli soʻz

7. Omonimiya quyida berilgan qaysi birliklar orasida voqe boʻlmaydi?

- a) ikki soʻz orasida
- b) ikki ibora va ikki tasviriy ifoda orasida
- d) ikki qoʻshimcha orasida
- e) sanalgan barcha birliklar orasida omonimiya vujudga kelishi mumkin

8. Qaysi qatordagi juftliklar oʻzaro sinonim boʻla olmaydi?

- a) adil-odil
- b) adolatli-odil
- d) adil-tik
- e) odil-adl

9. Quyidagi hodisalarning qaysi biri uchun shakliy bir xillik xos?

- a) koʻp maʼnoli soʻzlar uchun xos
- b) omonimlarga xos
- d) paronimlarga xos
- e) A va B

10. Qaysi soʻzlar oʻzaro paronim emas?

- a) yuvindi – yuvundi
- b) yoriq – yorugʻ
- d) charlamoq – chorlamoq
- e) archish – artish

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. So'z va uning ma'nolari.
2. Leksik birliklarning ifoda va shakl munosabati.
3. So'zlarning ma'no ko'chishi.

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Lug'aviy birliklar	лексические единицы	Lexical units	so'z va iboralar (leksema va frazemalar).
Leksik so'z	лексема	lexeme	leksik mazmunli so'z (leksema).
Grammatik so'z	грамматическое выражение	The grammatical word	leksik ma'nosi bo'lmagan, grammatik mazmunli so'z.
Monosemiya	монопсемия	Monosemy	bir ma'nolilik hodisasi
Metafora	метафора	Metaphor	predmetlar, hodisalar o'rtasidagi nisbiy o'xshashlik asosida ma'noning ko'chirilishi
Sinonimik qator	синонимический ряд	Synonymy	bir ma'no anglatishiga ko'ra guruhlangan sinonim so'zlar yig'indisi
Sinekdoxa	синеκδοxa	Synecdoche	butunning nomi bilan qismning yoki aksincha, qismning nomi bilan butunning atalishi orqali yuz beradigan ma'noning ko'chirilishi.
Dominanta	доминанта	Dominant	sinonimik qatordagi betaraf ma'noli so'z
Omonomiya	омонимия	Homonymy	til birliklarining ifoda planidagi tenglik hodisasi

Tarqatma material:

"3x4" usulida ishlash

Tushunchalar:

Leksema.

So'z ma'nosi.

Ma'no ko'chishi.

Leksemalarning shakl va ma'no munosabatiga ko'ra turlari.

So'zlarning uslubiy ma'nolari.

So'z qo'llash.

SARLAVHA: TURLARI, VAZIFALARI

1. Mavzu va sarlavha. Matn mazmuni va sarlavha munosabatining ifodalanish usullari.
2. Sarlavha va matn kompozitsiyasi. Sarlavha va matn boshlamasi (yoki tugallanmasi).
3. Sarlavha turlari.
4. Sarlavhalarning vazifalari.

Tayanch soʻzlar: *Sarlavha, sarlavha tanlash, sarlavha va matn, tag sarlavhalar, matn kompozitsiyasi, atash (nominativ), xabar berish (informativ), ma'lum qilish (reklama), sarlavha turlari.*

Sarlavha. Sarlavha bilan ishlash. Sarlavha nima? Sarlavha o'quvchiga ma'lum soʻzlar orqali aniq ma'lumot beradi. Ya'na shuni aytish mumkinki, sarlavhalarning boshqa vazifalari ham bor: u o'quvchini jahlini chiqarishi yoki uyg'otishi (qiziqish uyg'otishi), yo turli xil hazillar bilan ularni ko'nglini ochishi mumkin.⁸

“Bugungi kun matbuotida sarlavhalar majmuining har bir unsuri (sarlavha, rukn, sarlavha sharhi)ni joylashtirish tartibi, tasvirlash usullari turli xil bo'lib, tahririyatdan ijodiylikni, topqirlikni talab qiladi”. Gazetxon diqqatini berilgan materialga tortadigan unsur albatta sarlavhadir.

Sarlavha asarning, asar qismlarining, boblarining nomi hisoblanadi. Shunday ekan, sarlavha va matn ham bir-biriga mos, ixcham, tushunarli bo'lishi kerak.

Sarlavhalar o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan hodisa sifatida yozma nutq taraqqiyoti jarayonini kuzatish uchun ham qimmatli manba bo'lib xizmat qilib kelganligi ayon. U yoki bu davrda keng tarqalgan sarlavhalar o'z tarkibi, tuzilishi bilan o'sha davr tili maromlarini aniq aks ettiradi va til tadrijida muhim o'rin tutadi. Darhaqiqat, sarlavha tanlash va uni qo'llash san'ati tilimiz, adabiyotimiz tarixi davomida turlicha qo'llanilib kelgan. Misol uchun, XI asrda

⁸⁸ Colin Macfarlane. Hit the HeadlinesExciting journalismactivities forumproving writing and thinking skills. © 2012.P. 145.

g'arbiy Eron podshohining nabirasi Kaykovus ibn Iskandar o'z o'g'li Gilonshohga bag'ishlab yozgan "Qobusnoma" asarida sarlavha tanlash, ya'ni boblarni belgilashda qo'llanilgan nomlar quyidagicha ishlatilgan:

Birinchi bob "Parvardigori olamni tanimoq zikrida;

Ikkinchi bob "Payg'ambarlarning hilqati zikrida".

O'ttiz to'qqizinchi bob "Dabirlik va kotiblik zikrida" kabi. Bu kabi sarlavhalar o'quvchi xohlagan va qiziqqan mavzuni hech qiyinchiliksiz topib o'qishga katta imkon yaratadi.

Sarlavha va matn boshlamasi (yoki tugallanmasi). Har bir ijod mahsuli borki, u hech qachon nomsiz, ya'ni sarlavhasiz bo'lmaydi. Shunday ekan, asar va maqolaning mazmuni hamda mohiyati sarlavha bilan chambarchas bog'liqdir. **Sarlavha tanlash muallifdan so'z tanlash san'atini egallashni talab etadi.** So'z mulkining sulтони hazrat Alisher Navoiy mana shu so'z tanlash borasida quyidagilarni aytib o'tganlar:

So'zni ko'ngilda pishirmaguncha tilga keltirma.

Va har nekim, ko'ngilda bor tilga surma...

Shuning uchun ham sarlavha tanlashda har qanday so'zni qo'llash nojoiz. Chunki, birinchi jumla hamisha o'quvchi diqqat markazida turadi. U muhim ahamiyatga ega.

Sarlavha o'quvchi uchun axborot matnlarini tanlashga, ularni bir-biridan farqlashga imkon beradi. Bu hol jurnalistlar zimmasiga alohida mas'uliyat yuklaydi. Shu bois bo'lajak qalam ahli uchun gazeta sarlavhalari uslubiyati bilan yaqindan tanishish hamda muayyan malakaga ega bo'lish muhim ahamiyatga ega. **Sarlavha doimo biror bir hodisa yoki g'oyaning mohiyatini ochib berish vositasi hisoblanadi, demak, bu vosita ustida ishlash jurnalist, yozuvchi, muharrirdan alohida mas'uliyat talab qiladi.** Gazetaning nomi aniq, ommabop, sodda, ravon hamda ko'p sonli auditoriyaga tushunarli bo'lishida ixcham, e'tiborni torta olishidagi sarlavhalarning alohida o'rni bor. Sarlavha qisqa, ko'pincha atigi bir necha so'zdan iborat bo'lib, matnning nomini aks ettiradi. Mana shu matn nomi

aks etgan soʻz yoki ifodadan biz matn mohiyatini ham anglab olamiz. Chunki, sarlavha - yarim maqola. Gazeta sarlavhalarini, oʻz navbatida, bir necha turlarga boʻlish mumkin: ruknli, izohli, maqol va iborali kabi. Bular xususida gapirishdan oldin sarlavha vazifalari haqida soʻz yuritmoqchimiz. Sarlavhalar asosan uch vazifani bajaradi. Bular: maqolani nomlash, maqolaning mazmunini bildirish hamda reklama qilish vazifalaridir. Ayrim ishlarda sarlavha tashviq qilish, ishonitirish, izohlash, bayon qilish vazifalarini bajarishi ham aytilgan.

Gazeta sarlavhalari sodda va ravon boʻlishi bilan birga axborotning mazmuni haqida ham tushuncha berishi lozim. Bu talab gazeta sarlavhalarining xilma-xil tuzilishdagi turlarini, toʻliqsiz va atov gap koʻrinishlarini yuzaga keltirib chiqargan ayrim tuzilmalarning ishlatilishini faollashtirgan. Misol uchun: Oʻzbekiston-Yaponiya”, “Biz va jahon” kabi sarlavhalar matndan yozib olingan uyushiq boʻlaklarini eslatadi va ulardan mazmunning munosabatdor, muqoyasa qilinadigan maʼlumotlarini oʻz ichiga olishi anglashiladi.

Gazeta materiallariga qoʻyilgan sarlavhalar manbachalik nuqtai-nazardan ham muhim rol oʻynaydi. Har bir sarlavha uchun tegishli shriftlar tanlay bilish va uni joylashtirish, bezak berish yaʼni dizayn qilish, mavzuga mos tushuvchi suratlar qoʻyish gazetxonni jalb qilishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Bularning barchasi reklamalik vazifani mustahkamlashga xizmat qiladi.

Bu vazifa koʻpincha oʻzining tasodifiyligi, xabardagi asosiy fikr yoki hodisaning aniq koʻrsatmasligi, lekin shunga ishora qilish bilan bir qatorda koʻpchilikka notanish soʻzlar, neologizmlar va okkazonal yasalmalarning, qisqartma soʻzlarning va tasviriy taʼsirchan vositalarning sarlavhaga chiqarilishi bilan ham bogʻliq. “Olovkorlar”, “Spirstmenlar” kabi.

Tag sarlavhalar shriftlari bosh sarlavha shriftiga qaraganda kichikroq harflar bilan yoziladi va tartib bilan ketma-ket qoʻyiladi. “Qizilqum manzaralari” maqolasi ham matnning oʻrta qismida alohida koʻzga tashlanadigan harflar bilan terilib, maxsus toʻrtburchak ichiga olingan. Izoh beruvchi tag sarlavhalar esa uning atrofida, voqea rifojiga qarab qoʻllanilgan.

Sarlavhalarning turli xil vazifalarni bajarishi, tuzilishi, tarkibi jihatdan xilma-xil ko‘rinishlarda kela olishi mumkinligi bilan ham izohlanadi.

Gazeta sarlavhalari ifodasini ikki xil tushunish mumkin:

- 1) Gazetaning umumiy sarlavhasi (ya‘ni nomi);
- 2) Undagi maqola va materiallarga qo‘yiladigan sarlavhalar.

Gazetadagi material va maqolalarga qo‘yiladigan sarlavhalar to‘g‘risida gapirishdan oldin umumiy sarlavhalar xususida qisqacha to‘xtalib o‘tmoqchimiz.

Har bir matbuot nashrining birinchi sahifasida, odatda, boshqa sahifalardagiga nisbatan kamroq material ketadi. Chunki ushbu sahifada o‘sha nashrning nomi, ya‘ni umumiy nomi bilan birgalikda uning nashr ko‘rsatkichi, sanasi, nechanchi yildan boshlab chiqayotgani hamda nashr muassisi bo‘lgan tashkilot nomi singari ma‘lumotlar joy oladi. Shu bilan birgalikda, ma‘rifatga, adolatga chaqiruvchi turli chaqiriqlar ham shu sahifa tepasidan joy oladi.

Sarlavha va matn kompozitsiyasi. Biz yuqoridagi fikrlarimizda sarlavha ma‘lum doiradagi mavzuni yorituvchi va shu haqida gazetxonga axborot berishi haqida to‘xtalib o‘tdik. Endigi ko‘radigan masalamiz sarlavha va matn mosligi hamda sarlavhaning mavzuda takrorlanishi borasidadir. Demak, sarlavhaning material matni bilan bevosita bog‘liqligi uning kontekstida, ma‘lum gap yoki murakkab sintaktik butunlik ichida takrorlanib kelishida yoxud matnning biror yerida sarlavha tuzilishining bir oz o‘zgartirib, ba‘zan mazmunan unga yaqin bo‘lgan tarzda ishlatilishida aniq ko‘rinadi.

Ayrim hollarda sarlavha matnda aniq ochib berilmasdan, yashirin tarzda matn tagida, uning ma‘nosida berilishi mumkin.

Sarlavhalarning vazifalari. Badiiy, publitsistik, ilmiy matnlar va gazeta sarlavhalarining sintaktik tuzilishi, bajargan vazifalarini ko‘rsatishga bag‘ishlangan bir necha maxsus ishlar mavjud. Lekin ularda sarlavhalar vazifasini belgilash masalasida ma‘lum farqli nuqtalar, qarama-qarshiliklar uchraydi.

Aksariyat olimlar har qanday sarlavha uchun asosan uchta: atash (nominativ), xabar berish (informativ), ma'lum qilish (reklama) vazifasi xos bo'lib, ular o'rtasida raqobat va o'zaro bog'liqlik bor, deb hisoblashadi.

Sarlavhalarining tashviq qilish, ishontirish va bayon qilish vazifalarini ham bajarish lozim. Ishontirish va mazmuni ixcham bayon qilish vazifasi gazeta sarlavhalari uchun ham xos bo'lib, ular yana boshqa vazifalarni ham bajaradi. Gazeta sahifalarini kuzatish sarlavhalar quyidagi vazifalarni bajarishi mumkinligini ko'rsatadi:

1) atash; 2) farqlash; 3) xabar berish; 4) reklama qilish; 5) ishontirish; 6) ko'rsatma berish; 7) tashviq qilish; 8) murojaat qilish; 9) ixcham izoh va boshqalar.

Atash vazifasi: Har qanday sarlavha, u qanday uslubga xos bo'lmasin, eng avvalo, atash vazifasini bajaradi. Chunki u o'zi belgilab, ko'rsatib kelayotgan ashyo maqola yoki asarning atamasi, nomi hisoblanadi. Gazeta axborotlari, umuman yozma matnlar dastlab sarlavhasi orqali ma'lum bo'ladi.

Har bir asar, maqola va boshqa ijod turlari nom bilan ataladi. Bu nom, ya'ni atash vazifasi uni boshqa materiallardan ajratib turadi.

Bosma matnlar, avvalo, sarlavhasi orqali ajralib turadi: "Allomaning qabri qayerda?", "Shijoat", "Buyuk jasorat" kabi.

Gazetadagi materiallarning nomi turli xil tuzilishdagi sarlavhalardan iborat bo'lsada, ular doimo atash vazifasida keladi. Bu nom o'sha matn mazmunidan kelib chiqib qo'yiladi. Bu jihatdan A.M. Peshkovskiyning quyidagi fikri e'tiborga loyiq: "O'quvchi kitobni o'qishga kirishar ekan, uning mazmuni bilan qiziqadi va sarlavhada ana shu mazmunga qilingan ishorani yoki uning qisqa ifodasini ko'radi... Demak, kitobning nomi, ham doim odatdagi nomlardan kengroqdir". Bu fikr gazeta sarlavhalariga ham tegishlidir.

Farqlash vazifasi: Har qanday nom nimanidir belgilash, atash va shu orqali uni boshqa narsalardan farqlash, ajratish zaruratidan kelib chiqadi. Xuddi shunday

gazeta sarlavhalari ham matnlarni nomlash orqali bir-biridan farqlashga xizmat qiladi.

Sarlavha matndan oldin o'qiladi. O'quvchiga zarur axborotni topishga, eng muhim va qiziqarlisini tanlab olishga yordam beradi. Gazetaning biror sonini qo'lga olgan o'quvchi dastlab undagi sarlavhalarni nazardan o'tkazadi. Gazetxon sarlavhalar bilan tanishish natijasida olgan taassuroti bo'yicha o'zining qiziqishidan kelib chiqib biror axborotni o'qishga kirishadi.

Farqlash vazifasi ma'lum bir matnning sarlavhasi bilan bevosita bog'liq bo'lmay, bu, odatda, gazetaning ma'lum sonida berilgan barcha sarlavhalar asosida, ularni o'zaro qiyoslaganda aniq bilinadi. Shu jihatdan gazeta ruknlarini kitobchilikda qism yoki boblarga qo'yiladigan sarlavhalarga qiyoslash mumkin. Ruknlarning asosiy vazifalaridan biri ham ma'lum soha yoki mavzuga oid axborotlarni guruhlash, boshqalardan farqlash sanaladi. Sarlavhalarning farqlash, chegaralash vazifasi o'quvchini jalb etish vazifasi bilan chambarchas bog'liq bo'ladi va bu ularning axborot berish xususiyatidan kelib chiqadi.

Xabar berish vazifasi: Sarlavha maqola yoki xabarning mazmuni bilan bog'liq bo'lganligi sababli unda axboriylik (informativlik), ya'ni xabar berish vazifasi ham namoyon bo'ladi. Bu vazifa atab qolmasdan matn haqida ozgina bo'lsa-da, xabar beradi. Bu ma'lumot esa turli shakl va ko'rinishlarda bo'ladi: "Sud jarayoni boshlandi", "Sholi ekish boshlandi", "Prezident elchilarni qabul qildi", "Tashriflar yakuniga bag'ishlandi" kabi sarlavhalardan ayon bir xabar anglashiladi.

Reklama qilish vazifasi: Gazeta sarlavhalariga xos bo'lgan yana bir xususiyat reklama vazifasini o'tash hisoblanadi. Bunda sarlavha alohida vositalar yordamida o'quvchini qiziqtiradi, uning e'tiborini tortadi. Har qanday maqolaning sarlavhasi matn mazmunini ifodalash bilan birgalikda, o'sha maqolani o'qishga gazetxonni chaqirishi ham kerak. Reklama qilish vazifasi oshkora yoki pinhona ifodalanishi mumkin. Ba'zi sarlavhalarda bu vazifa asosiy sanaladi, boshqasida yordamchi vazifani o'taydi. Ular ko'pincha g'ayrioddiylik, tasodifiylik,

xabardagi asosiy fikr va voqea-hodisani aniq ko'rsatmasligi, lekin shunga ishora qilish bilan ajralib turadi. Misol uchun: "Ko'ngil ko'chalari" gazetasida "SPIDning narxi qancha?" nomli maqola chiqqan. Ushbu maqolaning sarlavhasi gazetxonida g'ayritabiiy qiziqish uyg'otadi va uni o'qishga undaydi. Demak, bu maqola sarlavhasi o'z o'rnida reklamalik vazifasini bajargan desak bo'ladi. Shu o'rinda "Nega?" degan savol tug'iladi. Chunki sarlavha SPIDning ta'rifini, xunuk, bedavo dard ekanligini tasvirlab reklama qilish vazifasida kelgan. Sarlavhani ko'zdan kechirgan o'quvchida bir necha savollar paydo bo'lishi mumkin. Qayerda? Kim? Nima uchun? kabi va bu bevosita maqolani o'qishga undaydi.

Ishontirish vazifasi: O'quvchiga biror fikrni o'tkazish, unga ishontirish, gazetxonni muallifning asosiy fikri orqasidan ergashtirish sarlavhadan boshlanadi. Shuning uchun ham ko'pincha sarlavhalar ilgaridan aniqlangan, isbotlangan, munozara talab qilmaydigan hukm tarzida ham namoyon bo'ladi va matn mazmunining asosiy o'zagini tashkil etadi. Sarlavhadan anglashilgan xabar o'quvchiga muhim fikrni uqtiradi, uni ishontiradi. Bu xususiyat qat'iy hukm ifodalay oladigan ikki tarkibli yoki kesimi ot bilan ifodalangan gaplar, maqollar va iboralar sarlavha sifatida kelganda aniq ko'rinadi. Masalan: Ko'ringan tog'ning virog'i yo'q. Yaxshi hordiq-tanga oziq (S.O.). Mo'l hosil, katta daromad (T.O.). Sara urug'-hosil bo'lug' (T.H.).

Bu xil sarlavhalar ma'lum bir fikrni tasdiqlaydi, mustahkamlaydi. Ishontirish vazifasi sarlavhalarning yo'l-yo'riq ko'rsatish, ko'rsatma berish xususiyati bilan bog'lanib ketadi.

Ko'rsatma berish vazifasi: Kundalik turmushning, ishlab chiqarishning muhim sohalari bilan bog'liq zarur masalalar ko'tarib chiqilgan maqolalar sarlavhasi o'quvchiga ma'lum yo'l-yo'riqlar, ko'rsatmalar berish, undash, safarbar etish vazifasini bajaradi. Gazetxonlarga qilinish zarur bo'lgan ishlarni eslatadi, ularni shunga safarbar etishga xizmat qiladi. Masalan, «Mezon dunyo» gazetasida chop etilgan: "Qotil bo'lib yaralmaydilar!", "Ayol ichkilikka o'rganmasin!", Gripp

yuqumli kasallik!”, “Sog‘lig‘ingiz haqida o‘ylang!”, “Patriotlar ko‘payversin!” deb nomlangan maqolalar.

Bu xil sarlavhalar, odatda, undov va buyruq gaplar tarzida kelib, o‘ziga xos shior, chaqiriq sifatida bo‘ladi. Ular umumiy sarlavha vazifasida keng qo‘llaniladi.

Tashviq qilish vazifasi: Gazeta sarlavhalarining o‘ziga xos vazifalaridan biri tashviq qilishdir. Chunki sarlavha anglatgan xabar, odatda, ma‘lum maqsadga yo‘naltirilganligi bilan ajralib turadi.

Murojaat qilish vazifasi: Gazeta uslubida sarlavhalar gazetxonga bevosita murojaat qilish, o‘quvchini suhbatga tortish (go‘yo tinglovchi bilan yuzma-yuz suhbatlashayotgandek) vazifasida ham keng ishlatiladi. Bu o‘quvchi bilan bevosita aloqa bog‘lashga, yaqin munosabat o‘rnatishga xizmat qiladi. Bundan vazifa bajarigan sarlavhalarda gazetxonni suhbatga, axborotni o‘qishga tayyorlash, diqqatini o‘ziga tortish xususiyati bo‘ladi.

Izohlash vazifasi: Matnning nomi sarlavha hisoblanadi. Lekin gazetada rukn va umumiy sarlavhalar, yordamchi va ichki sarlavhalar ham qo‘llaniladi. Hajm jihatdan ancha katta bo‘lgan matnlar sarlavhasi mazmuni qisqacha tarzda bo‘lsa ham to‘la ochib berolmaydi. Matndagi asosiy nuqtalarni ajratib ko‘rsatish maqsadida ichki sarlavhachalardan foydalaniladi. Bunday sarlavhachalar o‘ziga xos izoh, ixcham konspekt vazifasini ham bajaradi. Masalan: Ma‘naviyat kunlari rukni ostida berilgan “Musiq va jurnalistika” maqolasi. Tariximizni o‘rganamiz rukni ostidagi “Chag‘oniyon avliyosi” nomli maqola. OITS tarqatuvchi virus hujum qilishdan to‘xtamaydi rukni ostidagi “OITS qanday yuqadi?” nomli maqola.

Bu tarzda sarlavhachalarga ajratilgan matnlar ba‘zan bir butun sahifani egallashi mumkin. Masalan “Ona qornidagi nola” hikoyam gazetaning butun bir sahifasini ishg‘ol qilgan va sarlavhachalarga ajratib berilgan. Ular maqola mazmunining, matnda qalamga olingan asosiy g‘oyani, mavzularning qisqa konspekti ham sanaladi. Bu xususiyat ichki sarlavhalarining barchasini bir o‘rinda oldinma-ketin tartib bilan berilganda juda aniq ko‘rinadi.

Sarlavhalarning vazifalarini o'rganishning tez usuli mavjud: (HEADS – sarlavha so'zining harflari ta'rifida keltirilgan).

H = Highlight the latest news, introduce stories and focus attention on what is interesting and/or important in an article (oxirgi yangiliklarni ajratib olish. Maqoladagi eng qiziq va muhim jihatlarga e'tibor qaratish.).

E = Entice readers with interesting or important facts. Sometimes this can be done by not fully explaining the story yet (Qiziq va muhim faktlar orqali o'quvchini o'ziga jalb qilish. Ba'zida o'quvchini qiziqtirish uchun sarlavhada axborot to'liq berilmaydi.).

A = Advertise significant stories by their size and position. Bigger headlines are normally placed at the top of each page where the more important stories are to be found (Sarlavhalarning qaysi sahifada va qanday hajmda joylashgani ham ahamiyatga ega. Muhim maqolalarning sarlavhalari odatda gazetaning har bir sahifasining boshida joylashtiriladi.).

D = Decorate pages with varied typography, break up the boredom of unchanging text and make each page more readable (Sahifalarni har xil tipografik bezaklar bilan bezatilishi bir xillikni yo'qatib, o'qish uchun qulaylik yaratib beradi.).

S = Summarise key elements of the story (usually based on facts mentioned in the lead).

(Kalit unsurlar maqolada berilgan faktlarga asoslangan bo'lishi kerak.)⁹

Sarlavha turlari

Sarlavhaning 4 turi mavjud:

1. Hamma so'z bosh harfli sarlavhalar – hozirgi kunda bunday turi ilgoriga qaraganda kamroq qo'llaniladi. Chunki ularni o'qish va tushunish qiyin. Ayniqsa ular uzun va bir nechta sahifaga joylashgan bo'lsa.

⁹ Colin Macfarlane. Hit the Headlines! Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. © 2012 P. 145.

2. Markaziy (bosh) va kichik sarlavhalar uzoq vaqt davomida qo'llanib kelingan. Uning tarkibidagi har bir so'z bosh harflar bilan yoziladi. Yordamchi so'z va bog'lovchilardan tashqari.

3. Tepadan pastga yoziladigan sarlavhalar turlari. Oxirgi paytlarda ko'p tarqalgan tur hisoblanadi. Chunki bunday usul terish uchun juda qulay va noan'anaviy ko'rinadi. Ko'pincha internet saytlarida bunday sarlavhalardan foydalaniladi.

4. Sarlavha maqolaning tagida berilishi. Bunda gazetaning umumiy uslubiga qarab emas, urf (moda)ga kirganligi uchun qo'llaniladi.¹⁰

Gazeta sarlavhalarini kuzatish, ularning tuzilishi jihatdan so'z, so'z birikmasi va gap shakllaridagi ma'lum bir andozalardan iboratligini ko'rsatadi. Shunga ko'ra gazeta sarlavhalari so'z shaklidagi, birikma shaklidagi va gap shaklidagi sarlavhalarga guruhlanadi.

Sarlavhalarning tuzilishga ko'ra bu turlari odatdagi so'z, so'z birikmalari va gaplardan qo'llanishda o'ziga xos xususiyatlarga egaligi bilan ajralib ham turadi. Chunki sarlavha muayyan bir matnning nomi sifatida odatdagi me'yorlardan farq qiladi.

So'z-sarlavhalar. So'z-sarlavhalar grammatik jihatdan shakllangan yoki shakllanmaganiga ko'ra erkin so'z sarlavhalar va bog'li so'z sarlavhalar ajratiladi. Erkin so'z sarlavhalar ma'lum bir grammatik shaklga ega emas. So'z sarlavhalar nominativ gaplarni yodga soladi. Misollar: «Intizorlik», «To'y», «Sarchashma», «Qochqinlik» v.b.

So'z sarlavhalarni faqat oddiy nomlash, atashgina bo'lib qolmay, asarning o'ziga xos umumlashma timsoli (obraz simboli) sifatida ham qatnashar ekan. Bunda sarlavha tilga olinayotgan narsa, hodisaga xos belgilarni, xususiyatlarni guruhlab umumlashtiradi, eng muhim yetakchi belgini, xususiyatni ajratib olib chiqadi¹¹.

¹⁰ Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. 2012. P. 146.

¹¹ Toshaliyev I. Sarlavha stilistikasi T. Universitet, 1995. 22 b.

Birikma sarlavhalar: Ushbu tur sarlavhalar orqali o'quvchini matn haqida ko'proq xabardor qilishga harakat qilinadi. Birikma sarlavhalarni ham hokim bo'lagining grammatik shakliga qarab asosiy qismi grammatik jihatdan shakllangan va shakllanmagan turlarga guruhlash mumkin.

Gap-sarlavhalar: Ushbu tur sarlavhalar tuzilishi qanday bo'lishidan qat'iy nazar ma'lum bir xabarni o'quvchiga yetkazishga xizmat qiladi. Misollar «Tanlov yakunlandi», «Kuchli va iqtidorlilar taqdirlandi», «Havo aynidi...» v.b.

Bunday sarlavhalar asosan xabar berish vazifasini bajarsa-da, shu bilan birga murojaat, undash («Ishq sirrin notovonlardan so'rang» «O'zAS»), so'roq gap shaklida sarlavhalar esa murojaatni anglatib ko'pincha tanqidiy matnlarga qo'yiladi («Tanqidchilik nega sust?», «O'zAS» 19 yanvar).

Gap sarlavhalarning sodda va qo'shma gap (qo'shma gapning bog'langan, ergashgan, bog'lovchisiz turlari) tarzidagilari matbuotda qo'llanadi.

Sarlavhalarning funksional xususiyatlarini tahlil qilar ekanmiz, muallif mukammal sarlavha tanlashda «nodir va noyob bir xilqat, o'ta murakkab va mukammal bir vujud»¹² bo'lgan tilning boy imkoniyatlaridan samarali foydalana olishi muhim ekanligini yana bir bor anglab yetamiz.

Xulosa qilib aytganda, sarlavhalar murakkab ijodiy nutqiy jarayon natijasi sifatida yozma nutqda xilma-xil vazifalarni bajarib keladi. Ular bajargan vazifalar o'zaro bog'liqlikda, birgalikda, aloqadorlikda yuzaga keladi. O'zni bilan muayyan bir sarlavhada u yoki bu vazifa kuchli yoki kuchsizroq namoyon bo'ladi. Ularning turli xil vazifalarni bajarishi, tuzilishi, tarkibi jihatdan xilma-xil ko'rinishlarda kela olishi mumkinligi bilan ham izohlanadi.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. © 2012. P. 145-146.

¹²Toshaliyev I. Abdusattorov R. Mahmudova. Ommaviy axborot vositalarining tili va. T: Университет, 2000. 4 b

2. Toshaliyev I. Sarlavha stilistikasi. Jurnalistsika ixtisosligi uchun o'quv qo'llanma. T.: Universitet, 1995. 4-22 b.

3. Xafikova M.I., Tashmuxeimedova L.I. Gazeta sarlavhalari uslubiyati. O'quv qo'llanma. T.: Iste'dod, 2009. 59 b.

Mavzu yuzasidan savollar

1. Sarlavha nima?
2. Sarlavha va matn tushunchasi nima?
3. Sarlavhalarning qanday vazifalari mavjud?
4. Sarlavhaning qanday turlarini bilasiz?
5. Matbuot sarlavhalariga qanday talablar qo'yiladi?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. Sarlavha nima -

- a) o'quvchini o'ziga jalb etuvchi eng birlamchi vosita.
- b) asarning, asar qismlarining, boblarining nomi.
- d) Sarlavha – yarim maqola.
- e) Barcha javoblar to'g'ri.

2. Sarlavha o'quvchi uchun axborot matnlarini ... ga, ularni bir-biridan ... ga imkon beradi.

- a) ajratish, guruhlash;
- b) egallash, farqlash;
- d) izohlash, bo'laklash;
- e) tanlash, farqlash.

3. Umumiy sarlavha nima?

- a) Materialning nomi.
- b) Maqolaning nomi.
- d) Nashrning nomi.
- e) Gazetaning birinchi sahifasidan joy olgan maqolaning nomi.

4. Tagsarlavhalar nima uchun xizmat qiladi?

a) Maqolada aytilgan joy nomi va u yerdagi qahramonlar xususiyatlarini ochib berishga xizmat qiladi va izohlaydi.

b) Materialda tilga olingan muammo yoki mavzu xususiyatlarini ochib berishga xizmat qiladi.

d) Maqolada aytilgan joy nomi, u yerdaga qahramonlar xarakterini aytish uchun xizmat qiladi va izohlaydi.

- e) A va B javoblar to'g'ri.

5. Izoh sarlavhalar qay tarzda qo'llaniladi?

- a) Sarlavhaga xos bo'lgan bu ko'rinish yoxud, ekani, va, dedi kabi so'zlar bilan izoh, ya'ni ilova tariqasida qo'llaniladi.
- b) Izoh sarlavhalar yo, yoki, yoxud so'zlari bilan qo'llaniladi.
- d) Izoh sarlavhalarda lekin, biroq, ammo zidlov bog'lovchilari qo'llaniladi.
- e) Barcha javoblar to'g'ri

6. Tilshunoslar tomonidan sarlavhaning vazifalari tadqiq qilingan.

Bular:

- a) atash, xabar berish, reklama qilish, farqlash, ishontirish, murojaat qilish, tashviq qilish, ko'rsatma berish, izohlash.
- b) nomlash, atash, ma'lumot berish, reklama qilish, ko'rsatma qilish, murojaat qilish;
- d) izohlash, ko'rsatma berish, targ'ib qilish, ishontirish, atash, reklama qilish.
- e) ma'lumot berish, reklama qilish, ko'rsatma qilish, murojaat qilish.

7. *Gazeta uslubida sarlavhalar gazetxonga bevosita murojaat qilish, o'quvchini suhbatga tortish (go'yo tinglovchi bilan yuzma-yuz suhbatlashayotgandek) vazifasida ham keng ishlatiladi. Bu o'quvchi bilan bevosita aloqa bog'lashga, yaqin munosabat o'rnatishga xizmat qiladi. Ushbu ta'rif sarlavhalarning qaysi vazifasiga tegishli?*

- a) ishontirish vazifasi
- b) ko'rsatma berish vazifasi
- d) murojaat qilish vazifasi
- e) reklama qilish vazifasi

8. *Sarlavha matnni atabgina qolmay, uning mazmuni haqida ham ma'lumot beradi yoki shunga ishora qiladi. Sarlavhadan matnning qanday mavzuga oidligi, mazmuniy yo'nalishi haqida dastlabki ma'lumotni olish mumkin. Mazkur ta'rif sarlavhaning qaysi vazifasiga tegishli?*

- a) reklama qilish vazifasi
- b) xabar berish vazifasi
- d) izohlash vazifasi
- e) atash vazifasi

9. da axborot uchun uncha zarur bo'lmagan gap bo'laklari tushirib qoldiriladi.

- a) so'z sarlavhalar;
- b) sarlavhalar;
- d) birikma sarlavhalar;
- e) gap sarlavhalar.

10. Sarlavhaning tuzilishiga ko'ra turlarini ko'rsating.

- so'z birikmali sarlavhalar, gap sarlavhalar;
- sodda gapli sarlavhalar va qo'shma gapli sarlavhalar;
- bitta so'zli sarlavhalar, ikki va undan ortiq so'zdan iborat sarlavhalar;
- so'z sarlavhalar, birikma sarlavhalar, gap sarlavhalar

Mustaqil ta'lim uchun savollar

- Sarlavha nima?
- Sarlavha turlari.
- Sarlavha vazifalari.

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Sarlavha	заголовок	headline	asarning, asar qismlarining, boblarining nomi hisoblanadi.
Kompozitsiya	композиция	composition	matn qurilmasi.
Tag sarlavhalar	подзаголовок	Subtitle	izoh beruvchi sarlavha
So'z sarlavhalar	словесные заголовки	Verbal headlines	grammatik jihatdan shakllangan yoki shakllanmaganiga ko'ra erkin so'z sarlavhalar va bog'li so'z sarlavhalar ajratiladi
Birikma sarlavhalar	заголовки-словосочетания	Headers-phrases	Ushbu tur sarlavhalar orqali o'quvchini matn haqida ko'proq xabardor qilishga harakat qilinadi. Birikma sarlavhalarni ham hokim bo'lagining grammatik shakliga qarab asosiy qismi grammatik jihatdan shakllangan va shakllanmagan turlarga guruhlash mumkin
Gap sarlavhalar	заголовки-предложения	Headlines Deals	sarlavhalar tuzilishi qanday bo'lishidan qat'iy nazar ma'lum bir xabarni o'quvchiga yetkazishga xizmat qiladigan sarlavha

Tarqatma materiallar

Rezyume metodi asosida sarlavhalarni tahlil qilish

Soʻz sarlavhalar	
Ijobiy	Salbiy
Gap sarlavhalar	
Ijobiy	Salbiy

Birikma sarlavhalar	
Ijobiy	Salbiy

SARLAVHA TANLASH MAHORATI

1. Sarlavha va matn munosabati.
2. Sarlavha tanlashda muallif mahorati.
3. Sarlavha – yarim maqola. Samarali sarlavha tanlash usullari.
4. Sarlavhaning to‘g‘ri va ko‘chma ma‘noda qo‘llanishi.
5. Sarlavhalarda nutqiy san‘atlar, maqol va matallar, xitobiy so‘roqlardan foydalanish.

Tayanch so‘zlar: sarlavha, tagsarlavha, rukn, nutqiy san‘atlar, muallif mahorati, sarlavha tarkibiy qismlari, sarlavha vazifalari, sarlavha va matn uyg‘unligi.

Sarlavha va matn mosligi hamda sarlavhaning mavzuda takrorlanishi borasidadir. Demak, sarlavhaning material matni bilan bevosita bog‘liqligi uning kontekstida, ma‘lum gap yoki murakkab sintaktik butunlik ichida takrorlanib kelishida yoxud matnning biror yerida sarlavha tuzilishining bir oz o‘zgartirib, ba‘zan mazmunan unga yaqin bo‘lgan tarzida ishlatilishida aniq ko‘rinadi.

Ayrim hollarda sarlavha matnda aniq ochib berilmasdan, yashirin tarzda matn tagida, uning ma‘nosida berilishi mumkin.

“Mezondunyo”, “Ko‘ngil ko‘chalari” gazetalari misolida oladigan bo‘lsak, ularda matn va sarlavhaning bir-biri bilan chambarchas bog‘liqligini, mosligini ko‘ramiz. Bu matbuot nashrlari ham o‘z sahifalarida turli mavzudagi voqea-hodisalarni yorituvchi sarlavhalarni qo‘llaydi. Bularning barchasi matnda ma‘lum darajada aks ettiriladi yoki mavzudan kelib chiqib ishlatiladi.

“O‘zbekiston ovozi”ning “mulohaza” rukni ostida “Oramizda “dev”lar yo‘qmi?” sarlavhali maqola chop etilgan. Bu maqolada kitob muammosi bilan bog‘liq masalalar ko‘tarilgan. Ushbu maqola muallif tomonidan hikoya tarzida yozilgan bo‘lib, bugungi kunda bolalarga ertak kitob olib berish kerakmi yoki

yo‘q? degan savolni o‘rtaga qo‘ygan. Muallif yoshligida o‘qigan, eshitgan ertaklardagi qahramonlar, obrazlar bugunda qanday qiyofada o‘z aksini topayotganligi ochib berilgan. Dastlab, gazetxon sarlavhaga ko‘z tashlab, nima uchun bunday nomlanganligiga biroz taajjublanishi mumkin. Ammo maqolani bor bo‘yicha o‘qib chiqqach, bu savolga javob topadi. Aynan sarlavha qilib olingan jummalarni biz matndagi quyidagi satrlarda uchratamiz va shu so‘rov sarlavhaga olib chiqilganini guvohi bo‘lamiz:

“Ertakning bismillohi ham qadimdan: “Qadim o‘tgan zamonda...”... Ertakdagi qahramonlar mavjud emasmi? Adashmang ular mavjud. Do‘stimning Absamat birgatni devga o‘xshatganini eslang. Masalan, har bir to‘siq - dev, qarshilik - ajdaho, firibgarlik - yalmog‘iz, botirlar va shahzodalar - matonat va kurashdir”.

Ma‘lumki, yaxshi surat maqolaning mazmunini boyitadi, gazeta yuzini ochadi. O‘quvchi gazeta sahifalariga ko‘z yugurtirar ekan, dastavval nigohi beixtiyor sahifa markazidan joy olgan suratlarga, uning bezagi, dizayniga qadaladi. Shu bilan bir qatorda, sarlavhaga aniqlik kiritadi va aytilgan fikrlarni isbotlovchi fakt hisoblanadi. “O‘zbekiston ovozi”, “Ko‘ngil ko‘chalari”, “Mezondunyo” gazetolari respublikamizdagi barcha matbuot nashrlari kabi o‘z sahifalaridagi materiallarga aniqlik kiritish maqsadida mavzularga mos, aniq suratlarni berib borishga harakat qiladilar.

Shu bilan bir qatorda, ularning ayrimlarida bu borada bir oz kamchiliklar ham ko‘zga tashlanib turadi. “Dovrug‘” sarlavhali katta maqolada sarlavha tagida paxta punktining surati bor. Biz bu ma‘lumotlarga qarab gap paxta mavzusida ekanligini anglaymiz.

Sarlavhadagi so‘z matnning ilk qatorida qo‘llanilgan: “O‘zbekiston paxtasining dovrug‘i qadimdan butun dunyoga taralgan. Bu yerda o‘z ishining ustasi bo‘lmish ajoyib paxtakorlar yetishib chiqqan. Yetishtirilgan tola esa dunyodagi barcha to‘qimachilik korxonalarini vakillariga manzur bo‘lgan.

Mamlakatimiz mustaqillikka erishgach, bu sohada dadil qadamlar qo'yila boshladi. Ya'ni, paxtakorlarimiz yetishtirilgan sifatli tola endilikda bermalol jahon bozorlarini zabt etmoqda".

Ushbu jumlar bir-birini inkor etgan va ular orasida uzilish mavjuddir. Maqolaning asosiy maqsadi noma'lum viloyatdagi Xonqa tumanida yetishtirilgan paxtaning chet elliklarga manzur bo'lgani va yuqori ko'rsatkichlar natijasida mukofotlar olganligi aytilgan. Shu bilan birga "Xonqa-Shuya" O'zbekiston-Rossiya qo'shma korxonasining tashkil etilgani ta'kidlangandir. Bu fikrlarimiz bilan maqolaga sarlavha noo'rin ishlatilganligini aytmoqchimiz. Uni "Hamxonada" kabi sarlavhalar bilan nomlaganda maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Ayrim hollarda sarlavha murojaat vazifasida qo'llanilib, o'quvchiga savol tariqasida berilishi mumkin. Xo'sh, bu kabi sarlavhalarning matndagi aksini qanday bilamiz? Bu kabi sarlavhalar shu so'roqlarga javob berishga xizmat qiladi.

"Mezondunyo" gazetasida chop etilgan bir necha maqolalarim shu yo'sinda nomlangan. "Talabaga uyali telefon zarurmi?" deb nomlangan maqolamda bevosita talabalarning o'ziga murojaat qilib, ularning fikr-mulohazalarini maqolaga kiritganman. Sarlavhadagi savolga javob maqolaning ichida. Yoxud "Ishlash o'qishga eshmi?" nomli maqolamda bugungi kun yoshlarimizning ham o'qib, bir vaqtning o'zida ishlayotgani, o'zlarini moddiy ta'minlayotganliklari natijasida qiynalmayotganligi haqida so'rab, o'zlariga murojaat etganman. Aynan shunday yo'l tutayotgan yoshlarning o'z fikrlari maqolaga kiritilgan. "Referat – u qanday yozilmoqda?" nomli maqolam ham bevosita murojaat yo'sinidagi sarlavhaga kiradi. Tanlangan sarlavha, umuman maqola keng auditoriyaga qaratilgan bo'lib, uni o'ylantirishga, chuqur mushohada qilishga chorlaydi.

Ijodkorlar yoritadigan mavzuga sarlavhani ikki xil usulda tanlaydilar. Ayrimlari oldin sarlavhani tanlab, keyin matn yozsa, boshqalari esa avval matni yozib, uning mohiyatidan kelib chiqib, mos sarlavha tanlaydilar. Bu kabi sarlavha tanlashni har bir jurnalist yoki ijodkor, qalamkash kasbiy malakasi va o'z usulidan kelib chiqib qo'llaydi.

Sarlavha doimo aniq, ixcham bo'lishi lozim. Gazeta materiallariga qo'yiladigan bitta sarlavha doimo uning boshqa sahifalaridagi sarlavhalarga o'xshamagan, takrorlanmagan, birxillikdan yiroq bo'lishi bilan birga gazeta tili va uslubiga mos qilib tanlanishi kerak.

Ma'lumki, deyarli barcha gazeta tahririyatlarida xatlar bilan ishlash bo'limi mavjud. Bu bo'limning vazifasi gazetaga kelgan maktub, noma va maqola, fikr-mulohazalarni tahrir qilib, e'lon qilish, lozim topilsa bosib chiqarishdir. "O'zbekiston ovozi" tahririyatida ham shu bo'lim mavjud bo'lib, u yerda ishlaydigan xodimlar har bitta maqola va xatlarni sinchiklab ko'zdan kechirib, kerakli tuzatishlar kiritib gazetada chop etadilar. Bu tahrirlar sarlavhalarga nisbatan ham ishlatiladi. Misol uchun, muallif maqolasini "Yangi asrga yangicha intilish" deb nomlagan. Maqolaning mohiyati yangi yil arafasida respublikamizdagi kam ta'minlangan bolalarga Yaponiyadan beg'araz sovg'a kelganligini yoritadi. Tahrir jarayonida u "Yaponiyadan sovg'a olindi" deb o'zgartirildi.

Mirobod tumani yong'indan saqlash nazoratchisi o'z maktubini "Olov - tilsiz yov", deb atagan. Maqolada yong'inga qarshi tumanda olib borilayotgan ishlar to'g'risida ma'lumot berilib, o'tdan saqlanish borasidagi maslahatlar ko'rsatilgan. Ushbu maqola sarlavhasi ham tahrir jarayonida, "Tilsiz yov" deb nomlangan. "Jomboy jamolining iftixori" sarlavhasida yozilgan maqolada Jomboy tumanida avtomobillarga maishiy xizmat ko'rsatuvchi savdo markazi ochilgani va u yerda avtomobillar uchun zarur ehtiyot qismlar do'koni ham ishlayotgani haqida so'z boradi. Agarda bu sarlavha o'zgartirishsiz chop etilsa, unda gazeton uchun mutlaqo tushunarsiz sarlavha bo'lib qolardi. Shuning uchun bu sarlavha "Ham savdo, ham xizmat", deb nomlandi.

Bugungi kunda matbuotimizda sarlavhalarni so'z o'yini shaklida ishlatish ham odat tusiga kirib kelmoqda:

"Saxovat'ning saxovati", "Istiqlol'-hamkorlik mevasi", "Obidalar obidivsi" (O'zbekiston ovozi, "Ko'ngil ko'chalari").

Bu kabi sarlavhalar, asosan, biron bir korxonaga, tashkilot nomini yoki u yerda ishlab chiqarilayotgan bir mahsulot nomi bilan bog'liq bo'ladi. Misol uchun, "Saxovat"ning saxovati" sarlavhali maqola Qamashi tumanidagi "Saxovat" havaskorlar guruhining ko'p bolali oilalar to'yiga beminnat xizmat qilgani hamda 20 ming so'mlik darslik kitob va 12 ta sport kiyimlari sovg'a qilganligi sababli shu nom bilan atalgan.

"Istiqlol"- hamkorlik mevasi" nomli sarlavhadagi maqola esa O'zbekiston-Bolgariya qo'shma korxonasi tomonidan shirinlik ishlab chiqaruvchi korxonaga bunyod etilgani va uning ilk mahsuloti "Istiqlol" deb atalgani xususidadir. Shuning uchun sarlavhada undan so'z o'yini sifatida foydalanilgan.

Bugun mamlakatimizda gazetaning soni haddan ziyod ko'payib ketgan. O'quvchini jalb etish uchun gazetalar turli xil usulda ish yuritmoqdalar. "Ko'ngil ko'chalari" gazetasi o'z sahifalarida doim jarangdor, g'ayrioddiy bo'lgan, hayrat va ajabtovurligi bilan auditoriya diqqatini o'ziga tortadigan sarlavhalarni qo'llashni o'z oldiga maqsad etib qo'ygan. Misol uchun: "Uch kunlik kelin", "Kalamush tuqqan kelinchak", "Kennoyim akamni uradi", "O'yinchining o'ynashi", "Kundoshlar fojeasi", "Sotilgan qalq", "Qamoqdagi ayol hasrati" kabilar. E'tibor bersak, har bir sarlavhaga odamning aqlini shoshirib qo'yadi, hikoya, maqolaga bo'lgan qiziqishini esa oshiradi.

Shuningdek, biz gazeta sarlavhalarida o'quvchi uchun tushunarsiz bo'lgan sarlavhalarni ham uchratib turamiz. Jumladan, "O'zbekiston ovozi" gazetasining 2004-yil, 10-fevral sonida "Og'riq ruknida "Korxonaga turfavu muammo o'xshash" sarlavhali maqola berilgan. Sarlavhadan gazetxon uchun tushunarsiz bo'lgan narsa ko'p. Shu bilan bir qatorda u sarlavhani qo'llash qoidalariga mos kelmaydi. Ijodkordan sarlavhaga tanlashda ehtiyotkorlik, yetti o'lchab bir kesish, talab etiladi.

Sarlavha - muallif va o'quvchi o'rtasidagi muloqotning boshlanishi. U o'quvchi (suhbatdosh) e'tiborini o'ziga qanchalik jalb etishi axborotning samaradorligi va ta'sirchanligi muammosiga shunchalik daxldordir. Sarlavha-o'quvchi-gazetxon bilan nutqiy aloqa bog'lash (kontakt yaratish)ning nihoyatda

muhim va birlamchi vositasidir. U qanchalik jozibali bo'lsa, aloqa bog'lash ham shunchalik tez va samarali bo'ladi. Sarlavha-gazeta sahifasining yuzi, qiyofasi. Bu qiyofa kishini o'ziga tortish kuchiga ega bo'lsin. Gazeta sahifalaridagi sarlavhalar majmui davr solnomasidagi muhim mavzularni qayd etadi: jamiyat, inson, davr nafasini o'ziga xos tarzda ifoda etadi. Sarlavha-yarim maqola degan naql uning mohiyatini ta'kidlaydi.

Samarali sarlavhalar: harakat tamoyili. Haqiqiy samarali sarlavhalar inson psixosomatik tizimiga psixologik ilgaklar vositasi orqali ta'sir qiladi. Boshqacha qilib aytganda, bunday sarlavhalar insonda bosh miya faolligi oshishida va muallif uchun zarur bo'lgan his-tuyg'ularni uyg'otishda namoyon bo'ladi. Agar sarlavha retsiptiyentga ta'sir qilmasa, (ruhiy ilgaklarga ega bo'lmasa), retsiptiyent holatida o'zgarishlar sodir bo'lmaydi va natijada ta'sir 0 ga teng bo'ladi.

Sarlavhalar tuzish yo'llari.

Mohiyatga o'tamiz. Hozir biz sarlavhalar tuzishning bir qancha usullarini ko'rib chiqamiz. G'ijjalab tahlil qilib, ularda qanday psixologik ilgaklar ishlatilganligini va insonga qanday ko'rsatganligini aniqlaymiz.

1. Savol

Sarlavhadagi savol insonni unga javob berishiga undaydi (ongsiz ravishda). Buning qiziqarli jihati shundaki, savolga javob topish uchun uni yaxshilab anglash, o'zidan o'tkazish shart. Bu retsiptient xohlaydimi yoki yo'qmi, baribir e'tiborni qaratishga majbur qiladi.

Savollar ritorik, muayyan (konkret) yoki mavhum (abstrakt) bo'lishi mumkin. Biroq, ularni bir narsa birlashtiradi: ular bevosita yoki bilvosita matnda yashiringan javobga ishora qiladi. Bu maqsadga erishish uchun matnni izchil o'rganish zarur.

Sarlavhalardan misollar:

Boshingiz nega aylanyapti?

Nima uchun Siz Antaliyada dam ololmaysiz?

Bir kunda qancha vaqtni o'zingizni kamsitish, o'zingizga achinishga sarflaysiz?

Vijdongiz qayerda?

O'zingizni 5 yildan keyin qanday tasavvur qilasiz?

Ishingizning bir soati qancha turadi?

Turlicha savollar turlicha ta'sirni keltirib chiqaradi va retsipient e'tiborini turli xil yo'nalishlardagi bir narsaga qaratadi.

2. Muammoning yechimini topish (savolga javob)

Insonlar tabiatan o'ta dangasa mavjudotlar. Dolzarb muammoning tayyor yechimini olish imkoniyati bo'lsa, ko'pchilik shu yo'lni tanlaydi (masalan, test). Bu yerda ayyorlik ishlatilgan: muammoni tanlaysiz, matnda uning yechimini berasiz, sarlavhasini esa o'quvchiga yechim matnda ekanligiga ishora qilasiz. Sarlavhalarga misollar:

Qanday qilib tashvishlanishdan to'xtash va yashashni boshlash kerak?

Qayerdan ko'p va bir zumda pul topish mumkin?

Qanday qilib yelkadagi og'riqlardan xalos bo'lish mumkin?

Ozodlik necha pul turadi?

2. Shaxsiy tajriba

Insonlar ko'proq nimanidir bajargan insonlarga ixlos qilishadi. Ba'zi maqolalarda nimadir bajarish haqida faqat mulohazalar keltiriladi. Bunday mulohazalar ishonch uyg'otmaydi. Demagogiya (safsatabozlik) va natija umuman boshqa-boshqa narsalar. Masalan ikkita sarlavhani qiyoslab ko'ring: Qanday qilib bir haftada 10 mln so'm ishlab topish mumkin? Qanday qilib men bir haftada 10 mln so'm ishlab topdim?

Fikrlab ko'ringchi qaysi bir sarlavha ko'proq qiziqish va ishonch uyg'otadi.

Misollar:

Qanday qilib men ikki haftada 20 kg ga ozdim?

Bundan tashqari sarlavhada nafaqat muallifning, balki 3-shaxsning shaxsiy tajribasi ishlatilishi mumkin. Qanchalik bu shaxs obro'li va mashhur bo'lsa, shunchalik u gazetxonada ishonch uyg'otadi.

Qanday qilib Bill Geyts (milliarder, kompyuter dasturlovchisi) o'zining birinchi millionini ishlab topdi.

Shumaxer (poygachi) avtomobilining g'ildiragi teshilib qolsa, nima qiladi?

3. Sir, shov-shuv

Insonlar sirlarni, shov-shuvlarni muhokama qilishni yaxshi ko'radilar, ayniqsa, bu muhokamalar u yoki bu imtiyozlarni bersa. Hatto hech qanday imtiyoz bermasa ham qiziquvchanlik insonlarga xos. Aynan shu xususiyatni inobatga olib, gazetxonni matnga qiziqtirish mumkin.

4. Raqamlar

Sarlavhadagi raqamlar materialni o'zlashtirish hajmdorligi yoki oddiyligini shartli miqdoriy ko'rsatkichi vazifasini o'taydi. Boshqacha qilib aytganda, raqamlar bu gazetxonning u yoki bu matn o'qishidan oladigan foyda o'lchovidir. Raqam qanchalik katta bo'lsa, material shunchalik foydali tuyuladi. Bu ma'noda hajm gazetxonni o'ziga kuchli jalb qiladi. Raqam qanchalik kichik bo'lsa, shunchalik oson va amalda qo'llashga qulay tuyuladi. Bunday raqamli sarlavhalar o'zining yangilligi va tiniqligi (realligi) bilan jalb qiladi. Muallif auditoriyani monipulyatsiya (insonni boshqarish) foydali axborotni tijoriy maqsad bilan aralashtirishi lozim.

Misollar:

Hamma uchun sevimli inson bo'lishning 100 va 1usuli

Sizni 20 daqiqada superqahramon qiladigan kitob

Ilhom topishning 5 ta ishonchli usuli

Boshlang'ich dasturlovchilarning 24 ta xatosi

5. Urg'u berish

Sarlavhadagi urg'ular sifat jihatidan yangi xususiyatlar bilan boyitadi va kuchaytiradi. Urg'u aslida o'zi oddiy, unchalik ajralib turmaydilan so'zlar bo'lishi

mumkin, biroq ular sarlavhada kelganda va yirik shriftlar bilan yoki kursiv bilan yoxud qalin shrift bilan, yoki boshqacha rangdagi shrift bilan, harflarni ochib (ajratib) berilishi mumkin. Urgʻuning oʻziga xos xususiyati shundaki, u har doim nimagadir alohida eʼtiborni qaratadi.

6. Qoʻrquv uygʻotish

Bu nihoyatda kuchli taʼsir qiluvchi omil. Agar sarlavhalarning mazmunida qoʻrquv uygʻotish elementlari boʻlsa, maqola auditoriyani asosiy matnni oʻqishga undaydi. Chunki inson instinktiv barcha salbiy omillardan himoyalanişga intiladi. Agar maqolada oʻzini qutqarish va muhofazalashga bittagina imkoniyat boʻlsa ham, inson uni oʻqiydi.

7. Kafolatlar

Kafolatlar – qoʻrquvdan kelib chiqadigan omil. Inson oʻzining himoyalanganligini his qilsa, u matnga moyil boʻlib, uni oʻqiydi.

8. Noanʼanaviy yondashuv

Koʻp hollarda insonlar ongida koʻplab sarlavhalarga filtr turadi. Chunki sarlavhani oʻqib, oʻquvchi koʻpincha maqoladan nimani kutish mumkin ekanligi haqida tasavvurga ega boʻladi. Noanʼanaviy yoki qarama-qarshi yechimlar oʻziga eʼtiborni koʻproq jalb etadi va ushbu filtrni izdan chiqaradi.

9. “Yaraga tuz sepish”

Va nihoyat, eng kuchli sarlavhalar aniq nuqtaga tegadigan va insonning eng ogʻriqli joyi: gʻururiga, “meni”ga, qoʻrquvlariga, muammolariga uradiganlari, yaʼni inson uchun eng dolzarblari. Bu holatda sarlavhaning muvaffaqiyati kamida 90% kafolatlangan.

Xulosa qilib aytganda, insonlarni birinchi navbatda, ularning muammolari va ehtiyojlari qiziqtiradi. Agar, siz qoʻygan sarlavha aynan shu ehtiyojlarni qondirishga bevosita yoki bilvosita xizmat qilsa, oʻquvchi sarlavha ostidagi matnni oʻqish ehtimoli katta. Har bir muayyan holatda sarlavha oʻziga xos xususiyatga ega boʻlishi mumkin. Biroq auditoriyaga taʼsir etish tamoyillari umumiy boʻladi.

Ushbu tamoyillarni inobatga olsak, siz qo‘ygan sarlavhalarning ta‘sir etish darajasi bir necha karra oshadi.

Yana bir usul insonning ong ostiga sarlavhalardagi yumor va aniq buyruq berish vositalari orqali ta‘sir etish. Shunda o‘quvchining mantiqiy fikrlashi to‘xtaydi.

Oddiy ko‘ringan gap o‘zida jiddiy ilmiy yondashuvga asoslangan.

Ushbu uslub retsipientda qiziqish uyg‘otish, jalb qilish, e‘tiborni qaratish, harakatga chorlashga qaratilgan. Hamma zamonlarda insonlar “qorin to‘yg‘azish” va “hayratlanish”ga ehtiyoj sezgan. Faylasuflarning aytishicha, inson qachon hayratlanishdan to‘xtasa, ko‘ngil qarishi boshlanadi. Sarlavha bu ma‘noda aynan shu: hayratomuz axborotlarni olish, kashf qilish, sir-asrorlarni bilish, hayratomuz voqealarning guvohi bo‘lish ehtiyojlarini qondirishi lozim. Sariq matbuot va turli reklama aynan shu tamoyil asosida ishlaydi.

Mashhur rus rejissori Stanislavskiy fikricha, Teatrga keladigan tomoshabin spektakl nomida dam olishga, kayfiyatni ko‘tarishga, muammolarini unutishga imkoniyat ko‘radi. Lekin zalga kirgach, spektakl boshlangach, eshuklar yopilgach, uni tarbiyalashni aktyor o‘z zimmasiga olishi kerak. Tomoshabinni o‘zi bilmagan holda tarbiyalab chiqarib yuborish kerak. Shu ma‘noda, sarlavhalarni qo‘yishda ushbu yo‘ldan ketilsa, 100% samara beradi.

Yozma matn sarlavhalarining xususiyatlari:

1. Maqolaning mag‘zini ifodalab berishi kerak.
2. Yozuvchi sarlavhalarda bir yoki ikki kalit tushunchalarga e‘tibor qaratishi kerak
3. Sarlavha qisqa bo‘lishi shart.
4. Tarkibida kalit so‘zlar bo‘lish kerak.
5. Maqolani “reklamasi”ga yordam berishi kerak.
6. lloji boricha kerak bo‘lmagan so‘zlarni ishlatmaslik (ko‘p uchraydigan bog‘lovchilar, sifatlar, ravishlar va boshqalardan kamroq foydalanish kerak)
7. Sinonim so‘zlarning qisqa shaklini qo‘llash mumkin.

8. Sarlavhada alletratsiya, rifma, kinoya kabi soʻz oʻyinlaridan foydalanish mumkin.

9. Kam ishlatiladigan feʼllarni tushirib qoldirish mumkin. Lekin baʼzida yaxshi tanlangan feʼllar sarlavhaning taʼsirini kuchaytirishi mumkin.

10. Sarlavhalarni faol (aktiv) ovozda yozish kerak, passiv ovozda emas.

11. Sarlavha maqolaning uslubini ham aks ettiradi: jiddiy maqolalar uchun jiddiy, rangli maqolalar uchun yorqin sarlavhalar tanlanadi.

12. Sarlavhalar aniq boʻlishi kerak. Noaniq (mavhum) sarlavhalar oʻquvchini eʼtiborini tortmaydi, uni oʻziga jalb etmaydi.

13. Sarlavha qismlari har xil boʻlishi mumkin. Har bir qismini alohida qoʻllash mumkin.

14. Sarlavha yoki qismlaridagi soʻzlar takrorlanmasligi lozim. Aks holda ular oʻz kuchini yoʻqotadi.

15. Sarlavhada nima boʻlmaganligi haqida emas, nima sodir boʻlganligi haqida gapiriladi.

16. Sarlavhadagi fikrlar qoʻshirimoq ichida berilsa kimningdir fikrini bildirayotgan boʻladi.

17. Sarlavha aniq faktlarga asoslangan boʻlishi kerak. Lekin koʻpincha yon yoki orqa tomonidan yondashiladi.

18. Yaxshi sarlavhada kleshe (qolip)dan qochiladi.¹³

Sarlavha tanlashning ikki usuli bor:

Birinchi: kalit soʻzlarni topish hamda ularning orasidan eng koʻzga tashlanadiganlarini tanlab olish va sarlavha sifatida ishlatish.

Ikkinchi: maqolaning asosiy elementlarini tashkil etadigan fraza yoki gapni tuzish va soʻngra iloji boricha qisqa shaklga keltirish natijasida sarlavha yaratiladi.¹⁴

Sarlavha quyidagi talablarga mos boʻlishi kerak:

¹³Colin Macfarlane. *Hit the Headlines*Exciting journalismactivities forimproving writing and thinking skills 2012.P.156.

¹⁴Colin Macfarlane. *Hit the Headlines*Exciting journalismactivities forimproving writing and thinking skills. 2012.P.156.

- Qisqa (iloji boricha qisqa);
- Ko'zga tashlanadigan;
- Ishontiruvchi;
- Hozirgi zamonda yozilgan;
- Qiziqarli;
- Jalb etuvchi;
- Qo'pol yoki chalg'ituvchi – so'z o'yini, kalamburlardan foydalanish,

atayin yo'l qo'yilgan grammatik xatolar;

- Ritm, qofiya, alliteratsiya yordamida “musiqiy” jarangga ega bo'lishi;
- Tipografik jihatlari asosiy matndan farq qilishi kerak. Bunga shrift, fon va boshqa usullar bilan erishiladi.¹⁵

Sarlavha yarim muvaffaqiyat deb ko'p bora ta'kidlaymiz. Shunday ekan sarlavhaga yuklangan vazifadan kelib chiqqan holda unga e'tibor qaratish, kuchli emotsional ta'sir yuklash zarur. Bunda, albatta, sarlavhalarda lisoniy san'atlardan uslubiy foydalanish katta ahamiyatga ega. Vaqtli matbuot sahifalarida ko'zga tashlanib turuvchi ko'plab sarlavhalarni topishda lisoniy-uslubiy san'atlardan ham keng foydalaniladi.

Aslida nazm va nasrda ba'zi jihatlar bo'yicha ajratib olinuvchi bunday san'atlardan faqat ayrimlarigina publitsistikaga ko'chgan bo'lsa ham, biroq ular sarlavhalarning jozibali, ta'sirchan bo'lib chiqishida juda katta ahamiyatga ega. Shulardan ayrimlari bilan tanishib chiqsak.

Ta'zod. (zid, qarama-qarshilantirish) - bu san'at qarshilantirish ma'nosida qo'llanib, ma'no jihatdan bir-biriga zid bo'lgan so'zlardan sarlavhalarda foydalaniladi. Bunda sarlavhalar ma'noviy va shaklan zid bo'lgan so'zlardan tuzilishi mumkin. Misollar: “men do'stinga dushmanman” (media+). “Eng oson-eng qiyin masala” (Huquq). “Nur va soya”. “Jeyms Bondning ayollari: kecha va

¹⁵Colin Macfarlane. Hit the HeadlinesExciting journalismactivities forimproving writing and thinking skills. 2012 P.150.

bugun” (“Darakchi”). “Qadimiylik va navqironlik timsoli” (region.uz). “Savol-shou, javob-shou” (O‘zbekiston adabiyoti va san’ati), “Sevgi va nafrat” (Bekajon).

Jonlantirish – odamlarga xos xususiyatlarni jonsiz predmetlarga: hayvon, qushlar, tabiat hodisalariga ko‘chirish. “Umidning uzilgan yaprog‘i” (“Darakchi”), “Baliqlar raqsi”, “Achchiq yolg‘onning berahm qaynonasi” (“Bekajon”). “Qalbi keng muqaddas O‘zbekiston”, “Yurt uchun youib yashayman” (region.uz.), “Masrur g‘uncha to‘lg‘onib”, “Oyning chehrasi gulgun”, “Suv kuladi qiqirlab”, “Yalpiz yerdan ko‘taradi bosh”.

Metafora - so‘z ma‘nosini narsa va hodisalar o‘rtasidagi o‘xshashlikka asoslanib ko‘chirish. “Bombardimonchi yo‘lbarlar”, “Asrlarga bo‘y cho‘zgan shahar”, “Qorachiq larda nur ato etayotgan mehr” (region.uz.). “Kambag‘alni tuyani ustida ham it qopadi”, “Fortochkalar ko‘payib ketayapti” (“Media+”). “Har kim toki, jar labiga bormasin” (Afandi) “Alp komatli burgutlar”, “Buloqning ko‘ziga uzuk” (Hordiq).

Ishtiqoq – sarlavhada o‘zakdosh so‘zlardan foydalanish. Bu sarlavhaning jarangdorligini oshiradi. “Umidsiz Umida” (“Darakchi”), “Bilimlar kuniga yangi bilim maskani” (region.uz.). “Gulshandagi gul” (“Huquq”), “Ilmning ilmiy kashfiyoti” (“Tafakkur”). “Voqealar bilan izma-iz” “O‘tish davridan o‘tgan jamoa” (Chag‘oniyon), “May nima, mayxona qayer” (“Hidoyat”), “Boshlovchining “boshi” bormi?”, “Oy oynasi tushar dilimga” (“O‘zbekiston adabiyoti va san’ati”), “Izlaganini topgan izlanuvchi” (“Hidoyat”).

Tajnis san’ati - shaklan o‘xshash so‘zlardan sarlavhada foydalanish. “Ilohiy kuch ilhom beradi” (“Media+”), “Islahotlar aksi inshootlarda”, “Imtiyoz va imkoniyat”, “Hashar elga yarashar” (region.uz.). “O‘qish emas, uqish kerak” (Ma‘rifat), “Fikri zikri gazeta” (Hordiq)

Kinoya – eng ko‘p qo‘llanadigan lisoniy uslubiy san‘at turi. Bunda kinoya qilinayotgan so‘z albatta, qo‘shimoqqa olinadi. “Sog‘lom mahsulotlar” sotuvda (Bekajon). “Fortochka”lar ko‘payib ketdi, Milanlik “qariya”, “Tanka” nimami

yoki kim? (Media+). “Adashgan sovg‘a”, “Kasofat” (Bekajon), “Padarkush polvon”, “Ko‘chaning a‘lochisi”, “Ko‘chirmakash shoir”.

Allegoriya: Ramz, ramziy ifodalardan foydalanish. Bombardimonchi “yo‘lbarlar” (Huquq, 26.04.2007), “Hududsiz jilva” jozibisi (O‘zbekiston adabiyoti va san‘ati). “Jurnalist”ning yangi soni. (O‘zbekiston Milliy Universiteti gazetasi). “Hududsiz jilva” jozibasi (O‘zbekiston adabiyoti va san‘ati).

Takror – bir so‘zni qayta takrorlash. “Tez yordam”, tez keling. “Yangi avlod” yangi nomlar (“Darakchi”), “O‘sha-o‘sha nigohlar”, “Izlab-izlab topganim” (Bekajon) “Izlanish va yana izlanish” (Ma‘rifat) “Qo‘lma - qo‘l bo‘lgan qizlar” (“Darakchi”), “Yashash yaxshi, yaxshi yashash undan ham yaxshi”, “Eh Osiyo, Osiyo!”, “So‘z haqida so‘z”.

Perefraz – Nutqiy ta‘sirni oshirish uchun odam voqealarning nomi, ularning ma‘no va xususiyatlarini so‘z bilan almashtirish. “Charm qo‘lqop ustalari” Bokuda (Sog‘lom avlod), “Nafsi hakkalak otganlar. “Ziyo tarqatuvchilar” (O‘zbekiston adabiyoti va san‘ati).

Tashbeh – biror voqea yoki hodisani o‘xshatish san‘ati orqali tasvirlash. “Igna uchidagi qasr”, “Mahorat maktabi”ning qaldirg‘ochlari (O‘zbekiston adabiyoti va san‘ati), “Sarvara” “Kulol” karvoniga sarbon, “Haqiqat bir aziz ovchimi?” (Media+).

Mubolag‘a: “Doka ro‘mol qachon quriydi” (“Darakchi”), “Kulayotgan kalamush” (“Afandi”), “Nodir dargoh bekasi” (Vatanparvar), “Yulduzlar bilan sirlashib” (Darakchi).

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. 2012. P. 145-146.
2. Toshaliyev I. Sarlavha stilistikasi. Jurnalistika ixtisosligi uchun o‘quv qo‘llanma. T.: Universitet, 1995. 4-22 b.
3. Xalikova M.I., Tashmuxamedova L.I. Gazeta sarlavhalari uslubiyati: O‘quv qo‘llanma. T.: Iste‘dod, 2009. 59 b.

Mavzu bo'yicha savollar

1. Sarlavha tanlashda muallif nimalarga ahamiyat berishi kerak?
2. Lisoniy-uslubiy san'atlar nima?
3. Samarali sarlavha tanlashning qanday usullarini bilasiz?

Mavzu bo'yicha test savollari

1. Sarlavhada o'zakkodosh so'zlardan foydalanish lisoniy-uslubiy san'atlardan qay biriga tegishli?

- a) Tashbeh
- b) Perefraz
- d) Ishtiyoq
- e) Tajnis

2. Sarlavhada ta'zod qanday ma'noni bildiradi?

- a) bir so'zni qayta takrorlash
- b) zid, qarama-qarshilantirish
- d) odamlarga xos xususiyatlarni jonsiz predmetlarga ko'chirish
- e) to'g'ri javob yo'q

3. Quyidagi sarlavhalarning qaysi birida tajnis san'ati qo'llangan?

- a) "O'qish emas, uqish kerak", "Gulshandagi gul"
- b) "Imtiyoz va imkoniyat", "Ilohiy kuch ilhom beradi"
- d) "Yangi avlod" yangi nomlar, "Ilmning ilmiy kashfiyoti"
- e) Barcha javoblar to'g'ri

4. «Tanka» nimami yoki kim?» sarlavhasida qanday lisoniy-uslubiy san'atdan foydalanilgan?

- a) allegoriya;
- b) metafora;

d) tashbeh;

e) kinoya

5. Sarlavhaning vazifasi qaysi bandda to'g'ri ta'riflangan?

a) Matnning mundariyasi

b) Matnning birinchi jumlasini

d) Matnning tarkibiy qismi

e) Rukn

6. Mavzuli sarlavha tagidagi ta'rifi qaysi bandda to'g'ri berilgan?

a) Mavzuli sarlavha jadval mavzusi va mazmunini belgilaydi

b) Matn mavzusi nima haqidaligini ifoda etadi

d) Kitobxonni asosiy matnga murojaat etmay jadval mazmunidan xabardor bo'lishini ta'minlaydi

e) Mavzuli sarlavha jadval mavzusi va mazmunini belgilaydi, matn mavzusi nima haqidaligini ifoda etadi.

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Sarlavha va matn uyg'unligi.

2. Sarlavha tanlash mahorati.

3. Sarlavha – yarim maqola.

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Sarlavha	заголовок	headline	asarning, asar qismlarining, boblarining nomi hisoblanadi.
Sarlavha	заголовок	headline	muallif va o'quvchi o'rtasidagi muloqotning boshlanishi
Metafora	метафора	Metaphor	so'z ma'nosini narsa va hodisalar o'rtasidagi o'xshashlikka asoslanib ko'chirish.
Perefraz	перифраз	periphrasis	Nutqiy ta'sirni oshirish uchun odam va voqealarning nomi

Tarqatma materiallar
“Aqliy hujum” metodi asosida mashg‘ulot o‘tkazish

Mavzu: “Sarlavha tanlash mahorati”

1-bosqich. Savol o‘rtaga tashlanadi.

2-bosqich. Fikrlar so‘raladi va doskaga yozib boriladi.

3- bosqich. Fikrlar izohlanadi va xulosalanadi.

“FSMU” metodi asosida guruhlarda ishlash.

(Guruhlarda ishlash)

Fikr: Samarali sarlavha muvaffaqiyatli matn garovidir

Sabab:

Misol:

Umumlashma:

OAV DA YOZMA MATN

1. Til, nutq va matn tushunchasi.
2. Matn yozma nutqning asosiy ko‘rinishi.
3. Matn turlari: mikromatn va makromatn.
4. Matnning tarkibiy qismlari.
5. Mass-mediada beriladigan matn turlari.
6. Samarali matn yaratish talablari.

Tayanch so‘zlar: *Til, nutq, matn, matn turlari, samarali matn, mikromatn, makromatn, poligrafiya, ilmiy matn, badiiy matn, rasmiy matn, ommabop matn, kirish, asosiy qism, muallif nutqi, qahramon nutqi.*

Til – ulkan xazina. Har bir ijodkor bu xazinadan o‘z ruhiy ehtiyoji va ijodiy mahorati doirasida foydalanadi. “Aslida o‘zbek tilining tasvir imkoniyatlari, ichki potensial quvvati juda katta. Buni faqat va faqat iste’dodli yozuvchilar ko‘rsata oladi. O‘lik tilni tiriltiradigan ham, tirik tilni o‘ldiradigan ham yozuvchilardir”. Darhaqiqat, bu jihatdan juda katta mas’uliyat shoir va adiblar hamda jurnalistlarning zimmasiga tushadi. Zotan, muayyan fikrning moddiy ko‘rinishi o‘laroq yaratilgan matn yuzlab hatto minglab nusxada tarqalishi va shu asno o‘quvchining ruhiy dunyosiga kirib borishi mumkin.

Jurnalistning matn ustida ishlash mahorati til rivoji va tafakkurni kengaytirish yo‘lidagi harakatning amaliy ifodasi bo‘lgani uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi. Shu ma’noda har qanday publitsistik asarning til taraqqiyoti va jurnalistik jarayonda tutgan o‘ziga xos o‘rni bo‘ladi. Albatta, barcha ijod namunalari ham estetik voqelik maqomiga ko‘tarila olmaydi. Masalaning ayni jihati yozuvchining matn ustida ishlash mahoratiga, so‘zni his qila bilish qobiliyatiga va uning barcha ijodiy o‘ziga xosliklarini qamrab oluvchi uslubiga borib taqaladi. Ayni paytda tilshunosligimizda lisoniy vositalardan foydalanish hamda jurnalistning matn yaratish mahorati bugungi kunning dolzarb masalasidir.

Jurnalist matni tili va uslubi, til estetikasi xususida fikr yuritishdan avval matnning o‘zi nima ekanligiga oydinlik kiritib olish lozim. Aytish joizki, matn atamasi bir qator adabiyotlarda turlicha izohlangan. O‘zbek tilining izohli lug‘atida matn so‘zining arabchadan o‘zlashganligi, eskirgan kitobiy so‘z ekanligi va aynan tekst so‘zi anglatgan ma‘noga teng ekanligi ta’kidlangan. Izohli lug‘atning 156-betida tekst so‘ziga quyidagicha ta’rif beriladi:

1. Yozilgan, ko‘chirilgan yoki bosilgan ijodiy, ilmiy asar, nutq, hujjat va shu kabilar yoki ularning bir parchasi; matn. Maqolaning teksti.
2. Musiqa asariga, masalan, biror kuyga, opera, romans va shu kabilarga asos bo‘lgan she‘r, so‘z.
3. Poligrafiyada yirik shriftlardan birining nomi.

Albatta, yuqoridagi bandlar matnning to‘liq ta’rif va xususiyatini qamrab olgan deyish qiyin. Chunki axborot-kommunikatsiya vositalarining rivoji bilan bevosita bog‘liq ravishda Word matn, RTF matn, oddiy matn, formatlangan matn, gipermatn kabi yangi atamalar ham paydo bo‘ldi. Demakki, matn atamasi anglatgan ma‘noning ko‘lami yanada kengaydi.

Bilamizki, nutq og‘zaki va yozma shaklda ifodalanadi. “Nutqning yozma shakli matn atamasi ifodalaydigan mazmunga muvofiq keladi”. Demak, nutqning yozma shakl olishi – bu matn. Shu ma’noda har qanday nutq muayyan fikrning ifodasi bo‘lgani kabi har qanday matn ayni bir munosabatining yozma ko‘rinishda moddiylik kasb etishidir. U “faqat obyektiv informatsiyadan iborat bo‘lmay, balki o‘ziga pragmatik mazmuni ham qamrab olgan nutqning material ko‘rinishidir”.

“Umuman matn, deyilganda nutqiy jarayon mahsuli bo‘lgan, tugallangan, yozma shaklda mavjud bo‘lgan, adabiy shakllangan, superfrazali birliklardan tuzilgan, leksik, grammatik, logik, stilistik aloqalar bilan bog‘langan, aniq maqsadli va pragmatik qurilmali nutqiy asarni tushunmoq kerak”.

Matn uslubiy mohiyatiga ko‘ra quyidagi turlarga bo‘linadi:

ilmiy matn (tezis, maqola, ma’ruza, annotatsiya, taqrizlar);

badiiy matn (nasriy va nazmiy asarlar);

rasmiy matn (ma'lumotnoma, qaror, buyruq, tavsifnoma, tavsiiyanomalar);
ommabop matn (maqola, suhbat, tabrik va xitob nutqi matnlari).

Tilshunos olim M. Yo'ldoshev **matnni hajm va mazmun belgisiga ko'ra**

ikkiga ajratadi:

1. Hajm belgisiga ko'ra matn tiplari: a) minimal matn (mikromatn)
b) maksimal matn (makromatn):
2. Ifoda maqsadi va mazmun belgisiga ko'ra matn tiplari:
 - a) hikoya mazmunli matn;
 - b) tasviriy matn;
 - d) izoh mazmunli matn;
 - e) didaktik matn;
 - g) xabar mazmunli matn;
 - i) buyruq mazmunli matn;
 - j) hissiy ifoda mazmunli matn.

Mikromatn kichik hajmga (hatto, bitta gapdan iborat bo'lgan) ega bo'lgan, tugal mazmun kasb etgan asardir. Mikromatn deyilganda biror mavzuni yoritishga bog'ishlangan qatralar, xalq donishmandligini ifodalaydigan maqol, matal va aforizmlar, miniatyuralar, hajviy asarlar, nomalar, she'r va she'riy parchalar, umuman, kichik mavzuni qamrab oluvchi bir necha gaplardan iborat butunlik tushuniladi. Matnning ichki tomonini mazmun yaxlitligi, tashqi tomonini esa turli shakldagi bog'lamalar, sintaktik vositalar birlashtirib turadi. Bunga misol qilib O'tkir Hoshimovning "Daftar hoshiyasidagi bitiklar" nomli kitobida berilgan matnlarni keltirishimiz mumkin. Masalan, "Bilimdon" sarlavhali matn: "Hamma narsani bilaman, deydigan odam hech narsani bilmaydi!" Yoki "Xudbin" nomli matn: "O'zidan boshqa hammani yomon ko'radigan odam oxir-oqibat o'zidan boshqa hammaning nafratiga yo'liqadi." jumlasidan iborat. Ushbu matn bitta gapdan tashkil topgan bo'lsa ham tugal fikr berilgan va o'zining mazmun-mohiyati bilan ajralib turadi. Hatto ushbu matnlarga sarlavha qo'yilishi matnga qo'yiladigan talabga to'liq amal qilinganligidan dalolat beradi. Yana ushbu

misollarga e'tiborni qaratsak: "Sun'iy yo'ldosh yaratildi yu sayyoramiz global teatrda aylandi-qo'ydi, bu teatrda hamma aktyor, tomoshabin esa yo'q.", "G'ildirak oyoq uchun qanday qulaylik yaratgan bo'lsa, til, nutq, so'z ham aql uchun ana shunday vazifalarni ado etadi." Ushbu jumalarda fikr tugalligi mavjud bo'lib, yaxlit matnni yuzaga keltiradi. Mikro (kichik) matn yaxlitligi, bir butunligi shakl va mazmun, mavzu va muloqot uyg'unligidan yuzaga keladi.

Makromatn – katta hajmga ega bo'lgan yozma matn. U qismlar, boblar, paragraflardan tashkil topgan bo'lishi mumkin. Badiiy uslubda hikoya, qissa, roman, epopeya kabi yirik hajmli asarlar makromatn hisoblanadi. Makromatn mikromatnlardan tashkil topadi. Eng kichik butunlik abzasga, eng katta butunlik esa bob (qism yoki fasl)larga to'g'ri keladi. Bunday matn tarkibida epigraf, so'zboshi (muqaddima), so'ngso'z (epilog) kabi yordamchi qismlar ham ishtirok etishi mumkin. Ular asar mazmuni va g'oyasiga, shuningdek, mavzuning tanlanishi va yoritilishiga oid ayrim masalalarga qo'shimcha izoh, sharh bo'lib keladi.

Matnning eng kichik birligi (va ko'rinishi) bo'lgan abzas ham o'ziga xos mazmuniy va tarkibiy qismlar qurilishidan iborat. Bunday mazmuniy-mantiqiy qismlar odatda kirish, asosiy qism va xulosa munosabatida tarkiblanadi hamda murakkab sintaktik butunlikni, aloqaviy tugallikni hosil qiladi. Uning mazmuniy markazini mavzu tashkil etadi.

Maksimal matn tashqi jihatdan turlicha shakllangan bo'ladi. Masalan, Husayn Voiz Koshifiyning "Futuvvatnomai sultoniyy" asari muqaddima, yettita bobdan iborat. Har bir bob esa bir necha fasllardan iborat bo'lib, ularning har birida bobga oid muhim masalalar haqida alohida va chuqur fikr yuritilgan. Birinchi bob "Futuvvatning manbai, mohiyati, tariqat va odob hamda uning ruknlari haqida", deb nomlanib, 1-fasli "Futuvvatning mazhari (mohiyati) va uning odobi haqida", 2-fasli "Tariqatning ma'nosi va unga tegishli narsalar haqida", 3-fasli "Tasavvufning ma'nosi, uning odobi va ruknlar haqida", 4-fasli "Faqr va uning odobu arkoni haqida" sarlavhalari bilan berilgan. Ba'zi boblarda o'ndan

ortiq fasllar mavjud bo'lib, ularning har birining o'z nomi va obykti mavjud. Bunday holat asarning mukammalligi va izchilligini ta'minlagan. Har bitta aytilgan fikr asoslanilgan.

Makromatn mazmuni va qurilishi muayyan qismlar, boblar, ruknlar, fasl yoki bandlar orqali ayonlashadi. Material mavzu matn qismlari o'rtasida munosabat bavoitadir – muloqotning umumiy maqsadi va asosiy mavzu talabi asosida bog'lanadi.

Matniy muloqotda **kirish** qism odatda ruhiy (psixologik) yoki badiiy (estetik) yoxud maqsad va muammolar tavsifi kabi vazifalarni bajaradi. **Asosiy qismda** maqsad bayon qilinadi, dalillanadi, sharhlanadi. Matnning bunday kompozitsion tarkiblanishi yaxlit nutqiy to'qimani yaratadi.

Lingvistik nuqtai nazardan e'tirof etadigan bo'lsak matn lisoniy va nolisoniy vositalar majmuidan tarkiblangan asosiy aloqaviy-nutqiy birlik sanaladi. Biz, odatda, alohida so'zlar bilan emas, balki gaplar, matnlar vositasida muloqot qilamiz. Shu ma'noda tugal fikr ifodalagan aloqa birligini matn deyish mumkin. Lekin aksariyat maxsus tarzda uyushgan o'zaro mantiqan bog'langan, tugal mazmun ifodalagan gaplar, ifodalar silsilasi tadrjiiy qo'llanilishi nazarda tutiladi.

Matn yozuv vositasida ijro etilgan shaxsiy yoki ijtimoiy nutqiy faoliyat jarayoni va bu jarayonning qayd etilgan natijasidir. Matn - til vositalari orqali yozma tarzda bayon qilingan va muayyan bir tugal axborot tashuvchi hujjat. Matn bu inson faoliyatini muvofiqlashtiruvchi, boshqaruvchi va birlashtiruvchi vosita; kishilarni turfa xil lisoniy va nolisoniy xatti-harakatlarga undash, da'vat etish, ularning bir-birini tushunishlarini ta'minlash imkoniyatiga ega kommunikativ birlik, keng ma'noda esa ijtimoiy hamkorlik qilish qurol (kodi) aloqa qilish robitasi (kanali) hisoblanadi.

Ayrim adabiyotlarda esa matn hajm jihatidan uchga ajratilganini ko'rish mumkin: kichik, o'rta va katta hajmli matnlar. "Telegramma, ma'lumotnoma, ariza, ishonch xati, tushuntirish xati hamda vaqti matbuotda chiqadigan e'lon va xabarlar kichik hajmdagi matnlar sanaladi. O'rta hajmdagi matnlarga hikoya, qissa,

she'r, doston, poemalar kiradi. Katta hajmdagi matnlarga povest, roman, dramatik asarlar, trilogiyalar kiradi”.

Odatda, matnning ichki tomonini mazmun yaxlitligi, tashqi tomonini esa turli shakldagi bog‘lamalar, sintaktik vositalar birlashtirib turadi”.

Ma'lumki, matnda voqelikni tasvirlashda nutq muhim o‘rin tutadi. Matnda voqelikni qay tarzda hikoyalinishiga ko‘ra quyidagi nutq ko‘rinishlari mavjud:

1. Muallif nutqi

A) Muallif-hikoyachi nutqi, B) Qahramon-hikoyachi nutqi

2. Qahramonlar nutqi

Jurnalist matnida asosiy nutq ijrochisi – bu muallifning o‘zi hisoblanadi. Jurnalist nutqi asosan monolog usulida yaratiladi. Shuningdek, jurnalistika janrlari nuqtai nazaridan jurnalist matnida dialogik nutq, shuningdek, ichki, tashqi va parallel nutq, remarkalardan ham foydalanish mumkin.

Matnni quyidagi xususiyatlar bo‘yicha tadqiq etish mumkin:

➤ **matnning fonetik-fonologik xususiyatlari** unilarni birdan ortiq yozish, undoshlarni birdan ortiq yozish, so‘zlarni (ataylab) noto‘g‘ri talaffuz qilish, alliteratsiya, assonans va boshqalar;

➤ **matnning leksik-semantik xususiyatlari** (ma‘nodosh so‘zlar, shakldosh so‘zlar, paronim so‘zlar, zid ma‘noli so‘zlar, ko‘p ma‘noli so‘zlar, eskirgan so‘zlar, yangi so‘zlar, shevalar, barqaror birikmalar (iboralar, tasviriy ifodalar, maqollar va *ko‘chimlar* (metafora, metonimiya, tashxis, intoq, mubolag‘a, kichraytirish, kinoya, parafraza, sarkazm);

➤ **matnning morfologik xususiyatlari** (matn tarkibidagi so‘zlarga qo‘shilgan turli morfologik qo‘shimchalar matnda turli ma‘no bo‘yoqlarini (hurmat, manmanlik, kesatiq, piching, mensimaslik, chegara, istehzo), muallifning voqelikka ijobiy yoki salbiy munosabatini ifodalashga xizmat qiladi);

➤ **matnning sintaktik xususiyatlari** (sintaktik parallelizm, emotsional gap, ritorik so‘roq gap, inversiya, ellipsis, gradatsiya, antiteza, farqlash, o‘xshatish).

Matnni tarkiblashda kishi uni talqin etish hamda tushunish yo'llari va usullarini ham hisobga oladi. Axborot matni o'quvchi uchun oson va qulay bo'lgan talqin usuliga muvofiqlashtiriladi. Matbuotda bu jurnalistdan alohida mas'uliyatni talab qiladi. Chunki bu jarayonda faqat grammatika qonun-qoidalarigina emas, aloqa vaziyati maqsadi va mazmunining fahmlanish imkoniyatlariga ham amal qilinadi.

Jurnalist voqelikni tasvirlashda, eng avvalo, uni qanday shaklda berishni o'ylaydi. Shu ma'noda matn va uning turlari, matn yaratishning asosiy tamoyillari va uning mukammalligini ta'minlashda asos bo'ladigan jihatlar haqida bilim va malakaga ega bo'lishi shart. Muharrir uchun esa, matn, uning tarkibiy qismlari, uslubiy-janriy xususiyatlarini aniqlash va tahrir jarayonida ularni e'tiborga olish muhim sanaladi. Tahrir ilmi va ta'limida matn tahlili va tahriri: mavzu va mazmun, matn qurilishi va qismlarga bo'linishi, matn va nashr turlari, mazmuniy-mantiqiy birliklar, ularning o'ziga xos xususiyatlari turli xil sifatdagi xato va nuqsonlarni aniqlash va bartaraf etish kabilar bilan bog'liq muammolarga alohida e'tibor beriladi. Demak, tahrir ilmi va ta'limi alohida-alohida til hodisalari va birliklari xususida emas, balki yaxlit bir matn tuzilishi, tarkiblanishi, lisoniy-uslubiy unsurlarning muayyan bir mazmun, maqsadga, o'quvchilar toifasiga muvofiqlashtirilishi muammolari haqida bahs yuritadi.

Samarali matn yaratishning 10 qoidasi:

Samarali matn yaratishning qoidalari bormi? Balki faqat bittagina qoida bordir? Yoki matnni yozma ifodalashni o'zi kifoya qiladimi? Bu borada biz o'z fikrlarimizni 10 ta qoida asosida ifodalab berishga harakat qildik:

1. Ko'p o'qish

O'qish nafaqat dunyoni kashf etish, balki til dunyosiga kirishga ham yordam beradi. Agarda siz mikrobiologiya yoki sirlı qotillik haqidagi kitobni, yo jurnaldan axborot matnini, yoki bo'lmasa fantaziya janridagi asarni o'qisangiz, asta-sekin so'zlar yordamida ularning olamiga kirib borasiz. O'qish jarayonida inson o'zi bilmagan holatda tilni ham o'rganadi. Bu jarayonda o'quvchining

nafaqat soʻz boyligi, balki gap tuzish mahorati ham oshib boradi. Siz til vositalaridan qanday foydalanish kerak yoki kerak emasligini oʻrganasiz. Bundan yaxshi yoki yomon dars olishingiz (xulosa chiqarishingiz) mumkin. Bu jarayon sizni oʻzga olam, oʻzga vaqtga olib boradi va qalbingizda turli xil qarama-qarshi hissiyotlarni uygʻotadi. Yozuvchi soʻzlar yordamida bergan fikrlar siz kitobni oʻqib boʻlib, yopganingizdan keyin ham sizni tark etmaydi. Qancha koʻp oʻqiganingiz sayin hayotda tajribangiz oshib boradi va tilingiz yanada goʻzal va aniq shaklga kira boshlaydi.

Matnning “yomon dars” berish holatlari ham mavjud: Matnning yarim betini oʻqib boʻlmasingizdan uyquga tortadigan maqolani birinchi abzasidan keyin oʻqishga boʻlgan ishtiyoqning soʻnishi bunga sabab boʻladi. Lekin bunday holatda ham inson oʻzi uchun nimadir oladi. Qanday qilib kerak boʻlmagan soʻzlarni ishlatmaslikni, oʻz fikrlarini bunday shaklda bermaslikni, gap tuzishdagi xatolarga yoʻl qoʻymaslikni anglab oladi.

Tasavvur qilib koʻring, musiqachi boʻlishni istagan inson umuman musiqa eshitmasa musiqa ijod qila olmaydi. Xuddi shunday, yozuvchi boʻlishni xohlagan inson oʻqishni xush koʻrmasligini tasavvur qilib boʻlmaydi.

2-qoida. Nimani gapirishni bilish

Bir qarashda bu savol juda sodda tuyuladi. Lekin, oʻylab qarasak, matn yaratish jarayonida soatlab kompyuter roʻparasida hech narsani yoza olmay oʻtirgan paytlarimiz boʻladi. Koʻpincha bunday holatda “ilhom kelmayapti” deb bahona qilamiz. Aslini olganda bunga materialning yetishmasligi, bilim yoki fikrlarning kamligi, nimani gapirishimizni aniq tasavvur qila olmasligimiz sabab boʻladi. Balki siz oʻz miyangizda gʻoyalarni yaxshi pishitmagandirsiz? Siz nima haqida oʻylayotganingiz toʻgʻrisida aniq tasavvurga ega emassiz? Qoʻyayotgan savollaringiz qay darajada oʻrinli ekanligini oʻzingiz ham bilmaysiz. Balki, masala ustida yetarlicha tadqiqot olib bormagandirsiz? Materialni aniq tasavvur qila olmasangiz uni qogʻozga tushurish ham murakkab jarayonga aylanadi.

Baʼzida fikrlarimizni yozishdan koʻra ogʻzaki ifodalashimiz osonroq kechadi. Ogʻzaki nutq jarayonida tinglovchi maʼlumotni anglab olishga ulgurmasdan yoʻl qoʻyilgan xatolarni darrov tuzatish mumkin. Doʻstlarimiz bizni hurmat qilib gaplarimizni oxirigacha tinglashi mumkin. Lekin oʻquvchi yozma nutqimizni oʻqish jarayonida unga qiziqarli boʻlmasa shu zahoti oʻqishni toʻxtadi.

3-qoida. Fikrlarni jamlab olish

Rejasiz yozish reja bilan yozishdan koʻra ancha mushkul. Lekin bunday yozish ham mumkin. Rejasiz yozishni boshlaganda koʻp bora qayta koʻrib chiqish va matnni toʻgʻirlashga tayyor boʻlishingiz kerak. Reklama matnini yoki jurnal maqolasi boʻladimi, uni yaratishdan oldin tuzulishi (strukturasi)ni aniqlab olish kam mashaqqatli, puxta oʻylangan va samarali usul hisoblanadi.

Mediamuloqotning baʼzi turlari oʻz ichki shakliga ega boʻlib oʻziga xos shablon (qolip) vazifasini bajara oladi. Bunga gazeta press-reviz yoki reklama shakllari misol boʻla oladi.

Hamma materialni yozib olgandan soʻng yozuvchi uni miyasida tahlil qilishni boshlaydi. Tahlil jarayonida qisqa fragmentlarni eslab qolish mumkin. Ammo uzun jummalarni yodda tutish mushkul boʻladi. Shuning uchun baʼzi yozuvchilar kalit soʻzlarni qogʻozga tushirib olib, soʻngra matnni yozish jarayonida ular orqali fikrlarini qayta jamlab olishadi. Baʼzilar esa kalit soʻzlar bilan kifoyalanmay fikrlarni toʻliq shaklda yozib olishga harakat qiladilar. Baʼzilar matnni kompyuterga kirgizib turli xil yoʻllar bilan tahrir qilishga kirishadilar. Har bir fikrni alohida-alohida fayllarga yozib, ularni ketma-ketligini oʻzgartirish jarayonida matn yaratadigan yozuvchilar ham bor.

4-qoida. Auditoriyani oʻrganish

Maqola yozish internetdan xabar joʻnatish yoki doʻstlaringizga multimedia orqali xat yozishdan farq qiladi. Maqola auditoriyasi degenda nimani tushunamiz? Qanday qilib kim oʻqishi yoki tinglashini bilmasdan turib matn yaratish mumkin? Auditoriyani oʻrganmasdan tayyorlagan materialingiz tinglovchi, oʻquvchi yoki tomoshabinga kerak yoki kerak emasligini bilmaysiz. Bu insonlarga qanday

yondashish, qanday leksikadan foydalanish, qanday ohangda gapirish, asosiy fikrni qanday yetkazish kerakligini aniqlash qiyin. Yumordan foydalanish o‘rinlimi? Asosiy fikr tushunarli bo‘la oladimi? Buni auditoriyani o‘rganmasdan turib aniqlash qiyin. Aynan shuning uchun yirik kompaniyalar bozorga chiqishdan oldin iste‘molchini yaxshilab o‘rganadi. Shuningdek, yozuvchi ham matn yaratishdan oldin auditoriyani yaxshilab o‘rgangan bo‘lishi kerak. Auditoriyani yaxshi o‘rganish yaxshi matn yaratishning kaliti hisoblanadi.

5-qoida: Grammatika qoidalarini yaxshi bilish va ularni amalda qo‘llay olish

Bu yerda o‘yin qoidalariga qaytamiz. Ahamiyat bersangiz, qoidalarni bilish faqatgina aytishga fikrlaringiz bo‘lganida ularni qanday ifodalashni va kinga qaratilgan bo‘lishini bilgan holatingizdagina sizga as qotishi mumkin.

Qoidalarning o‘zi (fe‘l shakllari, tutuq belgilari) kontekstsiz amalga oshirilmaydi. Kontekst bu yozishdir. Grammatik qoidalarga biz yozish jarayonida o‘rganamiz.

6-qoida: So‘z boyligidan foydalana olish mahorati

Haykaltaroshda loy, rassomda bo‘yoq bo‘lganidek so‘zlar yozuvchining asosiy ish quroli bo‘lib hizmat qiladi. Bir qarashda bu juda oddiy. Faqatgina so‘z orqali yozuvchi murakkab jarayonlarni amalga oshira oladi: auditoriyani o‘ziga jalb etadi, aloqa o‘rnatadi, axborot beradi, vaziyatni yoritadi, sahna yaratadi, hordiq chiqazadi, voqeani so‘zlab beradi, mahsulotni reklama qiladi. Ijodkorlar foydalanadigan qurollardan eng katta kuchga ega bo‘lgani bu so‘zdir. So‘z yordamida biz nafaqat asosiy ma‘noni balki ma‘no qirralarini yoritib bera olamiz. Masalan, “gapirmoq” ma‘nosida ishlatiladigan so‘zlarni oladigan bo‘lsak: so‘zlashmoq, gaplashmoq, dardlashmoq, baqirmoq, pichirlamoq, g‘iybatlashmoq, gurunglashmoq va boshqalarni oladigan bo‘lsak, ularning har biri alohida ma‘no qirrasiga (ijobiy, salbiy) ega.

Aytib o‘tish joizki, so‘zlar nafaqat ma‘no va ma‘no qirralariga, balki ritm (ohang) va jarangiga ham ega bo‘ladi. So‘z boyligi qanchalik ko‘p bo‘lsa, fikrlash

doirasi ham shuncha keng bo'ladi. So'zlarni to'g'ri tanlab olish va ularni to'g'ri talaffuz qilish muhim. Qiyin frazalarni emas aynan sizni fikrlaringizni aniq ifodalay oladigan so'zlarni tanlab olish juda muhimdir.

7-qoida: Aniqlik va lo'ndalikka intilish

Matnni qog'ozga tushurishingiz bilan ular aniq va lo'nda bo'lib qolmaydi. Matndagi aniqlik undagi chalkashlik, noaniqlik, mavhumlik bo'lmagandagina yuzaga keladi. Matnni silliq holga keltirish muallifning vazifasi hisoblanadi. Matnda noaniqlikka duch kelgan o'quvchi tezda keyingi sahifaga o'tishga harakat qiladi. Sof va kuchli matn - turli xil bahs va munozaralarning ijobiy natijasidir. Adabiy til normalaridan chetga chiqish matnning aniqligiga putur yetkazadi. Yaxshi yozish uchun grammatik bilimlarga ega bo'lish muhimdir.

8-qoida: Eshitish qobiliyati

Tinglash uchun yoqimli matn yarating. Bu talabni ko'pgina og'zaki nutq sohiblari ta'kidlaydilar. Bu maslahat yozma matn ijodkorlariga ham tegishli. Matn og'zaki shaklga ega bo'lmasligi ham mumkin. Eshitish jarayoni matnni o'qiyotganingizda yuzaga keladi. Bunda ovoz chiqazib o'qish shart emas. Ya'ni o'quvchining ichki monologi orqali ham bilish mumkin. Agar siz quloqqa yaxshi eshitiladigan jummalarni yarata olsangiz yaxshi matn yozishga ham erisha olasiz.

Qo'llayotgan so'zlaringizni tinglashga harakat qiling. Talaffuzda qanday ma'no aks etayapti? O'qiganda so'zlar bir-biri bilan uyg'unlasha oladimi? So'zlarda ritm bormi, ularni takrorlash qanday samara beradi? Tovushlarning imkoniyatlarini puxta o'rganish matn yaratishda qo'l keladi.

9-qoida. Qayta ko'rib chiqish

Tasavvur qiling yozishni tugatdingiz. Keyingi qiladigan ishingiz - orfografiyani tekshirish bilan kifoyalanadimi? Yana bir bor o'ylab ko'ring. Sabr va qanoat bilan matnni qayta ko'rib chiqishga kirishing. Bu prozani sayqallashga, matnni tartibga solishga yordam beradi. Bu jarayon sizga fikrlaringizni qayta jamlashga yordam beradi. Matnga yangi nigoh bilan qarashga o'rgatadi. Shuning uchun qayta ko'rib chiqish juda muhim jarayon hisoblanadi. Demak, chuqur

fikrlovchi ijodkorlar yaxshi matn yaratish maqsadida uni yozib bo'lgach bir oz nafas rostlab olib, matnni qayta ko'rib chiqishga kirishadilar. Yaratilgan matn asosiy fikrlarni yoritib bera oladimi? Yozganlarim yetarlimi yoki yo'qmi? Berilayotgan fikrlar bir-biriga mos keladimi? Voqealar ketma-ketligi to'g'ri berilganmi? Tanlangan uslub auditoriyaga mosmi? Qayta ko'rib chiqish deganda bu kabi keskin savollarga javob bera olish hamda ularga javob topish uchun vaqt ajrata olish nazarda tutiladi.

O'z ishingiz ustida qayta ishlash murakkab jarayondir. Matnni bila turib unga boshqa nazar bilan yondashish har kimning ham qo'ldan kelavermaydi. Boshqa yozuvchilarning ishlaridagi xatolarni ko'rish ancha onson.

10-qoida: Matn ustida ko'p vaqt ishlash

Diqqatni bir joyga jamlab, matnga ko'p vaqt sarflay olish matn yozishdagi eng sodda, shu bilan birga eng murakkab ish hisoblanadi. Kundalik tashvishlaringiz bilan band bo'lish, yangi narsalarni ko'rish va o'rganishdan voz kechgan holda matn yaratishda o'z ustida ishlash, matnga bor vaqtingizni ajratish kerak bo'ladi. Yaxshi matn yaratish uchun soatlar, haftalar, oylar ba'zida yillar kerak bo'ladi. Matn yaratish jarayoni ba'zilarida tez va onson kechsa, ba'zilarida sekin va qiyin kechadi. Yaxshi matn yaratish uchun iqtidordan tashqari berilib ishlash ham talab etiladi.

Mardj Pirsi etganidek: "Haqiqiy ijodkor - yozadigan ijodkordir." Shuning uchun tezda yana ish stolingizga qaytib yozishda davom eting.¹⁶

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 7-11p.
2. Toxirov Z. Adabiy tahrir (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oily ta'lim muassasalari jurnalistika fakultetlari

¹⁶Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 7-11p.

talabalari uchun darslik sifatida nashrga tavsiya etilgan). T.: Tafakkur bo'stoni. 2012. 12-24 b.

3. Toshaliyev I., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 6-17 b.

Mavzu yuzasidan savollar

1. Matn nima?
2. Til deganda nimani tushunasiz?
3. Yozma matnga qanday talablar qo'yiladi?
4. Samarali matn yaratish uchun nimalarga ahamiyat berish kerak?
5. Matnning qanday turlarini bilasiz?
6. Matnning tarkibiy qismlariga nimalar kiradi?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. Kompozitsiya nima?

- a) Badiiy (jurnalistik) asar tuzilishi
- b) Badiiy shaklning muhim, tashkil etuvchi unsurlaridan biri
- d) Asar arxitektonikasi, qurilishi, konstruksiya
- e) *Barcha javoblar to'g'ri*

2. Matn ta'rifi qaysi bandda to'g'ri berilgan?

- a) *Adabiy tahrir obyekt, nisbatan tugal fikr ifodalangan yozma nutq*
- b) Muayyan asardan ajratib olingan parcha
- d) Tartiblangan va tarkiblangan fikr ifodasi
- e) Kontekst, axborot uzatish shakli va usuli

3. Til uslubiga to'g'ri ta'rif berilgan bandni aniqlang

- a) *Muayyan ijtimoiy vaziyatda -turmushda, rasmiy- ish sohasida va hokazoda foydalaniladigan til ko'rinishlari*
- b) Jamiyatdagi ayrim guruhlariga mansub so'zlar yig'indisi
- d) Muayyan tilning ayrim turlarining bir-biridan grammatik farqlanishi
- e) Talaffuzdagi o'ziga xoslik

4. Syujet ta'rif to'g'ri keltirilgan bandni ko'rsating

- a) Aynan kompozitsiya
- b) Asarda hodisalar haqidagi bayon qilish tartibi
- d) Mavzuni ochib berish usuli
- e) *Asarda hodisalar haqidagi bayon qilish tartibi, mavzuni ochib berish usuli*

5. Matn turlari to'liq keltirilgan bandni belgilang

- a) *Hikoya, rivoya, muhokama, tasvir*
- b) Ta'rif, tavsif, rivoya
- d) Tasvir, hikoya (rivoya), muhokama, tarix, tavsif
- e) Barcha javoblar noto'g'ri

6. Nusxa deb nimaga aytiladi?

- a) *Nimaningdir aniq aksi, takrori*
- b) Matnning boshqatdan yozilgan nusxasi
- d) Qo'lyozma asarning bosmaxonada ko'paytirilgan varianti
- e) Barcha javoblar noto'g'ri

7. Kontekst so'zining ma'nosi qaysi bandda to'g'ri ochib berilgan

- a) Nisbiy tugal fikr bildirgan jumla
- b) Bir abzasga teng matn
- d) *Muayyan asarning mazmunan tugal bir qismi, parchasi*
- e) So'zning ma'nosi ayonlashadigan so'zlar qurshovi

8. Matnni abzaslarga ajratish nimaga xizmat qiladi?

- a) Matnni o'qib, o'zlashtirishni osonlashtiradi
- b) Matn ayrim qismini alohida ajratib ko'rsatish imkonini beradi
- d) *Matnning mantiqan bir-biriga mos bo'lgan qismlarini ajratadi*
- e) To'g'ri javob yo'q

9. Samarali matn yaratishning nechta qoidasi mavjud?

- a) 5 ta
- b) 8 ta

d) 10 ta

e) 3 ta

10. Matnning hajmiga ko'ra qanday turlari bor?

a) Tavsifiy matn va makromatn

b) Makromatn va mikromatn

d) Makromatn va katta matn

e) Ilmiy matn va mikromatn

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Matn va uni yaratishda nimalarga e'tibor qaratish kerak?

2. Samarali matn yaratish usullari.

3. Matn turlari

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Matn	текст	text	(mazmun, ar - mundarija), 1) mullifning o'z so'zi; 2) yozilgan yoki bosilgan maqola, undagi chizmalar, tasvirlar, ilovalar va boshqalar bundan mustasno; 3) musiqa asari (opera, romans va hokazolar)ga tegishli so'z.
Matn bndlari	части текста	Parts of the text	matnning tarkibiy qismlari, abzaslar
Nutq	речь	speech	shaxs tomonidan til vositalaridan foydalangan holda fikr ifodalashi.
Kompozitsiya	композиция	composition	matn qurilmasi.
Abzas	образ	paragraph	matnning eng kichik birligi
Mikromatn	микротекст	Microtext	kichik hajmga (hatto, bita gapdan iborat bo'lgan) ega bo'lgan, tugal mazmun kasb etgan asardir
Makromatn	макротекст	Makrotekst	katta hajmga ega bo'lgan yozma matn

“KKIT” uslubi (SVOT-analiz, SWOT- analysis)

ILMIY MATN

“KKIT” uslubi (SVOT-analiz, SWOT- analysis)

Kuchli tomonlari (afzalliklari)	Kuchsiz tomonlari (kamchiliklari)	Imkoniyat-lari	To'siqlari

Kuchli tomonlari (afzalliklari)	Kuchsiz tomonlari (kamchiliklari)	Imkoniyat-	To'siqlari
Kuchli tomonlari (afzalliklari)	Kuchsiz tomonlari (kamchiliklari)	Imkoniyatlari	To'siqlari

BADIIY MATN

0022

“KKIT” uslubi (SVOT-analiz, SWOT- analysis) RASMIY MATN

Kuchli tomonlari (afzalliklari)	Kuchsiz tomonlari (kamchiliklari)	Imkoniyatlari	To'siqlari

“KKIT” uslubi (SVOT-analiz, SWOT- analysis) OMMABOP MATN

Kuchli tomonlari (afzalliklari)	Kuchsiz tomonlari (kamchiliklari)	Imkoniyat-lari	To'siqlari

AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN MATERIALLAR

FANNING PREDMETI, MAQSADI VA VAZIFALARI

BO'YICHA SUHBAT, SAVOL-JAVOB

1. “OAVda yozma matn. Nutq va munozara” fanning predmeti, maqsadi, vazifalari;
2. Til, nutq, matn, uslub tushunchalari;
3. Og'zaki nutq va yozma nutq;
4. Og'zaki nutqning fonetik xususiyatlarini aniqlash;
5. Og'zaki nutqning kamchiliklari va ustunlik jihatlari tahlil qilish.

Tarqatma materiallar

“Assisment” usuli

“OAVda yozma matn. Nutq va munozara”

<p style="text-align: center;">TEST</p> <p>1. Nutq nima? A. Fikr ifodalash shakli va usuli. V. Nutq sukutda. S. Aloqa turi. D. To‘g‘ri javob yo‘q</p> <p>2. Matn deb ... A. Nisbatan tugal fikr ifodalangan yozma nutq V. Muayyan asardan ajratib olingan parcha S. Barcha javoblar to‘g‘ri D. Biror muallif qo‘lyozmasi</p>	<p style="text-align: center;">KROSSVORD</p> <p>1. Ikki kishi o‘rtasidagi suhbat. 2. Til bilim va malaka sifatida ongda,da saqlanadi.</p>
<p style="text-align: center;">SIMPTOM</p> <p>Ommaviy axborot tili -</p>	<p style="text-align: center;">AMALIY KO‘NIKMA</p> <p>Ushbu so‘zlarning qay biri qaysi funksional uslublarga xos ravishda qo‘llaniladi. Katta, ulug‘, buyuk, zo‘r, azim, azamat, ulkan, bahaybat, haybatli, yirik, gigant</p>

“KKIT” uslubi (SVOT-analiz, SWOT- analysis)

YOzma nutq (matn)

Kuchli tomonlari (afzalliklari)	Kuchsiz tomonlari (kamchiliklari)	Imkoniyatlari	To‘siqlari

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 151-162 b.
2. Tohirov Z.T. Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo‘stoni, Cho‘lpon NNMIU, 2012. 12-16 b.
3. Shoabdurahmonov Sh., Asqarova M., Hojiev A. va boshqalar. Hozirgi o‘zbek adabiy tili. T.: O‘qituvchi, 1990. 7-22 b.
4. Toshaliyev I. Hozirgi o‘zbek tili uslubiyati. T.: Universitet, 2001. 40 b.
5. Toshaliyev I. E., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 14-16 b.
6. G‘ulomov A., Asqarova M. Hozirgi o‘zbek adabiy tili. Sintaksis. T.: O‘qituvchi, 1978. 6, 12, 33, 37 b.

SO‘Z MA’NOLARI YUZASIDAN SAVOL-JAVOB O‘TKAZISH

1. So‘z va so‘z ma‘nosi;
2. So‘zlarning ifoda va mazmun planlari;
3. So‘zlarning shakl va munosabatiga ko‘ra turlari.

Amaliy mashg‘ulot mavzusi uchun mashqlar

1-mashq. *Bir ma'noli va ko'p ma'noli so'zlarni ikki guruhga ajratib yozing.*

Til, qush, ot, kir, tish, chumchuq, ko‘z, leksika, urg‘u, bel, kub, yer, affiks, morfologiya, qalin, olmos, kar, dum, tog‘, tumshuq, men, tariq, yaproq, o‘q, tajang, ota, mol, fonetika, bosh, g‘azal, turk, issiq, tol, qaramoq, terak, ona, o‘t, yo‘l, tush, achchiq, jar, tez, jahl, uyqu, sahar, cho‘kmoq, daxl, to‘g‘ri, koridor, rus, yetik, qanot, bez, dam, tirnoq, ikki, foyda, tuyoq.

2-mashq. *Metafora, metonimiya, sinekdoxa usuli yordamida ma'nosi ko'chgan so'zlarni aniqlab, o'z va ko'chma ma'nolarini yozing.*

1. Bo'yi va eni bir yarim metr keladigan g'or og'zi ochildi. (S.Ahm.) 2. Ko'rpa sirg'alib yerga tushgan, derazadan kirayotgan yelvizak yelkasini yalab o'tmoqda edi. 3. Olti so'mni yubor, uchi yoningda qolsin. (O.) 4. Xonimchaga hozir eshitguvchi quloq kerak edi, shu bois Manzuraning savoliga javob bermagani andak g'ashini keltirgan bo'lsa-da, gapni davom ettirdi. (T.Malik) 5. Paxmoqsaqol bir nimaning ilinjida o'tirganini sezsa ham, Asadbek to'xtamay o'tib ketmoqchi bo'ldi. (T.Malik) 6. Necha yuz yillardan buyon Qoplonbop shunday gavjum yashaydi. (S.Ahm.) 7. "Nima, umrimning kosasi to'lganmi, shoshyapman? - degan fikr yuragini parmaladi." 8. Mahalla u muttahamdan ikki-uch marotaba shikoyat qilgan. (O.) 9. Hoji xola, tirnoq xuddi o'ziga kerakdek, To'raxon ko'radigan bola unga baxt keltiradigandek, o'zida yo'q suyunib To'raxonni ... quchoqladi. (M.I.) 10. Kirgan bo'lsa o'n to'qqiz - yigirmalarga kirgan. (S.Ahm.)

3-mashq. *Ko'chiring. Quyida tagiga chizilgan so'zlarning omonimlarni topib, ma'nolarini izohlab yozing. Namuna: **chaqdi** - 1) chaqmoq chaqdi; 2) danakni chaqdi; 3) chaqimchi chaqdi.*

1. Sal o'tmay osmonga sut rang nur purkab chiqin chaqdi. (S.Ahm.) 2. Xon shu kechasiyoq kampiriga chopar yubordi. (S.Ahm.) 3. Xoli qolishgach, Elchin gapni nimadan boshlashni bilmadi. (T.Malik) 4. Tomog'iga esa bir nima tiqilib qolayotganday. (T.Malik) 5. Ayni yig'im-terim vaqtida sayling nimasi? (G'.G') 6. Junlari yulinib ola mushukning tirnoqlaridan oldi. (S.Ahm.) 7. Kakliklar pastliklardan cho'qqi tomon ko'cha boshladilar. (S.Ahm.) 8. U nimagaki erishgan bo'lsa, bariga shularning orqasidan erishgan. (S.An.) 9. Ishlab topgan har bir tiyiniga qanchalab peshana teri tomadi. (S.Ahm.) 10. Bag'riga iliqqina tekkan bola tanini seskantirdi. (S.Ahm.) 11. Bu nodir qobiliyatning o'tinchini qaytarishni axloqqa munosib ko'rmadi shekilli, nihoyat, o'z ilmining sirlarini ocha boshladi. (O) 12. Sozandalar poygacroqda o'tirib, qonun va udda. g'ijjak va nayda etni jimirlatuvchi kuylar chalishardi. (P.Q.)

4-mashq. *Quyidagi gaplarda ketma-ket kelgan sinonimlarni aniqlab, sinonimik qatorlar hosil qiling.*

1. Bu dunyo shundoq, bu olam. (S.Ahm.) 2. Olam yaraqlabdiki, birovga baxt, birovga alam keladi. (S.Ahm.) 3. Shundoq deysan-ku, yorug' jahonning jamoliga kim to'yibdiki, men to'yay. (S.Ahm.) 4. Onasi ham murdadek qotib qoldi – ular g'arib va faqir odamlar kabi boshlarini ichiga tiqib yotishardi. (Mirm.) 5. Umrda bir martagina beriladigan ishq atalmish tuyg'umi, hissiyotmi, haligacha ta'rifi kashf qilinmagan muhabbat rohatlari umrbod yodda. 6. Bir so'zligi, o'jarligi birovga yoqib birovga yoqmay yurardi. (S.Ahm.) 7. Ayniqsa, lavozimlarga o'mashib olgan bir necha "shaxs farzandlari" mamlakat bo'ylab esgan toza shabadani o'tkinchi, mavsumiy bir gap deb bilardilar. (S.Ahm.) 8. Ular bepanoh, besuyanchiq, jamiyatda quvib yuborilgan osiy bandalardek o'z xonalarida yotishardi. (Mirm.) 9. Tushida u brigada traktoriga minib, qabriston chekkasidan ariq o'tkazish niyatida go'ristonga yo'l olgan emish. (O.Yo).

5-mashq. *O'qing. Antonimlarni topib, antonimik juftlar hosil qiling.*

1. Eskilik yangilik uchun yo'l bersa, buning nimasi yomon? 2. Ko'z xunukmi, chiroylimi, baribir marra oldin bitirganniki. 3. Lekin har holda ozmi-ko'pmi bu yerda ter to'kdim, yaratish bobidan yana qancha orzularim bor. 4. Nima balo bo'ldi-yu, bozorga aylanishib, katta-kichikning bormay qo'ydi. 5. Aravalarda, otlarda, piyoda ketib borayotgan yoshu-yalang, qari-qartanglar suyunchlari ichlariga sig'may yalla aytishadi... 6. O'shanda jiyani haqni nohaqdan ajratolmasa senga ham qiyin bo'ladi.

6-mashq. *Qu'yidagi berilgan so'zlarning antonimlarini topib, antonimik juft hosil qilib yozing.*

Butun, anqov, band, bardam, bahorgi, beixtiyor, bo'shatmoq, dahriy, janubiy, kam, komediya, lanj, mavhum, mo'rt, pok, ozod, unumli, sipo, sudralmoq, barno, shodlik, avlod, yirik.

7-mashq. *O'qing. Ichki va tashqi manba asosida paydo bo'lgan so'zlarni aniqlang.*

Ishxona, kompaniya, pechka, ulfatchilik, metall, ayol, et, grammatika, bog'dorchilik, ruchka, undalma, nota, xushbichim, harakatchan, general,

purkagich, poema, ekskavatorchi, miting ulkan, tok, radio, dazmol, serjant, xum, gugurt, kanal, poyandoz, bank, marjon, rais, so'roq, sudya, politsiya, chinakkam, kasb, doker, odam, marshal, oyi, a'zo, paroxod, teploxod.

8-mashq. *O'qing. Umumxalq ishlatadigan va umumxalq ishlatmaydigan so'zlarni aniqlang.*

Non, randa, kosmos, objuvoz, sut, chorabzal, botanika, bir, paqir, yakan, botmon, yer, internet, inak (sigir), streptotsit, charxkash, kim, qo'l, xola, kanizak, morfologiya, kurra (xo'tik), qiviz (non), bolta, biz, lobzik, kvadrat, danap (xotin), diler, arpa, u, volt.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008.

2. Shoabdurahmonov Sh., Asqarova M., Hojiev A. va boshqalar. Hozirgi o'zbek adabiy tili. T.: O'qituvchi, 1990. 280 b.

3. Toshaliyev I. Hozirgi o'zbek tili uslubiyati. T.: Universitet, 2001. 40 b.

SARLAVHA VA UNING TURLARINI

GAZETA MATERIALLARI ASOSIDA TAHLIL QILISH

1. Berilgan materiallar sarlavhalarini o'rganish;
2. Ularni tahlil etish;
3. Sarlavhalarning o'ziga xos tomonlarini o'rganish.
4. Xabar janrida material tayyorlang. Matnga mos sarlavha tanlang.
5. Berilgan matnga mos sarlavha tanlang.
6. Gazeta matnlari sarlavhasini tahlil qiling.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. 2012. P. 145-146.

2. Toshaliyev I. Sarlavha stilistikasi. Jurnalistika ixtisosligi uchun o'quv qo'llanma. T.: Universitet, 1995. 4-22 b.

3. Toshmuhamedova L.I. Sarlavha uslubiyati. O'quv-uslubiy majmua. T.: Universitet, 2012. 14-25 b.

Sarlavha va matn uyg'unligi yuzasidan mashq

1. Gazeta materiallarini tarqatish;
2. Matnga mos sarlavha tanlash;
3. Sarlavha va matn mutanosibligini tahlil qilish;
4. Samarali sarlavha tanlash usullarini tahlil qilish;
5. Gazeta matnlarining sarlavhalarining tahlili.

Topshiriq

1. Berilgan matnga mos sarlavha tanlang.
2. Ularni tahlil qiling.
3. Sarlavha va matn mutanosibligini ifodalang.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. 2012. P. 145-146.

2. Toshaliyev I. Sarlavha stilistikasi. Jurnalistika ixtisosligi uchun o'quv qo'llanma. T.: Universitet, 1995. 4-22 b.

3. Toshmuhamedova L.I. Sarlavha uslubiyati. O'quv-uslubiy majmua. T.: Universitet, 2012. 14-25 b.

Oavda yozma matn haqida savol-javob, suhbat

1. OAVlari va ular o'rtasidagi farqlar;
2. Yozma matn va unga qo'yiladigan talablar;
3. Yozma matnning samarali bo'lishiga xizmat qiluvchi omillar;
4. Xizmat qiluvchi omillar.

II BOB. MEDIAMATNLARNING XUSUSIYATLARI

MEDIAMATNLARNING JANRIY-USLUBIY XUSUSIYATLARI

1. Mediamatnlarda qo'llaniladigan janrlarning lisoniy-uslubiy xususiyatlari.
2. Janrlarning o'zaro o'xshash va farqli jihatlari.
3. Har bir janrga qo'yiladigan lisoniy talablar.
4. Axborotning boshlanmasi, asosiy qismi va tugallanmasi. Axborot matnini tarkiblashda qo'llanuvchi lisoniy-uslubiy vositalar.

Tayanch so'zlar: janr, to'g'ridan-to'g'ri uzatish, kompozitsiya, yangiliklar, an'anaviy, interfaol, bahs-munozara, reportaj, matbuot reklamasi, hisobot, intervyu, korrespondensiya, maqola, obzor.

Adabiy tilning funksional uslublari til vositalarini ijtimoiy faoliyat sohalarida ma'lum an'ana va qonuniyatlar bo'yicha qo'llash tizimidir.

Bu funksional tizimlar ixtisoslashgan til vositalari va ularning imkoniyatlari majmuini, har bir uslubga xos matniy qurilish xususiyatlarini ham qaror toptiradi.

Demak, ommaviy muloqot uslubi ham o'ziga xos tarixiy-ijtimoiy asoslar va an'analarga, axboriy ko'lam va uni uyushtirish va uzatishning usul va shakllari hamda qonuniyatlariga ega. Uning matniy qurilish usullari va shakllari turfa xil janrlar bilan uzviy bog'liq. Zero, har qanday nutq uslubi muayyan janrlarda ifodalanadi. Ommaviy muloqot uslubi boy janrlar silsilasiga ega bo'lib ularning har biri o'ziga xos matniy qurilish tartiblari orqali tavsiflanadi.

Jurnalist dolzarb mavzuni tanlash, ishonchli faktlarni topish va qayta ishlash jaryonida uning maqbul ifoda shaklini ham tanlaydi. Ifodaning bu shakli va uslubi janr hisoblanadi. U jarayon ham jurnalist mahoratiga daxldor, chunki nutqiy ifoda qurilishi (kompozitsiya) asosiy maqsadni o'ziga xos rejalashtirish va boshqarish tizimi vazifasini o'taydi. Matn to'qimasini his eta olish – sarlavhadan tortib, matn

tugallaguncha uni o'quvchi nuqtai nazaridan fahmlay olish malakasi, mahorati demakdir. U mazmun yuklash, zarur bo'lganda kengaytirish yoki qisqartirish, o'rin almashtirish yoki qayta tarkiblash, shuningdek, ajratish, bo'laklash orqali qayd etish va ta'kidlash bu mahoratning uzviy qirralari hisoblanadi.

Janrlar tasnifi asosida ularning matniy qurilishida o'ziga xoslik yotadi. Demak, muayyan janrdagi axborot ommaviy muloqot uslubi doirasida alohida xususiyatlarga ega bo'lgan jurnalist ijodining alohida bir turi hisoblanadi. Janr tahlili shakl orqali mazmuni tushunish demakdir.

Har bir janr vazifasi va imkoniyatlarini anglash hamda ularga ijodiy yondashish ommaviy muloqot samaradorligini ta'minlashga, muloqot usullarini takomillashtirib borishga xizmat qiladi. Shu jihatdan janrga mensimay qarash hollarini ma'qullab bo'lmaydi. Chunki janrdagi amorflik, qorishqlik tasavvuri amaliyotchilar uquvsizligi yoki janr nazariyasidagi kamchilikdir. Ommaviy muloqot uslubidagi janrlar tizimini inkor etish matn qurilishidagi, axborot ifodalash usullaridagi qonuniyatlarni mensimaslikka olib keladi, jurnalist mahoratiga qo'yiladigan talabchanlikni pasaytiradi.

Ommaviy muloqot janrlarining bir-biriga ta'siri, o'zaro aralashuvi hollari esa mazmun o'zgarishlariga nutq shaklining qonuniy muvofiqlashuvi hodisasi, shuningdek jurnalstning mahorati nuqtai nazaridan yondashish kerak bo'ladi.

Yangiliklar mavzuidagi gazeta maqolalarining matniy qurilishi ommaviy muloqot sohasidagi barqaror ijtimoiy-uslubiy tajribaga muvofiq yaratiladi; ayni paytda yuz berayotgan ijtimoiy-siyosiy voqea-hodisalar «iqlimi» (konteksti)ning bevosita ta'sirida tarkiblanadi, demak, sahifadagi shu mavzudagi materiallar bilan mazmun va shakl jihatdan ma'lum munosabatda bo'ladi.

«Yangiliklar»ga xos yana bir xususiyat eng muhim axborot matn boshlanishida bayon qilinadi, sabab, oqibat munosabatlari bayoni va bularning sharhi asosiy axborotni tavsiflaydi.

Yangiliklar. Jurnalst va siyosatshunoslar to'g'ridan-to'g'ri efir jarayonida.

Ommaviy axborotning eng keng tarqalgan janrlaridan biri yangiliklardir. Yangiliklar radio va televideniyaning birinchi kunlaridanoq efirming bosh va asosiy sahifasni egallab kelgan. Yangiliklarning ogʻzaki uzatish shakli haqida gapiradigan boʻlsak, uning turli xil usullari mavjud. Baʼzilar monolog holida yaʼni jurnalist toʻgʻridan-toʻgʻri kameraga (mikrofonga) yuzlanib, yangiliklarni oʻqib eshittiradi. Baʼzilarida esa boshqa shaxs (jurnalistlar, korrespondentlar, mutaxassislar, fuqarolar, intervyu berayotgan insonlar) bilan jonli muloqot yordamida axborot uzatadi.

Bugungi kunda OAV faoliyatlarining rivojlanishi sababli yangiliklarni uzatishda monoton (bir xildagi) muloqotdan koʻra interfaol usullardan foydalanishga katta ahamiyat berilmoqda. Bunday usullardan biri - qisqa intervyular seriyasidan tashkil topgan axborot uzatish tizimi Newsnight BBC, BBC radiolaridan keng foydalanib kelinmoqda.

Keyingi muloqot usuli – studiyada toʻgʻridan-toʻgʻri uzatishda mavzuga oid turli xil fikrlarga ega boʻlgan maʼlum shaxslardan intervyu olish, dolzarb mavzularni oʻrtaga tashlash, bahs-munozara orqali mavzuni yoritib berishdir. Bu usul turli xil teleshow sifatida amalga oshirilayapti. Bugungi kunda bunday usul ommalashgan.

AQShda interaktiv muloqot usuli keng tarqalmoqda. Bunda efirga uzatish vaqti ham nazarda tutilib, kunduzgi efirni anʼanaviy shakldagi yangiliklar tashkil etadi. Kechki efirda esa interfaol bahs-munozaralar asosida tuzulgan teleshowlar uzatiladi. Bunday koʻrsatuvlar tomoshabinni ham muloqotga chorlaydi. Turli fikrlarga ega boʻlgan teleshow ishtirokchilarining tarafdorlari ekran ortida ham bahs-munozaraga kirishadilar. Yaʼni teletomoshabinni oʻrtaga tashlangan masalalar haqida oʻylashga, bosh qotirishga undaydi.

Tok showlar qiziqarli boʻlgani uchun tele-radio kompaniyalar koʻproq anashunday janrda mahsulot tayyorlashga alohida ahamiyat bermoqdalar. Demak, biz yangiliklarga faqat axborot uzatish mahsuli deb qarab emas, balki axborotni

yetkazish strukturasi, axborotni ta'sir qilish mexanizmi jihatidan ham OAVlar usullarini alohida ko'rib chiqishimiz lozim.

Axborot uzatish shakllarining rivojlanishi bilan ommaga ta'sir o'tkazish kuchaymoqda. Bu borada axborot uzatish tizimi o'ziga xos vosita sifatida o'sib kelmoqda. Aslida vosita axborot tashimaydi, lekin axborotni uzatish jarayonida interaktiv usul axborotni qabul qilishda o'z kuchini ko'rsatadi.

Intervyular axborot uzatishda markaziy rol o'ynaydi. Tele intervyu OAVlarining spetsifik janri bo'lib, birinchi navbatda, kun mavzusi bo'lib kelgan hodisalarga uning ishtirokchilari (siyotsatchilar va boshqa jamoatchi insonlar) bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot orqali yangiliklar uzatiladi. Bunday intervyu bir minutdan kam bo'lishi yoki o'n daqiqadan ham ko'p bo'lishi mumkin. Ular siyosatga oid bo'lgan masalalarga qaratilgan axborotlarda o'z o'rnini topadi. Intervyuer va intervyu beruvchi o'rtasidagi savol-javob kun mavzusiga aylangan axborotlar ketma-ketligi jarayonida bo'lib o'tishi mumkin. Bunda intervyu beruvchi axborotga o'z munosabatini bildiradi. Intervyuer esa mavzuga oid savollarni berish jarayonida bu fikrlarni yanada ochib berishga yordam beradi. Bunday jarayonda jurnalist faqat neytral pozitsiyada axborotga yondashishi talab etiladi. Jurnalist "men"i berilmaydi.¹⁷

Reportajlar nutqiy qurilish shakllariga nihoyatda boy. Ularda axborot va tahliliy janrlarga xos kompozitsion tuzilmalar keng qo'llaniladi. Reportyor «Meni» matnga kiritilgan bo'lishi ham, nazarda tutilgan, tasavvur qilingan bo'lishi ham mumkin. Ba'zan u «Biz» shaklida yoki nazarda tutilgan o'quvchi tasavvurida ham ifodalandi. Boshqa hollarda esa jurnalist o'quvchi bilan muloqot qilish usulini tanlaydi.

Sport reportajlari nutqiy qurilishini tarkiblashda ikki muhim tamoyil kuzatiladi: **xolis** (neytral) va **shaxsiy** (muallif mulohazasi).

Voqeyiy reportajlarda, odatda, xolis bayon usuli, shaxsiy mualliflik tamoyilida esa sharhlash, baholash usuli ustuvorlik qiladi. Xolis-voqeyiy usuldagi

¹⁷ Ian Hutchby. Media talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting Two Penn Plaza, New York, NY 10121-2289, USA First published, 2006. P.121.

reportajlarda axborot berish tadrijiy voqeaning kechishi oqimiga mos bo'lib, nutq ohangi, tezligi ham o'sha voqea jarayonini aks ettiradi. Shu bois harakatni ifodalovchi vositalar (fe'llar), ixcham va lo'nda jumlar ko'p ishlatiladi. Aniqlik, vazminlik, hujjatlilik, betaraf xolis bayon asosiy xususiyat sanaladi.

Futbol yoki boks reportajlarida jurnalist ba'zan xolislikni, betaraffikni «unutib» qo'yadi va oshkora tarzda hissiyotli muxlisga aylanadi. U endi hakamlilik qilish (hakam bilan munozaraga kirishishi), o'z his-tuyg'ularini, shaxsiy nuqtai nazarini oshkora bayon qilishi mumkin. Oqibatda, vazminlik, aniqlik his-tuyg'u va mulohazalar bilan almashadi. Bu hissiyot va mulohaza o'quvchi yoki tomoshabin hissiyotiga yaqin, unga «yuqadigan» hayajonli tuyg'u sifatida ifodalanadi. Bu, albatta, reportaj samaradorligini, ta'sirchanligini oshiradi. Ammo bunda ham asosiy kompozitsion tamoyilga amal qilinadi: nutqiy ifodaning barcha qismlari va usullari jurnalist «Meni» asosida tarkiblangan yaxlit kompozitsion butunlikni yaratishga yo'naltiriladi.

Sport o'yinlari matniy sharhi (gazeta axboroti), eng avvalo, lug'aviy ifodalari, maxsus atamalari silsilasi bilan ajralib turadi. Sport terminologiyasi matnning yetakchi lisoniy xususiyati sanaladi. Ammo bu atama va ifodalar umuman sport o'yini muayyan turi tavsifini berish maqsadida emas, balki ma'lum bir sharoitda bo'lib o'tgan va natijasi o'quvchiga ma'lum bo'lgan o'yini – voqea sifatida sharhlash, baholash maqsadida qo'llangan bo'ladi. Matn yozma monolog – hikoya qilish tamoyilida tarkiblanadi.

Har safar muayyan bir o'yin sharhlansa-da, yangi matn yaratilsa-da bu matnlar lisoniy jihatdan – lug'aviy tarkibi, matniy qurilishi jihatdan bir-biridan uncha farq qilmaydi. Ularning lug'aviy tarkibida asosiy axborotni ifodalovchi va baholovchi so'zlar faol ishlatiladi. Masalan, futbol o'yini sharhida to'p, gol, darvoza, maydon kabi so'zlar, o'yinchilarning nomlari, nomerlari, maydondagi harakati va bu harakatning vaqti, o'rmini bildiruvchi ifodalar asosiy axborot mazmunini sharhlashga xizmat qiladi. Sifat, sifatdosh, ravish turkumiga mansub

soʻzlar, modal ifodalar aniqlovi, sifatlovchi birikmalar axborotni baholash maqsadini amalga oshiradi.

Bu ikki xil turdagi soʻzlarning koʻp ishlatilishi sport sharhlari matnining lugʻaviy andozalashuv darajasini oshirib yuborgan, janriy-uslubiy mohiyat kasb etgan.

Matbuot reklamasi lisoniy va tasviriy (vizual) vositalarga ega, bu uning namoyish etuvchilik vazifasidan kelib chiqadi. Illyustrativ material reklamaning tarkibiy qismi.

Reklama muloqotning aloqida turi: ham lisoniy, ham tasviriy xususiyatga ega bir tomonlama ijtimoiy muloqot shakli.

Reklama matni alohida muloqot vaziyatiga muvofiq nutqiy va axboriy qurilishni, muloqot ishtirokchilarini oʻz ichiga oladi. Matn turli vazifani bajaruvchi **uch asosiy ishtirokchini 1) reklama beruvchi, 2) reklama qilinuvchi tovar,**

3) xaridorni oʻz ichiga oladi .

Gazeta reklamalari hajman kichik va ixcham boʻlib, til vositalarining qoʻllanilishi **2 asosiy omil** asosida yuzaga keladi. **Birinchi omil** oʻquvchiga murojaat qilishorqali ishontirish va taʼsir etish ehtiyoji. **Ikkinchi omil** xaridorni oʻziga moyil qilishda raqobat omilining doimiy mavjudligi.

Shu bois gazeta reklamalari matnida xaridor bilan baqamtilik vaziyatini yuzaga keltiruvchi hamda sifat, belgi-xususiyat, taʼm, rang, hajm darajalanishini ifodalovchi lisoniy vositalarga koʻp murojaat qilinadi. Zero, reklamanning asl mohiyati axborot berishdan ham koʻra xaridorni oʻz tomoniga ogʻdirishdan iborat. Muloqotning bu tabiati reklama matniga oʻquvchi eʼtiborini jalb etish, muayyan amalni bajarishga undash vazifasini ham yuklaydi. Bu vazifa adabiy maromga uncha muvofiq boʻlmagan, grammatik jihatdan nomukammal ifodalar, yozuvdagi gʻayrioddiylik, namoyishkoronalik, toʻliqsiz gaplar, uzuq-yuluq tuzilmalar yordamida amalga oshiriladi. Buni reklamanning «jarchilik» vazifasi deyish mumkin.

Reklama muhim ijtimoiy ahamiyatga egaligidan qat'iy nazar, adabiy til tizimi sofligi va barqarorligiga salbiy ta'sir etishi ham mumkinligini esda tutish lozim.

Asosan gazeta va jurnallarda janrlarning informatsiya, hisobot, intervyu, reportaj, tahlil, korrespondensiya, suhbat, maqola (nazariy, ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy ishlab chiqarish, ilmiy, adabiy, badiiy, hajviy, madaniy-ma'naviy, «Jurnalist tekshiruvi» kabi turlari) obzor (kuzatish), xat, taqriz, sharh, lavha, ocherk, esse, feleton, pamflet kabi janr turlari uchraydi.

Bugungi kunda davriy nashrlarda **feleton, pamflet, taqriz** kam uchraydi. Endi janr va ularning xususiyatlariga to'xtalish lozim.

Informatsiya - (xabar) informatsion publitsistikaning asosiy, bosh janri hisoblanadi. Informatsiyaning asosiy vazifasi - jamiyatda yuz berayotgan voqea va hodisalar haqida o'quvchilarga xabar berish, ma'lumot yetkazishdir.

Informatsiya OAVning barcha ko'rinishlarida uchraydi. Informatsiyalar rasmiy va norasmiy bo'ladi. Informatsiyaning tili va uslubi ham o'ziga xos bo'lib, hayotdagi fakt, voqea, va hodisalar haqida qisqa, lo'nda, yorqin va tushunarli tilda yozilishi lozim. Unda uzundan uzoq jumlar, fikr-mulohazalar, noaniq fikrlarning bo'lishi aslo mumkin emas. Shuningdek, informatsiyada ortiqcha o'xshatish, mublag'a va boshqa adabiy vositalar ishlatilmaydi. Ayrim obrazli iboralar, badiiy-ijobiy so'zlar faqat juda zarur hollardagina (masalan, hajviy informatsiyalarda) ishlatilishi mumkin.

Rasmiy informatsiya – Senat saylovi yakunlandi

Ichki informatsiya – «Sharq» yo'lga tushdi

Tashqi informatsiya - chet el xabarlarini.

Hisobot – arabcha so'zdan olingan bo'lib hisob berish, ya'ni o'z ishlari, topshiriqning bajarilishi va shu kabilar haqida o'zidan yuqorida turuvchi boshliqqa, tashkilot va jamoatchilikka og'zaki yoki yozma ravishda beriladigan rasmiy axborot degan ma'noni bildiradi. Hisobot ham xabar singari qisqa (anjuman, tadbir, voqea-hodisaning bo'lib o'tgani haqida xabar qilinsa) va batafsil

(yuqorida qayd etilganlar to'raligicha yoritiladi) bo'ladi. Hisobot rasmiy, muammoli, tahliliy bo'lishi mumkin.

Intervyu axboriy janrlardan biri hisoblanadi. Bu so'z inglizcha bo'lib «so'rab olish, surishtirish» degan ma'noni bildiradi. Intervyu shakl jihatidan 2 xil axboriy va tahliliyga bo'linadi. Axboriy intervyu so'rov, surishtiruv natijasida olingan fakt, aniqlangan voqea va hodisa haqida xabar qilinadi; Tahliliy intervyu esa suhbat deb ataladi, unda tahliliy publitsistika xususiyatlari asosiy o'rin egallaydi.

O'z tuzilish jihatidan intervyu 2 xil *dialog va intervyu-monolog* shaklida ham bo'lishi mumkin. Intervyu-dialog muxbir va suhbatdosh o'zaro savol-javob qilishadi. Intervyu-monolog – muxbir bergan birgina savolga suhbatdosh tomonidan berilgan javob o'z aksini topadi.

Reportaj - axboriy publitsistikaning asosiy janrlaridan biridir. Lotincha so'zdan olingan bo'lib yetkazib berish degan ma'noni bildiradi. Reportaj – voqea, hodisalarni bevosita, jonli aks ettiruvchi, tezkor yoritib beruvchi informatsion materialdir. Reportaj jonli informatsiyadir. Unda suhbat, tasvirlash, tahlil qilish, xulosa chiqarish kabi xususiyatlar mavjud bo'ladi.

Tahliliy publitsistika informatsion – xabardor etish publitsistikasining tadrijiy davomi. Tahliliy publitsistikaning boshlang'ich janri korrespondensiyadir. Tahliliy publitsistikada esa uning birinchi ma'nosi, ya'ni joylardan yuborilgan xabar, hayotdagi fakt, voqea va hodisalar haqida yozilgan matbuot materiali sifatida qo'llaniladi.

Korrespondensiya - tahliliy publitsistikaning axboriy publitsistika bilan bog'lab turuvchi janrdir. **Korrespondensiya** – so'zi lotincha so'zdan olingan bo'lib joylardan yuborilgan xabar, ayrim idoralar o'rtasidagi yozishmalar degan ma'noni anglatadi. Shuning uchun korrespondensiya kengaytirilgan xabar ham deyiladi. Vazifasi hayotning bir parchasini jonli, ta'sirchan tasvirlash va tahlil etishdir. Mazkur janr asosan gazeta va jumallarda keng o'rin olgan. Korrespondensiyaning tili va uslubi jonli, publitsistik tilda yozilishi lozim.

Suhbat janri - tahliliy publitsistikada ham alohida o'rin tutadi. U informatsion janr intervyuning mantiqiy davomi bo'lib, yoritilayotgan mavzuning mazmun-mohiyatini chuqur ochib berishi, tahliliy mulohaza va mushohadaga asoslanishi, hayotning chuqur qatlamlarini aks ettirishi bilan undan ajralib turadi hamda ijtimoiy hayotning barcha sohalariga doir masala va muammolarni yoritishda ommaviy axborot vositalarining eng ommabop, eng ta'sirchan quroli bo'lib xizmat qiladi.

Suhbat hajm jihatidan intervyuga qaraganda kengroq bo'lib, unda suhbatdosh tomonidan aytilgan fakt, bildirilgan ma'lumot haqida batafsil, kengroq so'z yuritiladi, keltirilgan fakt, bayon etilgan voqea, hodisalar chuqurroq tahlil etiladi. Suhbat janri mavzu jihatidan ijtimoiy hayotning barcha sohalarini qamrab oladi. Suhbat janri suhbat-dialog, suhbat-monolog shaklida ham uchraydi.

Maqola - tahliliy publitsistikaning markaziy janri maqoladir. Maqola arabcha so'zdan olingan bo'lib, aytilgan so'z degan ma'noni bildiradi. Maqola deb jamiyat hayotining biror sohasi bo'yicha ma'lum bir masala, muammo ko'tarib chiqilgan publitsistik materialga aytiladi. Maqola muayyan mavzu yuzasidan hayotdan olingan fakt, voqea va hodisalarni umumlashtirish asosida ma'lum bir fikrlar, taklif va mulohazalar oldinga suriladi, ilmiy, nazariy, amaliy va publitsistik ijtimoiy siyosiy xulosalar chiqariladi.

Ma'lum mavzuga bag'ishlangan bir necha maqolalarga esa maqolalar turkumi deyiladi. Maqola asosan OAVning gazeta va jurnallarida, shuningdek almanax, to'plam va kitoblarda asosiy o'rin olgan. Tili va uslubiga kelsak maqola rasmiy, ilmiy, adabiy-badiiy, hajviy, publitsistik usulda yozilishi mumkin.

«**Jurnalist tekshiruv**»da - jurnalist hayotda uchraydigan biror salbiy voqea, holat va masalani tadqiq qilib, o'z munosabatini bildiradi.

Obzor - tahliliy publitsistikaning muhim janrlaridan biridir. Obzor ruscha «obozret» so'zidan olingan bo'lib ko'zdan kechirish, kuzatish degan ma'noni bildiradi. Publitsistik janr sifatida esa hayotdagi ma'lum mavzu bilan o'zaro bog'langan voqea, hodisalar, faktlar haqidagi umumlashtiruvchi materialga

aytiladi. Obzorda informatsion funksiya bilan tahliliy mushohada uyg'unlashib ketadi, u o'quvchiga hayot haqida ham xabar, ham publitsistik fikr xulosa yetkazadi, jamoatchilik fikrini uyg'otadi. Obzor sharhga yaqin turadi, kuzatilgan hayot voqealarini tasvirlashda uning izohlash usulidan foydalanadi.

Xat – publitsistikaning o'ziga xos janridir. Xat so'zi arabchadan olingan bo'lib biror odamdan ikkinchi odamga yozma shaklda yo'llangan matn, ma'lum ma'lumotlarni o'z ichiga olgan yozuv ma'nosini anglatadi. Bu so'z maktub, noma ham deb yuritiladi.

Xatlar xususiyatiga ko'ra tahririyatga keladigan xatlar, «Ochiq xatlar», adabiy-badiiy xatlarga bo'linadi.

Taqriz – publitsistikaning muhim janridan biridir. Taqriz so'zi arabcha so'zdan olingan bo'lib o'lchamoq, salmoqlab ko'rmoq, baholamoq degan ma'noni bildiradi. Bu janr retsenziya deb ham yuritiladi. Taqriz Fan, adabiyot-san'atga doir asarlarni tahlil etuvchi, baho beruvchi publitsistik janrdir.

Sharh – tahliliy publitsistikada sharh ham alohida o'rin tutadi. Sharh so'zi arabcha so'zdan olingan bo'lib, biror narsaning mazmuni, mohiyatini ochib tushuntirib berish, izohlash, izoh degan ma'noni bildiradi.

Badiiy publitsistika – hayotni adabiyot nuqtai nazaridan yorituvchi ijtimoiy-ijodiy faoliyat hisoblanadi. Bunda obraz va obrazlilik asosiy o'rin tutadi. Publitsistikaning badiiy turiga oid janrlar lavha, ocherk, esse, feleton va pampfletdan iboratdir.

Lavha – arabcha so'zdan olingan bo'lib, biror narsa yozilgan taxtacha, ko'rinish, manzara degan ma'noni bildiradi. Lavha publitsistikaning kichik janrlaridan biri bo'lib, aslida informatsion –xabardor etuvchi janrdir. Uning vazifasi hayotdagi biror fakt, voqea va hodisa haqida xabar berish, o'quvchiga tanishtirishdan iboratdir.

Ocherk – badiiy publitsistikaning asosiy janrlaridan biridir. Ocherk so'zining Lug'aviy ma'nosi ruscha «чертить, очерчивать» so'zidan olingan bo'lib, «chizmoq, atrofiga chiziq tortmoq» degan ma'noni bildiradi. Ocherk

muayyan muaddo asosida mushohada qilingan faktlar, voqea va hodisalarning eng muhim belgilarini, kishilar harakatidagi eng asosiy xususiyatlarini badiiy publitsistik aks ettiradi va o'quvchida yaxlit tasavvur, muayyan tushuncha hosil qiladi. Ocherkning badiiy talabi undagi voqeylikning obrazli tasviri, inson qiyofasi va ichki dunyosi, mehnati va intilishlari, yaratuvchilik faoliyatini badiiy vositalar bilan jonlantirib tasvirlashdan iborat bo'lib, uning publitsistik jihati muallifning voqea va hodisalar, unda ko'tarilgan muammolar haqidagi fikr-mulohazalari, chiqarilgan xulosalardan iboratdir.

Esse – badiiy publitsistikaning o'ziga xos janrlaridan biri. Esse so'zining Lug'aviy ma'nosi fransuzcha «tajriba» degan ma'noni bildiradi. Esse orqali insonning hayotdan olgan tajribalari, fikr-mulohazalari aks ettiriladi. Esse ko'p qirrali janr bo'lib u ilmiy, tarixiy va publitsistik ko'rinishga ega bo'lishi mumkin.

Esse o'ziga xos ko'p qirrali, murakkab janr bo'lganligi uchun u ko'proq yozuvchilar, olimlar, mutaxassislar tomonidan yoziladi va odatda, adabiy-badiiy nashrlarda e'lon qilinadi.

Feleton – fransuzcha so'zdan olingan bo'lib, «varaqa» degan ma'noni beradi. Feleton hajviy publitsistikaning alohida janri. U ijtimoiy hayotda muhim o'rin tutadi. Vazifasi – jamiyat ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, ihlab chiqarish va madaniy ma'naviy hayotining barcha tomonlarini qamrab olgan holda undagi kamchilik, nuqson, ijtimoiy illatlarni fosh etib tanqid qiladi.

Pamflet – hajviy publitsistikaning eng muhim janrlaridan biridir. Pamflet yunoncha so'zdan olingan bo'lib o't qo'ymoq, yondirmoq degan ma'noni bildiradi. Pamflet ham feleton singari hayotdagi biror ijtimoiy illatni voqea muammoni biror shaxsga bag'ishlanadi. Xullas, davriy nashrlarda bu janrlarni yoritilishida OAV xodimlarining hamda jurnalist, yozuvchilarning o'z o'ri bor.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 7-11p.

2. Ian Hutchby. Media talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting Two Penn Plaza, New York, NY 10121-2289, USA. First published 2006. P. 121.

3. Toxirov Z. Adabiy tahrir (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oily ta'lim muassasalari jurnalistika fakultetlari talabalari uchun darslik sifatida nashrga tavsiya etilgan). T.: Tafakkur bo'stoni, 2012. 12-24 b.

4. Toshaliyev I., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 6-17 b.

Mavzu yuzasidan savollar

1. Janr nima?
2. Janrning lisoniy-uslubiy xususiyati deganda nimani tushunasiz?
3. Mediamatnlarda qanday janrlar mavjud?
4. Janrlarning o'zaro o'xshash va farqli jihatlari nimalarda ko'rinadi?
5. Har bir janrga qanday lisoniy talablar qo'yiladi?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. Janr nima?

a) jurnalist dolzarb mavzuni tanlash, ishonchli faktlarni topish va qayta ishlash jaryonida uning maqbul ifoda shaklini ham tanlaydi. Ifodaning bu shakli va uslubi janr hisoblanadi.

b) ifoda shakli

d) uslub

e) jurnalist asarining turi.

2. Reportajlar qanday bo'lishi kerak?

a) aniq.

b) axborot va tahliliy janrlarga xos kompozitsion tuzilmalar keng qo'llaniladigan.

d) jurnalist “men”i kiritilgan

e) To‘g‘ridan-to‘g‘ri

3.Sport reportajlarida...

a) nutqiy qurilishini tarkiblashda uch tamoyilga amal qilinadi

b) nutqiy qurilishini tarkiblashda ikki muhim tamoyil kuzatiladi: **xolis** (neytral) va **shaxsiy** (muallif mulohazasi).

d) aniqlikka

e) faktlarga asoslanganlikka

4. Matbuot reklamasi bu ...

a) tasviriy (vizual) vositalarga ega, bu uning namoyish etuvchilik vazifasidan kelib chiqadi. Illyustrativ material reklamaning tarkibiy qismi.

b) lisoniy vosita

d) lisoniy va tasviriy (vizual) vositalarga ega, bu uning namoyish etuvchilik vazifasidan kelib chiqadi

e) lisoniy va tasviriy (vizual) vositalarga ega, bu uning namoyish etuvchilik vazifasidan kelib chiqadi. Illyustrativ material reklamaning tarkibiy qismi.

5.Hisobot so‘zining ma’nosi

a) arabcha so‘zdan olingan bo‘lib hisob berish, ya’ni o‘z ishlari, topshiriqning bajarilishi va shu kabilar haqida o‘zidan yuqorida turuvchi boshliqqa, tashkilot va jamoatchilikka og‘zaki yoki yozma ravishda beriladigan rasmiy axborot degan ma’noni bildiradi.

b) forscha so‘zdan olingan bo‘lib hisob berish, ya’ni o‘z ishlari, topshiriqning bajarilishi va shu kabilar haqida o‘zidan yuqorida turuvchi boshliqqa, tashkilot va jamoatchilikka og‘zaki yoki yozma ravishda beriladigan rasmiy axborot degan ma’noni bildiradi.

d) ruscha so‘zdan olingan bo‘lib hisob berish, ya’ni o‘z ishlari, topshiriqning bajarilishi va shu kabilar haqida o‘zidan yuqorida turuvchi boshliqqa, tashkilot va

jamoatchilikka og'zaki yoki yozma ravishda beriladigan rasmiy axborot degan ma'noni bildiradi.

e) fransuzcha so'zdan olingan bo'lib hisob berish degan ma'noni bildiradi.

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Mediamatnlr janrlari haqida umumiy ma'lumot.
2. Axboriy janrlarning tili va uslubi.
3. Janrlarning o'ziga xos tomonlari

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Kompozit siya	композиция	composition	matn qurilmasi.
Abzas	образ	paragraph	matnning eng kichik birligi
Janr	жанр	genre	matnning ifoda shakli
Lid	лид	lead	(ingl. Lead-bosh bo'lish, boshqarish) kirish qismi degan ma'noni anglatadi
Ocherk	очерк	feature article	so'zning lug'aviy ma'nosi ruscha «чертить, очерчивать» so'zidan olingan bo'lib, «chizmoq, atrofiga chiziq tortmoq» degan ma'noni bildiradi
Gazeta tili	Язык газеты	Language of newspaper	yo'zma-kitobiy va og'zaki so'zlashuv tili vositalarining o'ziga xos tarzda aralashuvi va shu tufayli adabiy tilning gazetada qo'llanuvchi a'moliy uslubiy ko'rinishi yuzaga kelganligi
Intervyu	интервью	Interview	bu so'z inglizcha bo'lib «so'rab olish, surishtirish» degan ma'noni bildiradi
Korrespondensiya	корреспонденция	Correspondence	tahliliy publitsistikaning informatsion publitsistika bilan bog'lab turuvchi janr
Feleton	фельетон	Feuilleton	fransuzcha so'zdan olingan bo'lib, «varaqa» degan ma'noni beradi. Feleton hajviy publi

Guruhlar uchun topshiriqlar

1-guruh

OAVlarda janr tushunchalarining mazmunini yoriting.

“OAVlari” bo'yicha klaster tuzing.

2-guruh

Janrlarning turlarini aniqlang. “janr” so'ziga klaster tuzing.

3-guruh

Intervyu janrining lisoniy-uslubiy xususiyatlarini aniqlang? “Intervyu” so'ziga klaster tuzing.

4-guruh

Badiiy-publitsistik janrlar va ularning lisoniy xususiyatlari haqida ma'lumot bering. “Badiiy nutq” tushunchasiga klaster tuzing

2-ilova

“Insert usuli”

Insert – samarali o'qish va fikrlash uchun belgilashning interfaol tizimi hisoblanib, mustaqil o'qib-o'rganishda yordam beradi. Bunda ma'ruza mavzulari, kitob va boshqa materiallar oldindan talabaga vazifa qilib beriladi. Uni o'qib chiqib, «V; Q; -; ?» belgilari orqali o'z fikrini ifodalaydi.

3-ilova

Insert jadvali

Tushunchalar	V	Q	-	?
Janr				
OAVlari				
OAVlari janrlarining o'ziga xos xususiyatlari				
Har bir janrning lisoniy-uslubiy xususiyatlari				
Adabiy til meyorlari				
Janrlarda adabiy til meyorlariga rioya qilish.				

Matnni belgilash tizimi

(v) - men bilgan narsani tasdiqlaydi.

(Q) – yangi ma'lumot.

(-) – men bilgan narsaga zid.

(?) – meni o'ylantirdi. Bu borada menga qo'shimcha ma'lumot zarur.

“Sinkveyn” (5 qator) texnikasi

Maqsad – kategoriyaga tavsif berish

Sinkveyn sxemasi:

1-qator – tushuncha;

2-qator – tushunchani tavsiflovchi 2 sifat;

3-qator – ushbu tushuncha vazifalari to'g'risidagi 3 ta fe'l;

4-qator – ushbu tushuncha mohiyati to'g'risidagi 4 so'zdan iborat so'z, so'z birikmasi;

5-qator – ushbu tushuncha sinonimi.

Tarqatma

1. Berilgan gazeta materiallarini janriy-uslubiy nuqtai nazardan tahlil qiling.
2. Berilgan materialni boshqa janr materialiga aylantiring.
3. Bir xil mavzuda ikki xil janrda matn yarating.

MAQOLA LIDINI YOZISH

1. Lid tushunchasi.
2. Mediamatnlardagi lidlarga qo'yiladigan talablar.
3. Lid yaratishda til vositalaridan to'g'ri foydalanish.
4. Lid, sarlavha va matn uyg'unligi. Lidlarning vazifalari.

Tayanch so'zlar: *lid, birinchi abzas, kirish qism, ijtimoiy tarmog', asosiy lid, epizodik lid, sitata shaklidagi lidlar, rezonans lidlar.*

Maqolaning lidi. Ushbu qismda biz maqolaning eng asosiy qismi, ya'ni media-yozuvchining birinchi so'zi haqida alohida to'xtalib o'tmoqchimiz. Lid har bir yozuvchi uchun nima yozishidan qat'iy nazar xoh u roman, yoki axborot yo she'r bo'ladimi birinchi gap muhim ahamiyatga ega. O'quvchi, tomoshabin, tinglovchini e'tiborini tortish uchun raqobatga kirishgan matn ijodkorlari uchun bundan foydalanish katta daromad manbai hisoblanadi. Birinchi gapni o'zidayoq auditoriya bilan muloqot o'rnatishni yoki yo'qmi aniq bo'ladi. Odatiy gazeta yoki bosma press-relizlarda lid umumiy axborotni o'ziga jamlagan kirish qismi vazifasini o'taydi. Garchi matbuotning boshqa turlari qisqacha ta'rifni talab etmasada, muloqotning bosh qismidayoq matnda nima to'g'risida so'z borishi haqida o'quvchini ma'lum qilish maqsadida lid jumla yoziladi. Materialning asosiy maqsadini ochib berish uchun kuchli (talab darajasidagi) lid yozish muhimdir. Yaxshi lid yozishga uzoq yillik tajribadan va til vositalaridan puxta foydalana olish mahorati orqali erishiladi.

Bir gapning o'zida maqolaning asosiy savollariga (Kim? Nima? Qachon? Qyaerda? Qanday?) javob berish talabini bajarishda o'ta ehtiyotkor bo'lish kerak. Aks holda sizni tushunarsiz gap tuzishga olib kelishi mumkin. Butun materialning mazmunini bitta gapga jamlash natijasida chalkashlik yuzaga kelishi mumkin. Lid

yoziqsh o'ziga sodda gap tuzishni, sodda gaplar qiyin gap strukturasiini tashkil etganda ma'no jihatidan bir-biriga mos va uyg'unlikda bo'lishi lozim. Bunda yana qisqalikka (lokanizm) va tushunarli bo'lishiga ahamiyat berish lozim.

Axborot matnlarini yoziqshda lid asosan o'quvchi diqqatini tortish maqsadida ishlatib kelingan.¹⁸

Lid (ingl. Lead-bosh bo'lish, boshqarish) – kirish qismi degan ma'noni anglatadi. Maqolaning o'ziga xos shapka vazifasini bajaradi. Odatda, uch-to'rt qatordan (3 ta gapdan ko'p bo'lmagan) iborat bo'lib, maqolaning asosiy maqsadini ochib beradi.

Maqolaning birinchi abzasi o'quvchining e'tiborini jalb etadigan qism. Lidning asosiy kriteriyasi qisqalik bo'lib, o'quvchiga maqolada nima haqida gap borishi to'g'risida ma'lumot beradi.

Lid yoziqsh jarayonida o'quvchining e'tiborini tez va samarali jalb etish shuningdek, bu maqolada qiziqtiruvchi savollarga javob topa olishini yetkazish kerakligini nazarda tutish lozim.

Hozirgi kunda lidning vazifasi shundaki, u axborot oqimidagi o'quvchiga kerakli bo'lgan ma'lumotni tezroq anglab yetishiga yordam beradi. Misol uchun lidlar twitter ijtimoiy tarmog'ining asosini tashkil etadi. Lidlar RSS - internet xizmatining asosiy komponenti hisoblanadi.

Lid turlari

Asosiy – lidning bu turi o'z ichiga maqolaning asosiy fikrini jam qilgan bo'ladi va uni qisqa shaklda ifodalaydi. Masalan, bir necha kunlar davomida politsiya mahalliy isyonkorlarni tartibga keltirishga harakat qilmoqda.

Epizodik – lidning bu turi voqeaga tegishli bo'lgan epizod asosida yaratiladi. Masalan, "Bugun hosil bayram avjida. Ko'pgina poliz ekinlari taqdim etildi. "Eng katta qovoq" tanlovi o'tkazildi. Men bu tanlovda bizning vatandoshimiz g'olib bo'lganidan g'oyatda xursandman",- deydi dehqon Valiev Hoshimjon.

¹⁸Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 66 p.

Sitata shaklidagi lidlar – o‘ziga xos sitata shaklida bo‘lib, maqolaning asosiy qismini ta’riflab beradi. Masalan, “Men o‘z vaqtimni menga vaqt ajrata olmaydigan insonlarga sarflashni istamayman”, - dedi reportyorlarimizdan biri.

Rezonans – lidning bu turida asosiy mavzudan chetlashgan holda p‘quvchining e‘tiborini tortish uchun keskin asosiy maqsadga o‘tiladi. Masalan, “Dalalarda ulkan ramzlarning paydo bo‘lishi. Planetamiz landshaftida g‘aroyib ramzlar paydo bo‘layapti.”

Lidning shakli yozuvchi mahorati bilan bog‘liq bo‘lib, biz faqatgina ular brasida eng ko‘p uchraydiganlarini sanab o‘tdik.

Yangiliklarni yozish. Maqola lidi. Gazetalarning eng muhim qismlaridan biri – lid hisoblanadi. Lid – har bir maqolaning bosh qismi bo‘lib, o‘ziga xos kirish vazifasini bajaradi. Odatda, lid juda qisqa bo‘lib, ba’zida bir gapdan tashkil topgan bo‘lsa ham unda 6 savolga javob bor: “Kim, qachon, qayerda, nimaga, nimani va qanday?”. Oltita savolga javobni qisqa shaklda ifodalash lid yozishdagi eng murakkab bo‘lgan jarayondir. Qisqa matn orqali ko‘p axborot berish, ommaga tushunarli qilib yozish talab etiladi.

O‘quvchining talablari o‘zgarishi bilan birga lid yozish qoidalari ham o‘zgarib kelmoqda. “Lid 6 ta asosiy savolning har biriga javob berishi kerak”, degan mulohaza ham eskirib bormoqda. Bugungi kunda lid jurnalistlar tomonidan maqolaning kirish qismi, ya’ni birinchi abzas sifatida ishlatilib kelinmoqda. Bunda lid butun abzas sifatida ishlatilib, ko‘p hollarda ikki yoki uch gapdan iborat bo‘ladi. Abzas sifatida bo‘linmasa ham gazeta maqolasining birinchi ikki jumlasini lid deb hisoblanadi. Bu borada lidning ahamiyati juda kattadir. Chunki o‘quvchi birinchi bo‘lib o‘qiydigan qism aynan lid jumlaridir. Lidni o‘qish jarayonida o‘quvchi qolgan qismni o‘qish yoki o‘qimaslikni qaror qiladi. Lid sifatida yozuvchi unikal aspektlarni yoki eng muhim faktlarni berishga harakat qiladi va bunga matnda mos jarangdor fe‘llarni qo‘llash yordamida erishadi.

Tadqiqotlarga ko'ra, asosiy qiziqiruvchi ma'lumotni matnning bosh qismida emas, aytalik 5-6 jumalarda beriladigan bo'lsa, o'quvchining qiziqishi yo'qolib, o'qishni davom ettirmaydi.

Lidning eng ko'p tarqalgan turi bu birinchi jumlada asosiy fikrni qisqa shaklda, ba'zida atayin to'liq bo'lmagan shaklda berish orqali o'quvchini diqqatini tortishga erishiladi. Kirish qismida asosiy 6 ta savolga javob topish mumkin. Lekin maqola shu tarzda yaratiladiki, uning qolgan qismida ham o'quvchiga qiziqarli bo'lgan ma'lumot beriladi. Kirish qismining asosiy vazifasi o'quvchi diqqatini jamlash, mavzuni ochib berish va uni yanada qiziqarli qilishdir. Bir qarashda oson tuyiladi. Chunki bor-yo'g'i bir abzas yoki bir qator gap. Muammo shundaki, nafaqat shu jumlada to'liq axborotni berish, balki o'quvchini maqolani to'liq o'qishiga qiziqтира oladigan shaklda yozilgan bo'lishi kerak. Yana bir qiyin tomoni shundaki, lid javob berishi kerak bo'lgan asosiy savollarni belgilab olish kerak bo'ladi. Shunday vaziyatlar bo'ladiki, axborotning hajmi juda to'la bo'lib, bir nechta hodisalar bir-biri bilan bog'lanib ketadi. Yozuvchining mahorati shundaki, chalkashib ketgan fikrlar ichidan eng keraklisini olib unga e'tiborni jalb etgan holda butun bir vaziyatni ochib beradi.

Axborotning eng muhim taraflarini aniqlash uchun bir nechta savollarga javob topish kerak:

- Axborotning asosiy qismi nimadan iborat;
- Qaysi fakt eng oxirgi va yangisi;
- Qaysi faktlar eng unikal (yagona) hisoblanadi;
- Qaysi faktlar eng qiziqarli;
- Aniq faktlarning qay biri o'quvchiga ko'proq ta'sir o'tkazadi;
- Qay bir o'ziga xos jumla maqolaning mag'zini chaqishga yordam beradi.

Bu savollarni berib bo'lganingizdan keyin o'zingizda maqolaning asosiy fikri to'g'risidagi tasavvur bo'lgan bo'lsa, unda maqolaga lid yaratishga kirishishingiz mumkin. Agar bu savollarga to'laligicha javob bera olmasangiz bir oz fikrlaringizni jamlab olishga harakat qiling.

Ma'lumot yig'ib bo'lganingizdan keyin hodisa ishtirokchilari bilan kamroq muloqotda bo'lishga harakat qiling, chunki har bir odam o'zini asosiy ishtirokchi sifatida ko'radi va bu sizga axborotning asosiy nuqtasini topishingizga xalaqit beradi. Axborot ishtirokchilarining har birlari ular bilan bo'lib o'tgan hodisa eng muhim deb hisoblaydi va ular bilan bo'lgan ortiqcha muloqot sizni voqeaga xolisona nazar tashlashingizga xalaqit beradi. Bu holat barchasi kuchli fikrlarga ega bo'lgan insonlardan intervyu olganda yaqqol seziladi.

Gazeta xabarida reportyor iloji boricha voqealarni obyektiv yoritib berishga harakat qilishi kerak. Bunda birovlarining va o'zining shaxsiy manfaatlarini ko'zlashga yo'l qo'yib bo'lmaydi. Bu albatta, juda qiyin. Chunki axborotni to'plash jarayoni reportyorga ham qiziqarli bo'lib, o'z fikrlariga ega bo'lishi mumkin. Shu bilan birga, axborotni uzatishda reportyor shaxsiy fikrlarni emas, balki haqiqatga asoslangan faktlarni neytral pozitsiyada yoritib berishi kerak.¹⁹

Mavzuga oid adabiyotlar ro'yxati

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 66 p.
2. https://learnlab.hfcc.edu/.../news_writing_lead_paragraph_exercises_5.18.pdf
3. Toshaliyev I. E., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 48 b.

Mavzu bo'yicha savollar

1. Lid tushunchasi nima?
2. Mediamatnlardagi lidlarga qanday talablar qo'yiladi?
3. Lidlarning qanday turlarini bilasiz?
4. Lidlarning qanday vazifalarini bilasiz?

¹⁹https://learnlab.hfcc.edu/.../news_writing_lead_paragraph_exercises_5.18.pdf

Mavzu bo'yicha test savollari

1. "Lid"ga qaysi qatorda to'g'ri ta'rif berilgan?

a) (ingl. Lead - bosh bo'lish, boshqarish) kirish qismi degan ma'noni anglatadi.

b) (fran. Lead - bosh bo'lish, boshqarish) kirish qismining boshi degan ma'noni anglatadi.

d) (lotincha Lead - boshlanma) bosh qismi degan ma'noni anglatadi.

e) (ingl. Lead - bosh bo'lish, boshqarish) sarlavha degan ma'noni anglatadi.

2. Lidning vazifasiga nimalar kiradi?

a) axborot oqimidagi o'quvchiga kerakli bo'lgan ma'lumotni yetkazish.

b) axborot oqimidagi o'quvchiga kerakli bo'lgan ma'lumotni tezroq anglab yetishga yordam berish.

d) matndagi o'quvchiga kerakli bo'lgan ma'lumotni ifodalash.

e) matndagi o'quvchiga kerakli bo'lgan axborotni ko'rsatib berish.

3. Quyidagilardan qaysi biri lid turlariga kirmaydi?

a) Asosiy lid

b) Epizodik lid

d) Bosh lid

e) Rezonans lid.

4. Lid javob berishi kerak bo'lgan 6 ta asosiy savol qaysilar?

a) "Qancha, qachon, qayerda, nimaga, nimani va qanday?"

b) "Kim, qachon, qayerda, nimaga, nima uchun va qanday?"

d) "Kim, qachon, qayerda, nimaga, nimani va qancha?"

e) "Kim, qachon, qayerda, nimaga, qancha va qayerdan?"

5. Sitata shaklidagi lidlar nimani ifodalaydi?

a) asosiy mavzudan chetlashgan holda o'quvchining e'tiborini tortish uchun keskin asosiy maqsadga o'tiladi.

b) o'z ichiga maqolaning asosiy fikrini jam qiladi va uni qisqa shaklda ifodalaydi.

d) voqeaga tegishli bo'lgan epizod asosida yaratiladi.

e) o'ziga xos sitata shaklida bo'lib, maqolaning asosiy qismini ta'riflab beradi.

6. Lidni o'qish jarayonida o'quvchi nimaga qaror qiladi?

a) o'quvchi qolgan qismni o'qishni qaror qiladi.

b) o'quvchi qolgan qismni o'qimaslikni qaror qiladi.

d) o'quvchi qolgan qismni o'qish yoki o'qimaslikni qaror qiladi.

e) o'quvchi qolgan matnni ko'zdan kechirib chiqishni qaror qiladi.

7. Maqolaning birinchi abzasi....

- a) o'quvchini e'tiborini jalb etadigan qism
- b) o'quvchini e'tiborini chalg'itadigan qism
- d) o'quvchini bilimini boyitadigan qism
- e) o'quvchini e'tiborini yo'naltiradigan qism

8. Yaxshi lid yozishda nimalardan foydalaniladi?

- a) uzoq yillik tajribadan va bilim orqali.
- b) uzoq yillik tajriba orqali.
- d) o'z ustida ishlash orqali.

e) uzoq yillik tajribadan va til vositalaridan puxta foydalana olish mahorati orqali.

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Lid haqida umumiy ma'lumot.
2. Lid, sarlavha va matn uyg'unligi.
3. Matn yaratishda lidlarning ahamiyati.

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Lid	лид	lead	(ingl. Lead - bosh bo'lish, boshqarish) kirish qismi degan ma'noni anglatadi.
Lidning vazifasi	задачи лида	Leads Objectives	axborot oqimini o'quvchiga kerakli bo'lgan ma'lumotni tezroq anglab yetishga yordam berish
Asosiy lid	основной лид	Main lead	o'z ichiga maqolaning asosiy fikrini jam qiladi va uni qisqa shaklda ifodalaydi
Epizodik lid	эпизодический лид	Episodic lead	voqeaga tegishli bo'lgan epizod asosida yaratiladi
Rezonans lidlar	лиды резонансы	Resonance lead	asosiy mavzudan chetlashgan holda o'quvchining e'tiborini tortish uchun keskin asosiy maqsadga o'tiladi

Tarqatma: Rezyume metodi asosida ishlash

LID	
muvaffaqiyatli	muvaffaqiyatsiz
SARLAVHA	
muvaffaqiyatli	muvaffaqiyatsiz

TAG SARLAVHA	
muvaffaqiyatli	muvaffaqiyatsiz

MATN	
muvaffaqiyatli	muvaffaqiyatsiz

MEDIAMATNLAR TUZILMASI

1. Mediamatnlarning tarkibiy qismi.
2. Abzas tushunchasi. Abzasga qo'yiladigan talablar. Abzas tarkibidagi gaplarning o'zaro bog'lanish usullari.
3. Kirish, asosiy qism, xulosa. Ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik.
4. Mediamatnlarni tuzishda izchillik, tizimlilik, mantiqiy ketma-ketlik tamoyillari.

Tayanch so'zlar: *matn, monolog, diolog, uslubiy xoslik, abzas, kalit so'zlar, mikro mavzu, murakkab sintaktik butunlik, kirish, asosiy qism, xulosa.*

Matn – bu mazmun va lisoniy birliklar yordamida mantiqiy ketma-ketlikda bir-biri bilan bogʻlangan qator gaplardan iborat tuzilma.

Matnning ikki xil turi mavjud: dialog shaklida va monolog shaklida.

Dialog – nutqning bir koʻrinishi boʻlib, bunda maʼlumot almashishi bevosita nutq ishtirokchilari oʻrtasidagi suhbat shaklida boʻlib oʻtadi.

Monolog – yana bir nutq koʻrinishi boʻlib, bir-biri bilan maʼno va grammatik jihatdan uzviy bogʻliq boʻlgan va mantiqan mos keladigan gap qatorlaridan iborat boʻladi. Monolog oʻquvchilarga, tinglovchilarga va soʻzlovchining oʻziga (ichki monolog) qaratilgan boʻlishi mumkin.

Matn sarlavhaga ega boʻlishi yoki ega boʻlmasligi mumkin. Sarlavha matnning maʼnosini qisqa shaklda aks ettiradi. Til birliklari yordamida sarlavhaning oʻziga xos uslubi belgilanadi. Buning yordamida oʻquvchi matn mazmunini qisqa muddatda oʻzlashtira oladi.

Headline – Sarlavha, maqolani nomlovchi matn.

Byline – “Baylayn”, yozuvchining ismi sharifi kiritiladigan matn. Yozuvchini ifodalovchi qisqa taʼrif.

Placeline – asosiy matnga oʻtish qismi.

Lead – lid, turli xil funksiyalarni bajaruvchi kirish qismi:

- oʻquvchini eʼtiborini tortadi;
- eng asosiy maʼlumotni oʻz ichiga oladi;
- mavzuga kirish uchun ishlatiladi;
- asosiy beshita savolga javob beradi.

Body – asosiy qism, mavzuni toʻlaligicha ochib beradi. Eng muhim detallar birinchi navbatga qoʻyiladi.

Quotation – sitata. Kimningdir fikrlarini toʻgʻridan-toʻgʻri ifodalaydi, maqolaga aniqlik kiritadi. Voqea joyida boʻlayotgan ruhni beradi²⁰.

²⁰ Dale Simnett and Darren Reed, Writing a News Report. Literacy Preparation Week November, 2009. P.3.

Gap matnning eng kichik birligi hisoblanadi. Gaplar o‘zaro abzas (xat boshi), paragraf, boblar va boshqalarda birlashadi. Matndagi gaplar soni belgilanmagan. Gaplarning soni berilayotgan axborotni uzatish va uni yetarli bo‘lishi bilan bog‘liq. Ya‘ni axborotning katta-kichikligi matndagi gaplar sonining hajmini belgilab beradi. Matnning hajmini yozuvchi yoki so‘zlovchi belgilaydi.

Matn uslubiy jihatdan xoslangan bo‘lishi kerak. Masalan, og‘zaki, rasmiy-idoraviy, publitsistik, ilmiy, badiiy, diniy-ma‘rifiy bo‘lishi mumkin. Uslubiy xoslik – matnning eng muhim belgisidir.

Matn deganda butunlik va o‘zaro bog‘liqlik asosiy sifati hisoblangan tugallangan fikrni aks ettiruvchi asar (yozma yoki og‘zaki) tushuniladi. Matnning to‘g‘ri tuzilganligi uning tashqi muhit bilan bog‘liqligi, muallifning ichki kechinmalari, o‘z vaqtida qabul qilinishi va buning uchun kerakli muhitni yaratish bilan uzviy bog‘liq. Matnni to‘g‘ri qabul qilish nafaqat til birliklari va ularning birikishlari orqali ta‘minlanadi, balki umumiy bilimga ham bog‘liq.

Matn so‘zlovchining nutq faoliyati mahsuli hisoblanadi. Tildan muomala vositasi sifatida foydalanishni o‘rganish uchun nutqiy kompetensiya (mahorat)ga ega bo‘lish, eshitish, gapirish, o‘qish va yozish (matn yaratish)ni o‘rganish uchun talabalar o‘z fikrlarini maqsadga, matn tarkibiga, muomala sharoitiga mos til birliklaridan foydalangan holda yozma va og‘zaki shaklda ifodalash malakasiga ega bo‘lishlari kerak.

Bizning nutqimiz muomala sharoitiga: kim bilan, qayerda, nima maqsadda gapirayotganligimizga bog‘liq. Bu aniq uslubiy xoslanganlik bilan tavsiflanadi. Uslubiy xoslanganlik aytilayotgan fikrning mundarijasida va uning tilida namoyon bo‘ladi. Shuning uchun til qurilishini o‘rganish bilan birga uni ishlatilishini, amalda qo‘llanilishini ham o‘zlashtirishimiz kerak.

Demak, uslubiy mahoratga ega bo‘lish uchun doimiy izlanishlar va mashqlarga katta ahamiyat berish lozim. Uslubiy bilimlarga ega bo‘lish uchun, tayyor matnning uslubini anglay olish, berilgan matnning uslubini sayqallash,

uslubiy tahlil qila olish, matnning uslubiy jihatidan yanada yaxshilash va berilgan uslubga ko'ra matn yarata olish kerak.

Matnning tahlili umumiy reja bo'yicha amalga oshiriladi:

Matnning mazmuni, nutqning turi, lisoniy birliklar va yozuvchining asosiy maqsadi o'rtasida o'zaro bog'liqlik o'rnatiladi. Uslubiy tahlil matnning murakkab lisoniy tahliliga aylanishi kerak emas. Aniq matnda umumiy qoidalar paydo bo'lishini ko'ra olish lozim. Uni tahlil qilishda quyidagilarga amal qilinadi:

- matnning asosiy mazmuni belgilanadi;
- uning uslubi aniqlanadi;
- til vositalari tahlil qilinadi:

* mazmunni to'liq ochib berish (muallif tomonidan) va uni avtonom (hududiy) qabul qilish, tushunish imkoniyatini yaratish davomida tugallanganlik, mazmuniy tugatilganlik yuzaga kelishi;

* fikrning mantiqiy rivojlanishini ifodalovchi tartib, joylashgan gaplarning tartibi, ikkinchidan, leksik va grammatik vositalar yordamida ma'lum tizimda tashkil qilingan gaplar o'rtasidagi bog'liqlik;

* matn har doim uslubiy: so'zlashuv, rasmiy-idoraviy, ilmiy, publitsistik va badiiy xoslangan bo'lishi uning uslubiy birligini belgilaydi;

* bog'liqlik, tugallanganlik va uslubiy butunlik birlashishi orqali butunlik yuzaga keladi.

Shu tariqa matnning asosiy belgilariga quyidagilarni kiritish mumkin: matn qismlari o'rtasidagi mavzu va kompozitsiya jihatidan butunlik, qismlar o'rtasidagi mazmun va grammatik bog'liqlik, tugallanganlik asosida mazmuniy butunlik.

Matn tuzilmasi. Matn abzaslarga bo'linadi. Abzas – matnning kichik bo'lagidir.

Bu maqolada gap abzas haqida boradi. O'ylab ko'ring, biz matn yaratish jarayonida nega uni abzaslarga bo'lib chiqamiz? Abzaslar to'g'risida yetarlicha ma'lumotga ega bo'lish, yaxshi matn yaratishga yordam beradi deb o'ylaymiz.

Har bir abzas bir asosiy fikrga ega bo'lib, abzasning matn konsepsiyasi ushbu fikrni to'raligicha ochib berishga qaratiladi. Ilmiy maqolalarni qay tarzda samarali yaratish va har bir abzasda mantiqiy ketma-ketlikni to'g'ri qo'yib chiqish haqida fikr yuritamiz.

Har bir imorat bo'laklar, xonalardan iborat bo'lganidek, matn ham qismlardan iborat bo'ladi. Abzas qurilish bloklari sifatida faktlarni mantiqiy ketma-ketlikda joylashtirib, o'quvchini asosiy fikrga va kerakli xulosaga olib keladi. Abzaslardan to'g'ri foydalanish yozuvchilik mahoratini oshiribgina qolmay, sohangizni yaxshi anglab yetishingizga ham yordam beradi. Ya'ni nazariy bilimlarga ega bo'lishingizni, bilimlaringizni oshishini ta'minlaydi.

Yaratilayotgan matnni abzaslarga bo'lish jarayonida yozuvchi kamchiliklarni ko'radi. Ya'ni matnning qaysi qismiga urg'u berish, ixtibos keltirish, qaysi qismini qayta ishlash, ajratish kabi jarayonlarni oshirishni ko'rib chiqadi.

To'xtalib o'tmoqchi bo'lgan asosiy fikrlaringizni bir qatordan yozib chiqing. Matn yaratishning bu bosqichida matnning asosiy fikri va maqsadi to'g'risida yana bir bor o'ylab ko'ring. Aslini olganda, o'quvchi nimani tushunishi va eslab qolishini maqsad qilganingizni o'zingiz uchun aniqlab oling. Bunda sizga ushbu uch savol yordam beradi:

1. Matnni yaratishdan asosiy maqsadim nima? Bu bilan nimaga erishmoqchiman?

2. Matnni kim o'qiydi? O'quvchi qanday bilimga ega? Unga nimani tushuntirishim kerak? O'quvchi bu maqoladan qanday bilimni olishni xohlaydi?

3. Matnning hajmi. Asosiy fikrni qanday hajm (vaqt, joy, bet)da yoritib berishim lozim?

Yaxshi yozish yaxshi struktura (tizim)ni yaratishdan boshlanadi. Matn yaratishdan oldin reja tuzib olishni o'zingizga odat qilib oling. Har bir abzas uchun savol tuzib chiqing. Asosiy nuqtalarni abzas sifatida belgilab olganingizdan so'ng

ularni bir-biriga bog‘liq bo‘lishi uchun to‘g‘ri ketma-ketlikda qo‘yib chiqing. Bu ketma-ketlikni skelet shaklida qog‘ozga tushurib oling.

Asosiy abzaslar sizning mavzuingizni o‘zagi bo‘lib, mavzuni yoritishda markaziy o‘rin tutadi.

Abzas ichidagi har bir yordamchi so‘z mavzuni ochib berishga, o‘quvchini keyingi abzasni o‘qishga undab, mantiqiy fikrlashga undaydi.

Ilmiy matnda birinchi jumla yoki abzas doimo eng muhim axborotni o‘z ichiga oladi. Badiiy matnda esa yozuvchining uslubiga ko‘ra bu qoidani chetlab o‘tib, asosiy fikr matning o‘rta qismiga yoki oxiriga ham joylashtirilishi mumkin. Bundan maqsad: o‘quvchi e‘tiborini matni oxirigacha ushlab turish, muammoni kuchaytirish va ma‘lum vaziyatgacha savolni ochiq qoldirib, o‘quvchining matn ustida bosh qotirishiga undashdan iborat.

Siz berayotgan ma‘lumotlarning mantiqiy tuzilishi. O‘quvchi matning bosh qismidagi parchaga eng ko‘p e‘tiborini qaratadi. Bu har bir insonga xos bo‘lgan odat bo‘lib, o‘quvchining e‘tiborini qozonishini, xotirasida qolishini istagan holda ma‘lumotni har bir abzasning birinchi gapida ifodalash kerak.

Ikkinchi gapda esa birinchi gapda berilgan ma‘lumotni izohlab, kengaytirib berish talab etiladi.

Izohda turli xil ko‘rgazmali (illyustrativ) misollardan foydalanish maqsadga muvofiq. Bu misollarni ikkinchi gapdan so‘ng berishingiz mumkin.

Va nihoyat, keyingi abzasga o‘tish uchun bog‘lovchi gap tuzing. Bu gap o‘quvchini keyingi abzasda fikrlarning mantiqiy davomini bilishga undaydi. Shunday qilib har bir abzas struktura (ichki tarkibi) bo‘yicha bir-biriga bog‘liq bo‘lib, mazmun va g‘oyalarni ochib berishga xizmat qiladi.

Abzas ichida ortiqcha “material” bo‘lmasligi kerak. Bu material abzas mavzusiga mos kelmasa, uni olib tashlang yoki alohida abzas sifatida bering. Kichik abzaslar yozish bilan qisqalik va aniqlikka erishiladi. Bu yozuv usuli bilan sizning dalillaringizni keltirish osonlashadi. Qoralamasiz yozishga harakat qilish osmono‘par binoni loyiha va poydevorsiz yaratishga harakat qilgandek bo‘ladi.

Siz yozish jarayonida ortga qaytib, “keyinroq tuzatsa bo‘ladi”, deb o‘ylashingiz mumkin. Ammo bu jarayon o‘ylaganingizdan nihoyatda mashaqqatli va ko‘p vaqt talab qiladigan bo‘lishi mumkin.

Demak, oldindan reja qilib olish har doim tezroq, osonroq va arzonroq bo‘ladi.²¹

Abzas – yangi fikrni boshlanishi va oldingi fikrning tugaganligini ifodalovchi matnning mustaqil, grafik jihatdan ajratilgan unsuridir. Abzaslarga bo‘linishi matnning kompozitsiyasini aniqlashtiradi va matnni o‘qishda ta’sirchan vosita sifatida qo‘llaniladi.

Abzas ma’lum tuzilishga ega: asosiy abzas (zachin –abzasning birinchi gapi) keyin bosh abzas fraza, so‘ng bosh abzasni aniqlashtiruvchi, ochib beruvchi izohlovchi qism. Abzas xulosa bilan tugatiladi. Ba’zan asosiy abzas bosh fraza bo‘lishi mumkin, agar izohlovchi qism ikki va undan ortiq abzas bo‘lsa xulosa alohida abzas qilib berilishi mumkin. Kalit so‘zlar (fikrni ma’nosini ifodalovchi so‘zlar) bosh abzas frazada joylashgan bo‘ladi. Kalit so‘z, so‘z birikmasi yoki gapni topish uchun matnning tuzilmasini bilish kerak.

Abzasning asosiy xususiyati – matn qismlarini ajratish, xabarning qabul qilinishini va uni o‘qishda nafasni “rostdash”ni yengillashtiridir.

Ilmiy asarlar uchun fikrlarning tugallangan birligi kabi abzaslarning aniq tuzilishi xarakterlidir. Ilmiy asarlarda abzaslar alohida aniq mantiqiy butunlik va ketma-ketlikda bo‘lishi kerak. Ko‘pincha ilmiy asarlarda abzas mantiqiy reja asosida tuziladi: umumiydan xususiya, tasdiqlashdan isbotlashga, sababdan oqibatga. Abzas yakuni – yakunga olib keluvchi o‘ziga xos mantiqiy nuqta.

Abzas asosiy mikromavzuni ajratishga, bir mikromavzudan boshqasiga o‘tishga xizmat qiladi.

Mikromavzu (mikrotema) – umumiy mavzuning kichik tarkibiy qismidir. Agar matnda bir necha qism bo‘lsa, har birining o‘z mavzusi bor. Ko‘pincha

²¹ Celia M. Elliott. Building Good Paragraphs, The Board of Trustees of the University of Illinois. Copyright. 2014. P.10

mikromavzu alohida abzas bilan ajratiladi. Abzaslar soni bilan mikromavzular sonini aniqlash mumkin.

Abzas va murakkab sintaktik butunlik – bu birlik bir-biridan yuzaga kelishi va til birligi sifatida farqlanadi (abzas murakkab sintaktik butunlik kabi alohida sintaktik xoslikka ega emas), lekin bu birliklar birlashadi, vazifaviy bog‘lanadi, har ikkisi ma’noviy-uslubiy rol o‘ynaydi. Aynan shuning uchun ba‘zan abzas va murakkab sintaktik butunlik mos kelishi, bir-birini o‘rmini bosishi mumkin.

MURAKKAB SINTAKTIK BUTUNLIK (MSB) MATNING BIRLIGI SIFATIDA

Murakkab sintaktik butunlik tarkibida ma’noviy-tuzilish munosabatlari aks etishi. Matnni tashkil qiluvchi vositalardan biri sintaktik birliklardir. Bu – murakkab sintaktik butunlik (MSB) – tarkibiy-ma’noviy birlikni ifodalovchi sintaksisning birmuncha yirik birligidir. Demak, o‘zaro bog‘langan va tugallangan so‘zlar guruhi (sodda, murakkab, turli oborotlar bilan murakkablashtirilgan), matn yoki og‘zaki nutqning mikromavzu (kichik mavzu)sini ochib beruvchi, intonatsiya va boshqa vositalar yordamida birlashtirilishi murakkab sintaktik butunlikni yuzaga keltiradi.

Murakkab sintaktik butunlik tarkibiga kiruvchi gaplar bir-biri bilan bemaol birlasha oladi. Ma’no jihatidan birikadi, berilgan mikromavzuni ochib berguncha ikkinchi gapning mundariyasi birinchi gapning mazmunini o‘stiradi va h.k.

Murakkab sintaktik butunlik – sintaktik-uslubiy birlikni yuzaga keltiruvchi o‘zaro yaqin bog‘liq tugallangan gaplar guruhidir. Murakkab sintaktik butunlikda birlashgan mustaqil gaplarning ma’no munosabatlari turli vositalar orqali mustahkamlanadi:

- leksik vositalar (keyingi gapda oldingi gapdagi alohida so‘zlarni takrorlash, shaxsiy va ko‘rsatuv olmoshlari, ravishlar, keyin, so‘ng, shunda, u yerda, shunday va boshqalar);

- morfologik vositalar (gapda birlashgan ega-kesimning shaxs-son, zamonda mos kelgan shakli);

- sintaktik vositalar (soʻz va gaplarning tartibi, lekin, ammo, shuning uchun, va hokazo bogʻlovchilari, birlashtiruvchi vositalarning qoʻllanilishi, qurilmaning parallelligi), ritmomusiqaviy vosita (qismlar va butunning intonatsiyasi, talaffuzi), uslubiy vositalar (anafora, epifora, leksik doira).

Ogʻzaki nutqda murakkab sintaktik butunlikning talaffuzi oʻziga xoslikka ega. Uning tarkibidagi mustaqil izohlovchi gap asosan, bir xil tonda ifodalanadi, gapning soʻngida tonni pasaytirish va oʻzaro bir xil pauza (toʻxtam) bilan ajratish lozim. Bular sezilarli darajada amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir: tonni pasayishi bilinib turishi, ikkita murakkab sintaktik butunlik oʻrtasidagi pauza choʻziqroq boʻlishi kerak. Bundan tashqari, keyingi murakkab sintaktik butunlikning boshlanishi ovoz tonini koʻtarilishi, koʻpincha ovoz tembrining oʻzgarishi bilan xarakterlanadi.

Murakkab sintaktik butunlik tarkibidagi tizimiy-maʼnoyiy aloqalar

Murakkab sintaktik butunlikda mustaqil gaplarning keng tarqargan birikuv vositalari	Misollar
1. Ega-kesimlarda yaxlit zamon koʻrinishlari shakllari	"Oʻzbek xalqining kelib chiqishi tarixi" nomli ushbu monografik tadqiqotda oʻzbek xalqining kelib chiqishi, yaʼni uning uzoq davom etgan etnogenez va etnik tarixi haqida, uning urugʻ-qabila holatidan asta-sekin elat-xalq boʻlib shakllanib borish jarayoni va shakllangan xalq sifatida millat darajasiga yetishish bosqichlari bayon etilgan. Hammamiz shu tuproqning suvini ichganmiz, non-tuzini yeganmiz
2. Olmoshlar, sifatlar va soʻzlar, (u, ular, uni, uning, ularning, bu, bunday, oxirgisi, koʻrsatilgan, ushbu, yuqorida koʻrsatilganidek va boshqalar), kirish soʻzlari	Odamzod borki, avlod-ajdodi kimligini, nasl-nasabini, oʻzi tugʻilib voyaga yetgan qishloq, shahar, xullaski , Vatanning tarixini bilishini istaydi Hammamiz shu tuproqning suvini ichganmiz, non-tuzini yeganmiz. Hammamiz oʻzimizni oʻzbek sanaymiz. Oʻzbekligimizdan faxrlanamiz, gʻururlanamiz...

3. Leksik vositala (leksik takror, perifraz, sinonimlar va boshqalar)	Tarix sohasida mehnat qilayotgan olim, mutaxassislarga murojaat qilmoqchiman. sizlar millatimizning haqqoniy tarixini yaratib bering, toki u xalqimizga ma'naviy kuch-quvvat baxsh etsin, g'ururini uyg'otsin. Biz yurtimizni yangi bosqichga, yangi yuksak marraga olib chiqmoqchi ekanmiz, bunda bizga yorug' g'oya kerak
---	---

Gaplar va matn qismlari o'rtasida turli ma'noli munosabatlarni ifodalovchi, bog'lovchi vositalar

Anglatgan ma'nolari	Bog'lovchi vositalar
Sababli-tekshiruvli, shartli	Shuning uchun, shundan, xuddi o'sha, natijada, tekshirilgan, bunday holatda
Yuqorida aytilganlarga qo'shilish	Va, shunday, buning uchun, undan tashqari, undan boshqa, o'z o'rnida, aslida, shuningdek
Qarama-qarshilantirish	Yo, yoki, lekin, boshqa tarafdand, aksincha, ammo, nafaqat
Izohlash, aniqlash, isbotlash	Masalan, aynan, hatto, alohida, boshqa so'z bilan, boshqacha aytganda, umuman olganda, aslida
Sanash tartibi	Birinchidan, nihoyat, avvalambor, avvalida, boshida, keyin, davomida, kelgusida, oxirida, so'nggida
Ma'lumotlar ba'zasi	Fikricha, nuqtai-nazardan, undan ko'rinib turibtki, berilganlarga qo'shib, e'tirof etishlaricha, eslatilganidek, muallif izohlashicha
O'tgan va keyingi ma'lumot o'rtasidagi bog'liqlik	Ko'rsatilganidek, shunday ko'rsatib o'tilgan, yuqorida ko'rsatilganidek, belgilanganidek
Tasdiqlash, isbotlash	To'g'ri, albatta, hayratlanarli, haqiqatan
Qo'shilmaslik, ishonmaslik	Balki, bo'lishi mumkin, qarama-qarshilik tug'diradi, haqiqatga yaqin emas
Umumlashtirish, xulosa	Shu tariqa, shunday, umuman aytganda, alohida ta'kidlash lozim, demak, asosan, xullas, xulosa qiladigan bo'lsak

Matnda gaplar o'rtasidagi bog'lanishlarning ko'rinishlari

Murakkab sintaktik butunlik bir turli bo'lishi va bir turli bo'lmisligi mumkin. Murakkab sintaktik butunlikda bir turli gaplar o'rtasida parallel bog'lanish, bir turli bo'lmagan gaplar o'rtasida zanjir bog'lanish yuzaga keladi.

Matnda bog‘lanishning ikki xilidan foydalaniladi – uzviy (zanjir) va parallel. Ko‘p hollarda uzviy zanjir usulidan foydalaniladi.

Bog‘lanish turlari	
<p>Uzviy (zanjir) bog‘lanish – ikkinchi gap birinchisi bilan, uchinchi gap ikkinchisi bilan bog‘lanadi. Matn tarkibidagi gaplarning zanjir bog‘lanishi “hozirgi” va “yangi”ning navbatma-navbat kelishiga asoslangan. Birinchi gapdagi “yangi” ikkinchi gapda “hozirgi”giga aylanadi va h.k.</p>	<p>Parallel bog‘lanishga birinchi gapga ikkinchi, uchinchi va h.k. gaplarning tobe bo‘lishiga aytiladi. Birinchi gap holat (kartina)ning umumiy rejasini beradi va mavzuni o‘z ichiga qamrab oladi. Qolgan gaplar ham ma‘no jihatidan, ham grammatik jihatdan u bilan bog‘lanadilar. Ular umumiy holatni asoslaydilar, matn mavzusini aniqlashtiradilar</p>
O‘ziga xosliklari	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalit so‘zlarning takrorlanishi 2. Kalit so‘zlarni sinonimlari bilan almashtirilishi (shuningdek, kontekstual sinonimlari bilan) 3. Kalit so‘zlarni olmosh bilan almashtirilishi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. So‘zlarning bir xil tartibi 2. Gap bo‘laklarining bir xil grammatik shakli 3. Fikrlarning tartibi va ular o‘rtasidagi bog‘lanishini ifodalovchi kirish so‘zlari 4. Ba‘zida birinchi so‘zning takrorlanishi
Misollar	
<p style="text-align: center;">“Ona”</p> <p>Ishdan qaytayotib, muzlagan yo‘lda toyib yiqilgan ayol, necha kundan beri uyda ikki oyog‘i gipslanib yotibdi.</p> <p>Oxirgi kunlarda zerikkanidan ovunchoq bo‘lsin, deb to‘rt yashar o‘g‘ilchasini bog‘chaga ham yubormay qo‘ydi. Hamma o‘z ishiga, o‘qishiga ketadi. Uyda yolg‘iz bemor ona va bog‘chadan olib qolinayotgan mittivoy. Bola onasi uchun ovunchoq, ham dastyor. Hali uni olib borishni, hali buni joyiga qo‘yib kelishni buyuradi. Peshingacha ahvol shu. Ona-bola bir-biriga ovunib o‘tiradi. Bolakayning pildirabgina ish qilishlaridan ko‘zlari quv nab ketadi, og‘riqlarini unitgandek bo‘ladi...</p>	<p style="text-align: center;">“Eng foydali meva...”</p> <p>Azaldan limon zangila (singa), bo‘g‘ma (difteriya), sariq, jigar, siydik-tosh, qo‘l-oyoqlarning zirqirab og‘rishi (padagra), shamollash, shish, bod (revmatizm)da shifo bo‘luvchi sitrus meva sifatida iste‘mol qilinadi. Limon avitaminoz va aterosklerozning oldini olishda, suyaklar singanda tez bitishga yordam beradi. O‘pka sili va asteniyaga yaxshi davo. Limon sharbatida S,A,D,RR darmondorilari bo‘lib, odam isitmalaganda, tashnalikda va umumiy ahvolni yaxshilashda qo‘llaniladi. Moddalar almashinuvining buzilishi bilan kechadigan kasalliklarda ham foydali. Terining zamburug‘li kasalliklarida va ekzemada, bavosilda hamda qorasonda limon sharbatiga botirilgan mato kasallangan joyga qo‘yilsa, nafi tegadi...</p>

Uzviy (zanjir) bog‘lanish tilning barcha uslublarida ishlatiladi. Bu gap bog‘lanishlarining eng ommabop, keng tarqalgan usulidir.

Parallel bog‘lanish ko‘pincha tasvirlash va izohlashda ishlatiladi.

O‘zbek tilidagi matn muammolari bilan muntazam shug‘ullanib kelayotgan A. Mamajonov va M. Abdupattoyevlar ham matn tarkibidagi bog‘lanishlikka, grammatik va mazmuniy umumiylikka ko‘ra uzvlarning birikuviga alohida urg‘u beradilar: «Matn – sintaksisning tekshiruv obyekti. Sintaktik hodisa sifatida matn maxsus leksik-grammatik va umumiy mazmun talabi bilan birikkan birdan ortiq mustaqil gap turlarining yig‘indisidan iborat. Matn o‘ziga xos murakkab sintaktik strukturaga ega bo‘lgan nutqning eng yirik ifodasdir».²²

Tilshunoslikka mantga berilgan juda ko‘p va xilma-xil ta‘riflarning deyarli barchasida ayni shu bog‘lanishlilik va yaxlitlik belgisi u yoki bu tarzda o‘z ifodasini topgan. Masalan, nemis tilshunosi V. Dressler «matn sintaksisi» nomli maqolasiga X. Vaynrixning «matn – bu shubhasiz, shunday butunlikki, unda barcha narsa o‘zaro bog‘langandir»²³ shaklidagi ta‘rifini epigraf qilib olgan. Yoki boshqa bir tadqiqotchining matnga bergan ta‘rifi mana bunday: «Yaxlitlikni nazarda tutgan holda zamon yoki makonda joylashtirilgan gaplarning har qanday ketma-ketligi matn hisoblanadi»²⁴ Qisqa qilib aytganda, matn - tafakkur mahsuli, so‘z va gaplarning muayyan uslub va me‘yorlar asosida tartiblanishi, yaxlitlanishi, ma‘lum mazmun va makonda (joy, matnning qog‘oz, magnit tasmasi, disketa, audio-videotasvirlar, internet saytlari va veb-sahifalarda yozilishi) moddiylashuvidir.

Ana shu gaplar ketma-ketligi o‘zining tuzilishi, mazmuni va tilshunoslikka oid boshqa jihatlari matn yaxlitligini belgilaydi. Muharrirning vazifasi qo‘lyozma materialini yuqoridagi mezonlar asosida matn yaxlitligini ta‘minlashga qaratiladi. «Matn yaxlitligi. Har bir asar, u xoh adabiy bo‘lsin, xoh publitsistik bo‘lsin yaxlit – bir butunlikda bo‘lishi lozim. Yaxlitlik matnni boshdan to oxirigacha,

²² Mamajonov A., Abdupattoyev M. Matn sintaksisi. Farg‘ona, 2002. 4 b.

²³ Zveginsev B. A. Предложение и его отношение к языку и речи. М.: МГУ, 1976. С. 181.

²⁴ Ziyodova T. Matn yaratish texnologiyasi. T.: Fan, 2008. 57 b.

go'yo bog'lab turuvchi ip bo'lib hisoblanadi. Shakldan boshlab mazmuniga tomon o'tib, mazkur ipni aniqlash muharriming birinchi va asosiy vazifasi hisoblanadi. Muharrir matn yaxlitligini baholashda ikki narsaga asosiy e'tiborini qaratishsh lozim. Birinchisi, matnni uzviy bog'liq bir butun deb, tahlil qilish, ikkinchisi, uni tashkil etuvchi unsurlar to'laqonliligi va aniqligini belgilash.

Ma'lumki, tilning yozuvdagi ifodasi - matn yaxlit bir kompozitsiyani tashkil etadi. U mazmunan butun bo'lsagina o'quvchilar e'tirofiga loyiq. Unda kirish, asosiy qism va xulosa qismlarga amal qilish, bayon davomida mazmunan butunlikni saqlash, chalg'imaslik muhim ahamiyatga ega. Tahririyatga kelgan har qanday materialning, avvalo, mazmunan yaxlitligiga e'tibor qaratiladi. Negaki mazmun va matn suv va yog' kabi ajralib tursa, tahrir juda murakkablashadi, ko'p hollarda tahrir etish foydasizdir.

Bir so'z bilan aytganda, Z.Tohirov qayd etganidek, muharrir e'lon qilinadigan materialni qismlarga ajratadi va uning kompozitsiyasini belgilab, quyidagi talabni e'tiborga tutadi:

1. Kirish qismi o'quvchini material bilan tanishtiradi, tasavvur hosil qiladi. Unda nashr mavzusi haqida so'z boradi, ko'rib chiqilayotgan jihatlar qayd etiladi. Kirish qismida muallif mavzuning dolzarbligi, materialning yangiligi, ilmiy-amaliy qimmatini, mavzuning o'rganilganlik darajasini asoslab berishi zarur.

2. Asosiy qismda muallif tadqiqotining mavzusi ochib berilishi va narsa yoki hodisa haqidagi yangi ma'lumotlar to'lig'icha yetkazilishi kerak. Muharrir maqolaning asosiy qismi kompozitsiyasidagi turli unsurlar qismlarining bir-biri bilan mantiqiy bog'langanligiga alohida e'tibor qaratishi lozim.

3. Xulosa qismi bu - yakun bo'lib, undan xulosaviy fikrlar o'rin oladi, shuningdek, ba'zi taklif, tavsiyalar beriladi, kelgusida qilinadigan ishlarni amalga oshirish yo'llari belgilanadi.

Bu borada Tursunoy Ziyodova «Matn tuzilishiga ko'ra gap, xatboshi (abzas), murakkab sintaktik butunlik, bo'lim, qism, boblardan tashkil topishi mumkin. Ammo matnni tashkil qiladigan asosiy tarkibiy qismlar 3 ta: kirish,

asosiy qism, xulosa. Badiiy asarlar, poemalar, romanlar, yirik trilogiyalar ham matn tushunchasi ostida birlashib, yaxlit, umumiy tasavvurni - ijodiy (ilmiy, publitsistik) matnni hosil qiladi». Ogʻzaki nutq tuzilmasi oʻziga xos boʻlib, u quyidagi jadvalda eʼtirof etilgan: ogʻzaki matn tuzilmasida – soʻzlovchi dastavval, quyidagi savollarga javob topib olishi zarur: Nima?, Nima uchun?, Qanday qilib? Xulosa.

Demak, nima gapirmoqchi, qanday maqsadda (masalan, tarbiyaviy maqsadda, bilim berish maqsadida, informatsiya berish maqsadida, oʻzini reklama qilish maqsadida), uni qanday qilib va qanday vositalar orqali yetkazib beradi va xulosa berish kabilar belgilab olinadi.

Kirish	Asosiy qism	Xulosa
10 %	80 %	10 %
Aforizm	1) Reja eʼlon qilinadi:	Auditoriyadan savol soʻraladi.
His-tuygʻu (samimiylik)	1.	Eʼtirof, his-tuygʻular.
Yumor	2.	Fikr-mulohazalar soʻraladi.
Koʻz bilan muloqot	3.	Yumordan foydalaniladi.
Tilaklar	2) Asos. Fakt (ilmiy, akademiklik, ilmiy-metodik asos.)	Tezis (masalalarni sanash).
Istaklar	3) Qisqalik (aniqlik, loʻndalik)	Xulosa.
Tezis (asoslash)	4) Munosabat (shaxsiy)	Kelajak uchun tilaklar.
Tasvir (tasavvur, maslahatlar)	5) Boʻlak boʻyicha xulosa	Eng oxirgi jumla: aforizm, yumor (oʻrinli) va h.k.
Asos (dolzarbligi)	6) Uzviy bogʻliqlik	
Prespektiva (istiqbol)	7) Lirik chekinish (5 daqiqadan oshmasligi kerak.)	
Harakat (psixologik toʻsiqlar yoʻqligi)		

Har bir qism orasida uzviy bogʻliqlik boʻlishi shart. Qismlarda va ular orasida beriladigan lirik chekinish, yumor va aforizmlar mavzuga mos va qisqa boʻlishi talab qilinadi. Aks holatda tinglovchini chalgʻishiga olib keladi va nutqning qimmatini tushurib yuboradi.

Mahmud As'ad Jo'shon ham o'zining «O'quv va yozuv malakasi» risolasida matn butunligini tashkil etadigan yuqoridagi uch qism haqida atroflicha to'xtalib, kirish qismining ortiqcha so'zlarisiz ixcham bo'lishini, asosiy qismda esa aytiladigan fikrlarning barchasi ushbu bo'limda qalamga olinishini hamda xulosa - fikrning yakuni va uning eng muhim unsuri ekani, eng so'nggida aytilgan so'z, eng ko'p esda qoladigan xususiyatga ega bo'lishi kerakligini qayd etadi.

Demak, matn yaratish murakkab jaryon bo'lib, buning uchun muallif nafaqat mavzuni yaxshi bilishi, balki, uni yetkazib berish vositalarini, nutqiy birliklar, matn turlari va uslubiy xususiyatlarini yaxshi o'zlashtirgan bo'lishi talab qilinadi. Matn yaratishda til vositalari haqida chuqur bilim va ularni amalda qo'llash mahorati talab qilinadi. Buning uchun lingvistik vositalardan biri nutq birliklarini to'g'ri ajrata bilish va ularni matnda o'z o'rnida qo'llay olish muhim ahamiyat kasb etadi. Jurnalist faoliyati murakkab jarayon bo'lib, jurnalistdan mahorat talab qilinadi. Jurnalistning mahorati birinchi bo'lib uning nutq mahoratiga bog'liqdir.

Mavzuga oid adabiyotlar ro'yxati

1. Dale Simnett and Darren Reed. Writing a News Report. Literacy Preparation Week. November. 2009. P. 3.
2. Celia M. Elliott. Building Good Paragraphs. The Board of Trustees of the University of Illinois. Copyright, 2014. P.10.
3. Toxirov Z. Adabiy tahrir (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oliy ta'lim muassasalari jurnalistika fakultetlari talabalari uchun darslik sifatida nashrga tavsiya etilgan). T.:Tafakkur bo'stoni, 2012. 8-16 b.
4. Toshaliyev I., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 36 b.

Mavzu bo'yicha savollar

1. Matn deganda nimani tushunasiz?
2. Matnning qanday turlarini bilasiz?
3. Matnning tarkibiy qismlari nima?

4. Abzas nima?

5. Matn tarkibidagi abzaslar qanday bog‘lanadi’

Mavzu bo‘yicha test savollari

1. Matnga berilgan to‘g‘ri ta‘rifni toping?

- a) mantiqiy bir-biri bilan bog‘langan qator gaplardan iborat tuzilma.
- b) fikrlar ifodasi.
- d) gaplardan iborat butunlik.
- e) mazmun va lisoniy birliklar yordamida mantiqiy ketma-ketlikda bir-biri bilan bog‘langan qator gaplardan iborat tuzilma.

2. Murakkab sintaktik butunlik deganda nimani tushunasiz?

- a) sintaktik-uslubiy birlikni yuzaga keltiruvchi o‘zaro yaqin bog‘liq tugallangan so‘zlar guruhi.
- b) sintaktik-uslubiy birlikni yuzaga keltiruvchi o‘zaro yaqin bog‘liq tugallangan gaplar guruhi.
- d) sintaktik-uslubiy birlikni hosil qiluvchi tugallangan gaplar guruhi.
- e) fikrlarning lisoniy ifodasi yig‘indisi.

3. Abzas nima?

- a) yangi fikrni boshlanishi va oldingi fikrning tugaganligini ifodalovchi matnning mustaqil, grafik jihatdan ajratilgan unsuri.
- b) yangi fikrni tugallanishini ifodalovchi matnning mustaqil, grafik jihatdan ajratilgan unsuri.
- d) yangi fikrlar boshlamasi.
- d) fikrlar birligining lisoniy ifodasi.

4. Matnni tashkil qiladigan asosiy tarkibiy qismlar nechta?

- a) 4 ta
- b) 5ta
- d) 3ta
- e) 2ta

5. Matnni tashkil qiladigan asosiy tarkibiy qismlar qaysi qatorda to‘g‘ri ko‘rsatilgan?

- a) kirish, xulosa.
- b) boshlama, asosiy qism, xulosa.
- d) kirish, asosiy qism, yakun.
- e) kirish, asosiy qism, xulosa.

6. Dialogga qaysi qatorda to'liq ta'rif berilgan?

a) nutqning bir ko'rinishi bo'lib, bunda ma'lumot almashishi bevosita nutq ishtirokchilari o'rtasidagi fikr almashish shaklida bo'lib o'tadi.

b) nutqning bir ko'rinishi bo'lib, bunda ma'lumot almashishi bevosita nutq ishtirokchilari o'rtasidagi suhbat shaklida bo'lib o'tadi.

d) bunda ma'lumot almashishi bevosita nutq ishtirokchilari o'rtasidagi nutq shaklida bo'lib o'tadi.

e) nutqning bir ko'rinishi bo'lib, fikr lisoniy ifoda orqali uzatiladi.

7. Monolog nima?

a) fikr ifodasi.

b) so'z orqali fikrlar ifodasi.

d) gaplar yig'indisi orqali fikrlarni lisoniy vositalar orqali ifodalashi.

e) nutq ko'rinishi bo'lib, bir-biri bilan ma'no va grammatik jihatdan uzviy bog'liq bo'lgan va mantiqan mos keladigan gap qatorlaridan iborat bo'ladi.

8. Abzas qanday tuzilishga ega?

a) asosiy abzas (zachin–abzasning birinchi gapi) keyin bosh abzas fraza, bosh abzasni aniqlashtiruvchi, ochib beruvchi izohlovchi qism, xulosa qism.

b) bosh abzasni aniqlashtiruvchi, ochib beruvchi izohlovchi qism, xulosa qism.

d) asosiy abzas (zachin–abzasning birinchi gapi), bosh abzasni aniqlashtiruvchi, ochib beruvchi izohlovchi qism, xulosa qism.

e) asosiy abzas (zachin–abzasning birinchi gapi) keyin bosh abzas fraza, bosh abzasni aniqlashtiruvchi, ochib beruvchi izohlovchi qism.

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Matn va uning turlari haqida ma'lumot bering.
2. Matnning tarkibiy qismlarini misollar orqali tushuntiring.
3. Matnni tashkil etuvchi unsurlarga nimalar kiradi?

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Matn	текст	text	(mazmun, ar - mundarija), 1) muallifning o'z so'zi; 2) yozilgan yoki bosilgan maqola, undagi chizmalar, tasvirlar, ilovalar va boshqalar bundan mustasno; 3) musiqa asari (opera, romans va hokazolar)ga tegishli so'z.
Matn bandlari	части текста	Parts of the text	matnning tarkibiy qismlari, abzaslar
Nutq	речь	speech	shaxs tomonidan til vositalaridan foydalangan holda fikr ifodalashi
Fakt	факт	fact	(lot. faktum – ishlangan, yuz bergan), 1) odatiy ma'noda – haqiqat, hodisa, natija tushunchalarining sinonimi; 2) ishonchligini isbotlangan bilim; 3) mantiq va fan metodologiyasida – tajriba natijasida hosil bo'lgan bilim qayd etilgan jumla; 4) tahrirda – matndagi asos materiallar; 5) jurnalistikada – tadqiqot obyekti, narsa, voqea va hodisaning chin yoki yolg'onligini tasdiqlash uchun xizmat qiladi.
Kompozitsiya	композиция	composition	matn qurilmasi
Abzas	абзац	paragraph	matnning eng kichik birligi

Tarqatma material

“3x4” usulida ishlash

Mediamatn.....

Abzas nima?.....

Kirish nima?.....

Asosiy qism.....

Xulosa.....

Nutqiy birliklar nima?.....

MAQOLA QANDAY YOZILADI?

1. Maqola turini aniqlash.
2. Xabarlar (reliz) yozish talablari.
3. Matn tuzilishi. Yozishni qanday boshlash kerak? Yozishni qanday davom ettirish lozim?
4. Jarayonni tasvirlash. O'quvchiga ta'sir etish.
5. Mavzuga mos so'z tanlay olish. Matn yaratishda aniqlik, qisqalik, lo'ndalikka ahamiyat berish. Axborot berish. Mantiqiy ketma-ketlikka e'tibor berish.
6. Yaratilgan matnni qayta ko'rib chiqish.

Tayanch so'zlar: *maqola, reliz, press-relizlar, yangilik, teskari piramida, joy chegaralanganligi, kalit, maqola tuzilishi, kirish, asosiy qism, kontr-argument, xulosa yoki rezyume.*

Maqola qanday yoziladi? Maqola yozishda, avvalambor, ushbu maqola ikki asosiy turkumning qay biriga tegishli ekanligini aniqlab olishimiz lozim. Ya'ni yangilik maqolami yoki o'ziga xos hikoyami?

Ko'pchilik OAV tashkilotlari aholiga xabar yetkazish uchun xabarlar (relizlar)dan foydalanadi. Press-relizlar biron bir hodisa yoki muammoni yoritishda ishlatiladi. Uning hajmi asosan bir betdan ko'p bo'lmaydi. Ba'zi OAVlarda muharrirlarning tajribasizliklari yoki vaqt yetishmovchiligi tufayli berilayotgan axborot uzatilgan yangiliklar bilan bir xil (takrorlangan) bo'lib qolishi mumkin. Ko'p hollarda press-relizni malakali muharrir tomonidan tahrir qilishda vaqt yetishmaydi. Natijada talab darajasidagi materialni chop etish qiyinlashadi.

Ba'zi paytlarda jurnalist turli shakldagi maqolalar yaratishi kerak bo'ladi: material bir martali xabar yoki muntazam berib boriladigan hikoyami. Bu holatda asosiy fikrni saqlab qolish uchun muharrirning tekshiruvidan qochish kerak.

Press-reliz qanday yozilishi haqida alohida to'xtalib o'tmoqchimiz.

Press-reliz (yangiliklar)ning strukturasi (tuzilishi)

Reliz "yangilik" degan ma'noni anglatadi. Shuning uchun unda faqat yangiliklar uzatilib, sharh yoki kimningdir fikrini o'z ichiga olmaydi. Relizning asosiy maqsadi: Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda? Nimaga? va Qanday qilib? degan savollarga javob berish. Bunga qaramay ba'zi tele, radio va gazeta jurnalistlari bu qoidani chetlab o'tib, o'zlarining fikrlarini yangiliklarga kiritadilar. Press-relizning maqsadi – faqatgina axborot yetkazishdan iborat. Sharhlovchining munosabati matnning boshqa turlarida ishlatilishi mumkin.

"Teskari piramida". Matnning tuzilishi ushbu qoidaga bo'ysunishi lozim. Bu modelda maqola matni qay tarzda yaratilishi kerakligini ko'rishimiz mumkin. Birinchi abzasga alohida ahamiyat berish kerak. Muhim bo'lmagan faktlar maqolaning oxirida beriladi. Matn yaratishning bu usuli zamonaviy jurnalistikaning ilk paydo bo'lgan davridan boshlangan. Telekommunikatsiya vositalarining ilk faoliyatida ham telefon yoki telegraf orqali ma'lumot uzoq masofalarga uzatilgan. Ko'pincha aloqa uzilishi bo'lib turgani sababli eng asosiy ma'lumot birinchi bo'lib uzatilgan. Agar jurnalist asosiy ma'lumotni matnning oxirida beradigan bo'lsa, ma'lumotni to'liq uzata olmay qolishi mumkin.

Yozishni qanday boshlash kerak?

To'ng'ariqlan piramida nazariyasiga ko'ra asosiy ma'lumot maqolaning boshida berilib, asosiy savollarga javob berishi lozim. Bu savollar: Kim?, Nima?, Qayerda?, Qachon?, Nimaga?, Qanday qilib? Yana maqolaning bosh qismida ma'lumotning manbasi ham berilishi kerak ("ishchi guruh a'zosining ta'kidlashicha", "kompaniya boshlig'ining so'zlariga ko'ra" kabi).

Qanday davom ettirish kerak?

Boshqa, keyingi mayda detallar muhimligi darajasiga qarab ketma-ketlikda berib boriladi. (Muhimroqlari tepada, ikkinchi darajali ma'lumotlar pastroqda beriladi.)

Maqola muhim bo'lmagan ma'lumot masalan, muammoning holati haqidagi ma'lumot bilan tugaydi.

Jarayonni tasvirlash

Bunday shaklda yozilgan yangiliklar xronologik ketma-ketlikda emas, balki asosiy ma'lumotdan ikkinchi darajali ma'lumotga o'tish shaklida beriladi. Bu esa muharrirga matnning kerak bo'lmagan qismlarini ajratib olish, joy yetishmaganda matnni qisqartirishga yordam beradi.

Joyning chegaralanganligi

Press-reviz qanday hajmda yozilsa, shundayligicha beriladi deb o'ylash noto'g'ri. Har doim maqola uchun ajratilgan joy chegaralangan bo'ladi. Shuning uchun muharrirlar revizlarni qisqartirish yoki tahrir qilish huquqiga ega bo'ladi. Maqola bir nechta muharrirlar tomonidan tahrir qilinishi natijasida matnda aniqlik yo'qolishi mumkin. Asosan, tor doiraga tegishli bo'lgan matnlarda bunday holat yaqqol seziladi. Agar hajm jihatidan matn talab darajasida bo'lmasa, muharrir uni tahrir qilishdan bosh tortib umuman maqolani chop ettirmasligi mumkin.

To'ng'ariqlan piramida shaklining yana bir ijobiy tarafi shundaki, o'quvchi o'qishni xohlagan paytida tugatib, matndagi asosiy ma'lumotni ilg'ab olishi, qolgan ma'lumotni istagan vaqtda o'qishiga imkon beradi.

O'quvchini jalb etish

Maqolaning kirish qismi yoki lid o'quvchini maqolani keyingi qismlarini o'qishiga undashi kerak. Natijada, o'quvchining e'tiborini jalb etishi, bu muammo unga ham tegishli ekanligiga ishonitirishi lozim. Yana shuni ham aytish kerakki, matn to'ng'ariqlan piramida shaklida yozish tez vaqtda amalga oshiriladi va tejamli bo'ladi.

Sarlavha

Revizning eng muhim qismlaridan biri sarlavha hisoblanadi. Sizning maqolangiz siz tanlagan sarlavha bilan bosilmasligi mumkin. Sarlavha tanlashning uning uslubi boshqa maqolalar bilan uyg'unligini hisobga olinib o'ziga xos qoidalarga bo'ysunishi kerak bo'ladi (so'zlarning qaytarilishi, maqolaning hajmi,

ustunlarning soni va boshqalar). Bunda oxirgi qarorni muharrir qabul qiladi. Bu jarayon sizga qo'l keladi. Muharrir sizning ishingizni osonlashtirib, o'z ishingizni qayta ko'rib chiqishingizga yordam beradi. Sarlavha o'z ichiga maqolaning asosiy fikrini jamlab, reliz ichidagi axborotni ifodalaydi. Bu usulning ikki yaxshi tomonlari bor:

- birinchidan, axborotni qisqa shaklda, uning mazmuniga putur yetkazmasdan uzatish;
- ikkinchidan, o'quvchiga hodisaning o'zagini (axborotning mag'zini) yetkazish.

O'quvchilar gazeta va jumallarni o'qishga juda kam vaqt ajrata olishini har doim yodda tuting. Sarlavhaning o'zidayoq ular sizning maqolangizda muammo qaysi nuqtai nazardan yoritib berilayotganini anglab olishlari kerak.

Kalit

Maqoladagi asosiy ma'lumotni uzun bo'lsa ham bir jumlagi jamlashga harakat qiling. So'ngra keraksiz so'zlarni olib tashlashga harakat qiling. Astasekin bu jarayon sizga eng muhim kalit so'zlarni aniqlab olishga yordam beradi. Bu yerda yana bir muhim taraflardan biri bu fe'l tanlashdir. Masalan, ta'kidlashdan bosh tortdi va ta'kidlamaslikka qaror qildi. Ma'no jihatidan bir holatni ifodalasa ham *ta'kidlashdan bosh tortdi* jumlasining ta'siri kuchliroq. Shuning uchun aynan bu jumlaning sarlavhada qo'llash maqsadga muvofiq bo'ladi.

Bo'lajak maqolani yaratish

Kirish qismida ta'kidlaganimizdek, maqolaning ikki turi mavjud. Birinchisi - reliz qisqa shaklda axborotni yetkazib berish uchun yaratiladi. Ikkinchisi - ba'zi hollarda mavzu faqatgina axborotlashtirish uchun emas, turli xil bahslarga sabab bo'luvchi fikrlar bilan yoritib berilishi kerak bo'ladi. Bunda hajm jihatidan relizdan ko'ra kattaroq bo'lgan maqola talab etiladi. Hajmi katta maqola deganda mingta so'zga yaqin bo'lgan, ba'zi hollarda undan ko'p so'zga ega bo'lgan va gazeta-jurnallarda nashr etiladigan material nazarda tutiladi. Bunday hajmdagi maqolalar ko'pincha jurnallarda chop etiladi. Katta hajmdagi matnda muammoni

yanada kengroq yoritib berish, unga tegishli bo'lgan ma'lumotlar, muammoning tarixi va jumladan turli xil fikrlar ifodalaniladi. Bu endi faqat "hisobot-yangilik" bo'lib qolmaydi. Bu yerda siz o'z fikringiz va munosabatingizni bema'lol aks ettirishingiz mumkin. Ammo ular faktlarga asoslangan bo'lishi kerak.

Maqola tuzilishi

Agar siz fakt-dalillaringizni bir qolipga tushira olsangiz yaxshi natijalarga erishasiz. Bu sizga matnning alohida qismlarini bir-biriga nisbatan mos (proporsional) bo'lishiga, matn hikoya shaklini olishiga va kerak bo'lganida matnning mag'zini yo'qotmasdan, qisqartirish mumkinligini ta'minlashga yordam beradi. Bundan tashqari, matnni ma'lum bir qolipga tushirganingizdan so'ng, matn mazmuniga baho berib olishingiz mumkin. Ya'ni matn keraklicha mazmun aks ettira olayaptimi, matnda ketma-ketlik saqlanib qolayaptimi, berilayotgan fikrlarga dalil-isbotlar yetarlimi va bu fikrlar o'rinli berilayaptimi. Tajribali jurnalistlar har doim ham bu jarayonga e'tibor bermasalarda, ular yaratgan eng yaxshi maqolalarni ko'zdan kechirsak, ularning bari biz ta'kidlayotgan qoidalarga bo'ysunishini ko'rishimiz mumkin.

Sarlavha

Sarlavha nimaligini va uni qanday yaratish to'g'risida yuqorida to'xtalib o'tdik. Muharrirlar sarlavhani o'zgartirishlari mumkinligi haqida ham bilib oldik. Siz sarlavhani matnning ajralib bo'lmas qismiga aylanishini istasangiz (masalan, muharrir tomonidan o'zgartirilgan) bu xohishingizni muharrirga ochiq-oydin yetkazishingiz mumkin bo'ladi.

Kirish

Kirish maqolaning boshlanish qismi bo'lib, maqolaning 10-15 % ni egallaydi. Kirish butun matnni qiziqarli qilishi va bu bilan o'quvchini jalb etishi lozim. Ayniqsa, maqola alohida bir shaxs yoki bir guruh insonlar to'g'risida bo'lsa, kirish qismi nihoyatda ta'sirli yozilishi kerak. Kirish mantiqan asosiy qismga olib kelishi lozim.

Asosiy qism

Asosiy qismda maqolaning asl maqsadi aks ettiriladi. Bu qism qisqa, lo'nda va axboroiylashgan bo'lishi lozim. Boshqa qismlarda asosiy qismda berilgan fikrlar izohlanadi va rivojlantiriladi. Shuning uchun asosiy qismni yozishga katta ahamiyat beriladi. Asosiy qismni yozishda muammoga duch kelgan bo'lsangiz, demak siz nima haqida yozishingiz kerakligi to'g'risida to'liq fikrga ega emassiz. Buni tekshirishning oddiy usuli subyekt va obyektни ajratib olib, bir jumlada maqolaning asosiy fikrini berishga harakat qiling. Har bir maqolaning asosiy qismida o'quvchiga murojaat qilish kerak bo'lmaydi. Ayniqsa, gap mavhum tushunchalar haqida borsa yoki maxsus nashr yoki hodisaga tegishli bo'lsa.

O'quvchiga maqolaning muhimligi

Maqolaning bu qismida o'quvchi uchun u qanday ahamiyat kasb etishi yoritiladi. Balandparvoz gaplarni berishdan oldin o'zingizga yana bir savol berib ko'ring. O'quvchiga nimani yetkazmoqchi bo'ldim? Bu savolga javob bera olmasangiz o'quvchini javob topishi mumkin bo'lgan sohaga yo'naltiring. Bu holda sizning gaplaringiz quruq bo'lib qolmaydi, faktlarga asoslangan bo'ladi.

Kontr-argument topish (Eng asosiy fakt-dalil)

Kontr-argument sizga tanqidlardan qochishga yordam beradi. O'z o'mida kontr-argument maqolaning asosi bo'lib xizmat qiladi. Kontr-argument degan tushuncha "siz haqsiz lekin ...", degan pozitsiyadan o'z yondashuvini yoritib berish usulidir. Bu bilan siz o'zingizni kuchli tanqiddan himoya qilib, fikrlaringizni qarama-qarshi fikrga ega bo'lgan o'quvchiga ham yetkazib bera olasiz. Bu usul g'arb jurnalistlari tomonidan keng foydalaniladi. Chunki, biror bir tarafning qarashlarini bo'rttirib berilganda ham to'qnashuvni oldini olib, vaziyatni yumshatishga yordam beradi. Shuning uchun matbuot tomonidan ikki tomon o'rtasidagi muvozanat doim saqlanib qolinadi.

Uch nuqtai nazar

Maqolaning bu qismidan keyin biz voqealar rivoji, masalaning davomi va siz keltirayotgan gipotezaga o'tamiz. Maqolaning bu qismi asosiy matnning 65% ini egallaydi. Sizning maqsadingiz bo'lib o'tgan voqeaga uch xil nazar bilan qaray olishdan iborat. Amaliyotda bu voqeaga aloqador fikrlarga ega bo'lgan uch shaxs tomonidan berilgan ma'lumotga asoslangan bo'ladi. Bu jarayonni siz qadam-baqadam amalga oshirishingiz mumkin. Avval voqeaning rivojlanishini va qanday oqibatga olib kelganini, so'ngra esa bu voqeaga turli tomondan aloqador bo'lgan shaxslar (to'g'rima-to'g'ri voqeaga tegishli shaxsga yaqin bo'lgan odamlar, raqobatchilar va boshqalar).

Xulosa yoki rezyume

Xulosa yoki rezyume quyidagi tartibda yoziladi. Ideal xulosa asosiy qismdagi voqealar rivoji shu qismda yakun topib, matnga mantiqiy nuqta qo'yiladi. Maqolada berilgan maqolaning haqiqat asosi yana bir bor tasdiqlanadi va kelajakda bu vaziyat qanday davom etishiga fikr bildiriladi. Xulosa qismiga maqolaning 10% i ajratiladi.

Har qanday nutq (matn ham) kamida quyidagi to'rt umumiy tamoyil asosida yuzaga keladi:

1. Tushunilganlik, fahmlanganlik. Bu tamoyilga ko'ra nutqdagi so'zlar, so'z birikmalari ham, tugal fikr ifodalovchi ifodalar, tizimlar ham muayyan nominativ, kommunikativ mazmunga ega va izchil tartiblangan bo'lishi lozim. Gap nima haqida ketayotganligi nutq sohibining o'zi uchun ham, iste'mol ahli uchun ham aniq va ravshan anglashilib turishi kerak.

2. Maqsadga yo'naltirilganlik, asoslanganlik. Tugal ifodalar izchil tuzilmalar tizimi (umuman, nutqlar matning tarkiblanishi) muayyan bir maqsadni (umuman, muloqot ehtiyojini) nazarda tutishi zarur.

3. Nutq vaziyati talablariga muvofiqlik. Har qanday nutq, matn aloqa vaziyati talablari asosida tarkiblanishi, so'z, ifoda nutq iroda etilayotgan yoki matn insho

qilinayotgan sharoitning (aloqa sohasi, o'zni, vaqti, kimga qaratilganligi kabilar) aloqaviy qoidalariga muvofiq bo'lishi kerak.

4. Bog'langanlik, muntazamlilik va izchillik. Nutqning, matnning tarkibiy qismlari (so'zlar, so'z birikmalari, sintaktik tuzimlar, matn bndlari) o'zaro mazmunan va mantiqan bog'liq bo'lishi, lisoniy va uslubiy tarkiblash qoidalariga muvofiq bo'lishi talab qilinadi.

Nutq (matn) qurilishini tartibga soluvchi boshqa xususiy va uslubiy qonun-qoidalar ham mana shu umumiy tamoyillar bilan uzviy aloqada bo'ladi, ular bilan turli nisbatda va munosabatda amal qiladi.

Matn insonning muayyan vaziyatdagi ehtiyoji va intilishi jihatidan «siyrati va suvratning dilkashligi» (Alisher Navoiy) tufayli tarkiblangan aloqaviy axboriy yaratiqdir. Bu yaratiqning tarkibiy qismlari o'zaro vobastalik (bog'liqlik) va payvastalik (ulanganlik) silsila asosida mazmuniy va shakliy bir butunlikni hosil qiladi.

Matbuot va badiiy adabiyot matnlarida og'zaki nutq unsuri sifatida tasavvur etiladigan xususiyatlar (so'z va ifodalar, turli xos sintaktik tuzimlar) ko'p uchraydi. Shuningdek, ularning o'zaro almashinuvi, og'zaki nutqni yozma nutqqa yoki aksincha qo'yish hollari (sintagmatik bo'linishlar, parselyatli tuzilmalar, uzuq-yuluq bog'lanishlar) ham mavjud. Bunday matnni tarkiblash va tartiblashning ikki muhim tamoyilini, og'zaki va yozma turini farqlash uchun asos bo'la oladi.

Matnni tarkiblash (yaratish)ning og'zaki turi ayon bir nutq vaziyati bilan yuqori darajada bog'liq bo'lsa, yozma tarkiblash vaziyat bilan bevosita bog'liq bo'lmaydi. Buning sabablari quyidagilar:

1. Matnni og'zaki tarkiblash tamoyilida fikr va ifodaning bir vaqtning o'zida, o'zaro aloqadorlikda yuzaga kelishi hamda nutq vaziyati bilan bog'liqligi aloqaning paralingvistik vositalar orqali ta'minlanishiga asoslaniladi.

2. Matnni yozma tarkiblash tamoyilida fikrning tug'ilishi va uning o'zga ifodaga ko'chirilishi, shuningdek, suhbatdoshlar o'rtasida bevosita aloqaning

yoʻqligi (zamon va makonda uzilishning mavjudligi) muhim ahamiyat kasb etadi. Yozma matnning vaziyat bilan bogʻliqligi leksik vositalar va sintaktik tizimlar orqali aks ettiriladi.

3. Matnni ogʻzaki tamoyilini tarkiblashda nutq vaziyati manzarasini tasvirlash talab qilinadi. Bu aralash nutq (matn) shaklini yuzaga keltiradi. Ogʻzaki nutq xususiyatlariga ega matnlar odatda norasmiy muloqotga mansub boʻlib, oʻzining loʻndaligi, uzuq-yuluqligi, jonliligi, his-tuygʻularga boyligi bilan ajralib turadi. Sodda va ixcham morfosintaktik qurilish, modal munosabatlarning bevosita anglashilishi, shaxs va koʻrsatish olmoshlarining, joyga, narsa-hodisaga havola qiluvchi ifodalarning koʻp ishlatilishi ularga xos xususiyatlardan sanaladi. Ularda nisbiy gaplar kam qoʻllaniladi, muvoziylik (fonetikada, leksika va sintaksisda) keng foydalaniladi. Bayon, odatda, oʻtgan zamonda boshlanib hozirgi zamonga (oʻtgan zamondagi bayondan hozirgi zamondagi bayonga) oʻtish hollari koʻp uchraydi. Matndagi mazmuniy va grammatik bogʻlanishlar har doim shaklan qayd etilavermaydi, balki nazarda tutiladi, tasavvur qilinadi. Binobirin, bunday matndan aytilgan (ifoda qilingan) va aytilmagan (lisoniy ifoda qilinmagan) maʼno va mazmun ham anglanilishi mumkin. Bunda nutq vaziyati va kontekstning xizmati bor.

Auditoriyani tafovutlashda axborotning qiymatlilik, ahamiyatilik baholash nuqtai nazari, lugʻat boyligi, lisoniy maromlilik nutqiy malaka va salohiyat kabilar muhim mezon hisoblanadi. Shu jihatdan isteʼmol ahli guruhi lisoniy ong (matnni talqin etuvchilar lisoniy ongi) omili haqida gapirish mumkin. Isteʼmol ahli lisoniy ongini baholashda ular faoliyat doirasi bilan bogʻliq boʻlgan muayyan sohaga oid mavzuiy lugʻat boyligi muhim oʻrin tutadi. Zero, axborot isteʼmolchi gurubga xos lugʻat va nutqiy malaka majmui asosida idrok etiladi, fahmlanadi. Bundan kelib chiqqan xulosa shuki, nutq ahlining voqelik unsurlari, lisoniy vositalar boʻyicha xabardorlik darajasi (bilimi, malakasi) ancha yuqori boʻlsa, ularning fikriy va lisoniy hodisalar bilan ish koʻrishdagi (bir-birini tushunishdagi) farq ham shuncha kam boʻladi; nutqiy ijodiylik asosi kengayadi, shaxsning

muayyan semantik guruh (auditoriya)ga mansubligi uning nutqiy malakasini tavsiflovchi quyidagi belgilar asosida aniqlanadi.

1. Umumadabiy til vositalarni bilish darajasi.

2. Ma'lum uslubning va janrning qonun-qoidalariga rioya qilish malakasi.

3. Matnni o'qish va uni talqin eta olish malakasi va tajribasi.

Matn mazmunini aynan, muqobil holda talqin etish malakasi o'quvchilarning xabardorlik darajasini belgilaydi. Matniy materiallarni turkumlashda ham ularning axboriyligi (informativligi), ya'ni ma'lumot miqdori yoki hajmi hisobga olinadi. Va xabardorlik tushunchasi orqali baholanadi. Boshqacha aytganda, matniy materiallarning axboriyligi (informativligi) ularni o'quvchilar tomonidan aynan (adekvat) talqin etilish mezoni bilan tavsiflanadi. Matniy talqinning aynanligi, muqobilligi uning asosiy g'oyasini tushunish darajasiga bog'liq. Zero matn - g'oya (konsepsiya) haqidagi axborot. Demak, matn talqini aynanligi undan idrok etilgan g'oyaning aynanligini anglatadi.

Amalda matn uslubi tushunchasi ham ko'p ishlatiladi. Bu, odatda, ikki xil ma'noda taqdim etiladi. Matn uslubi deganda muayyan bir uslub va janrga mansublik sifati nazarda tutiladi. Ammo aksaryat hollarda tahlil etilayotgan matnning boshqa matnlardan farq qiluvchi o'ziga xos tomonlari, xususan, uning muallif tomonidan tarkiblanishdagi o'ziga xoslik (shaxsiy uslub hodisasi) tushuniladi.

Matn uslubi, birinchidan, tilning usluban betaraf va umumslubiy vositalaridan, ikkinchidan, muayyan uslubga xoslangan uslubiy maqom (belgi)li so'zli iboratlardan, hamda shu uslubga xos tarkiblash, tartiblash usullaridan, uchinchidan, o'zga uslubiga xos vosita va priyomlarni uslubiy qo'llashdan (matniy yoki kontekstual qo'llashlar) tashkil topadi. Demak, matn uslubi u mansub bo'lgan nutq uslubiga xos tarkibiy unsurlar asosida belgilanadi va baholanadi. Matn uslubi uning qurilishdan, nutqiy janriy andozalarga muvofiqligi xususiyatlaridan kelib chiqib tahlil etiladi. Til vositalarining uslubiy ixtisoslashuvi nutq usullari uchun xos xususiyat. Janrlarda ishlatilishiga xoslangan til vositalari bor deb bo'lmaydi.

Ma'lum janrga xos matn tarkibida o'sha janr mansub bo'lgan uslubga xoslangan vositalar ishlatiladi va matn uslubi asosini tashkil etadi. Shu bilan birga matnni tarkiblash va tartiblashda ma'lum bir nutq uslubi, ifoda yo'sinida taqlid qilish nusxa olish (stilizatsiya) vositalari ham, iqtibosu ko'chirmalar qilishga xos usullardan keng foydalaniladi. Bular metoforlar, o'xshatishlar, majoziy tasviriy ifodalar, takrorlardan iborat bo'lishi, axborot mazmuni, muloqot vaziyati bilan bog'liq sharhu talqinlar tarzida bo'lishi ham mumkin.

Matn uslubi lisoniy va nolisoniy vositalar uyg'unligidan, ma'lum a'maliy uslub qonuniyatlariga muvofiqlik va undan ijodiy matniy yoki vaziyatli chekinishlarning aloqaviy qiymati nuqtai nazaridan kelib chiqib tahlil etiladi. Demak, matn uslubi tushunchasi mohiyat e'tibori bilan muallif shaxsiy uslubining nutqiy mahoratining tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu ma'noda matn uslubi ifodasi muallif uslubi ifodasiga ma'nodoshdir.

Gazeta tilining xalqchilik, ta'sirchanlik, tushunarlilik tamoyili unda so'zlashuv nutqi unsurlaridan (so'z, iboralar, gap tuzilishidan) keng foydalanishni taqozo etadi. Yozma va og'zaki nutqni bir-biriga yaqinlashtirish tamoyili ham shuni talab qiladi. Binobarin, gazeta tili yozma-kitobiy va og'zaki so'zlashuv tili vositalarining o'ziga xos tarzda aralashuvi va shu tufayli adabiy tilning gazetada qo'llanuvchi a'moliy uslubiy ko'rinishi yuzaga kelganligi bilan tavsiflanadi. Ommaviy matniy muloqot fikrlarning tez almashinuviga yo'l qo'ymaydi. Ommaviy matniy bayonda har bir fikrni batafsil rivojlantirish, dalillash, sharhlash va xulosalash talab qilinadi.

Matn yaratishda adabiy tilning funksional uslublari haqida bilimga va ularni amalda qo'llay olish malakasiga ega bo'lish talab etiladi. Voqelikka munosabat nuqtai nazaridan adabiy til uslublari bir xilda teng qiymatga ega emas. Ular voqelikni turlicha aks ettiradi. Masalan, rasmiy uslub matnlari voqelikning bir turdagi, bir xil tizimdagi sohasinigina qamrab oladi. Ular tor mavzu ko'lamiga ega. Ilmiy uslubda esa voqelikni ilmiy nuqtai nazardan nazariy asoslar orqali yoritishga e'tibor beriladi. Badiiy uslubda esa tasviriy ifodalar orqali voqelikni

ifodalashga urg'u beriladi. Albatta, buning uchun matnning janriy-uslubiy xususiyatlarini e'tiborga olish muhim ahamiyatga ega. Matniy muloqotda til vositalaridan foydalanishda matnning uslubiy toifalanishi muhim ahamiyatga ega. Matbuotda til vositalarini tanlash va ishlatishning asosiy tamoyili shudir. Bu gazeta tilining ommaboplik va hammaboplik xususiyatlarini tayin etib beradi hamda ko'pchilikka tushunilishi qiyin so'z va ifodalar, maxsus terminlarning, adabiy til maromidan tashqarida bo'lgan til vositalari (shevalar, jargonlar, eskirgan so'zlar)ning ishlatilishini cheklaydi.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Bretislav Turecek. Effective writing for today's media. Czech Republic Praha, 2010. 3-10 p.
2. Tohirov Z.T. Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo'stoni, Cho'lpon NNMIU, 2012. 12-16 b.

Mavzu yuzasidan savollar

1. Maqola yozish deganda nimani tushunasiz?
2. Xabarlar (relizlar) tushunchasi nimani anglatadi?
3. Yozishni qanday boshlash kerak?
4. O'quvchini jalb etish qanday ahamiyatga ega?
5. Maqola yozishda til vositalaridan foydalanish qanday bo'lishi kerak?
6. Maqola tuzilishi qanday?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. Maqolaning nechta asosiy turkumi mavjud?
 - a) Ikkita.
 - b) To'rtta.
 - d) Uchta.
 - e) Beshta.

2. Press-relizlar nima?

- a) biron muammoni yoritishda ishlatiladi.
- d) biron bir hodisani yoritishda ishlatiladi.
- d) biron bir fikrni yoritishda ishlatiladi.
- e) biron bir hodisa yoki muammoni yoritishda ishlatiladi.

3. Reliz qanday ma'noni anglatadi?

- a) "xabar" degan ma'noni anglatadi.
- b) "yangilik" degan ma'noni anglatadi.
- d) "axborot" degan ma'noni anglatadi.
- e) "matn" degan ma'noni anglatadi.

4. Jarayonni tasvirlash qanday shaklda beriladi?

- a) Bunday shaklda yozilgan yangiliklar xronologik ketma-ketlikda beriladi.
- b) Bunday shaklda yozilgan yangiliklar asosiy ma'lumotdan ikkinchi darajali ma'lumotga o'tish shaklida beriladi.
- d) Bunday shaklda yozilgan yangiliklar uzluksiz shaklda beriladi.
- e) Bunday shaklda yozilgan yangiliklar xronologik ketma-ketlikda emas, balki asosiy ma'lumotdan ikkinchi darajali ma'lumotga o'tish shaklida beriladi.

5. Maqolaning "kalit" i nima?

- a) Maqoladagi asosiy ma'lumotni uzun bo'lsa ham bir jumlagi jamlashga harakat qilish.
- b) Maqoladagi asosiy ma'lumotni uzun bo'lsa ham bir jumlagi jamlashga harakat qiling. So'ngra keraksiz so'zlarni olib tashlashga harakat qiling. Asta-sekin bu jarayon sizga eng muhim kalit so'zlarni aniqlab olishga yordam beradi.
- d) Keraksiz so'zlarni olib tashlashga harakat qiling. Asta-sekin bu jarayon sizga eng muhim kalit so'zlarni aniqlab olishga yordam beradi.
- e) Maqoladagi asosiy ma'lumotni jamlash.

6. Kiritish nima?

- a) Kiritish maqolaning muhim qismi bo'lib maqolaning 15 % ni egallaydi.

b) Kirish maqolaning boshlanish qismi bo'lib maqolaning 30-40 % ni egallaydi.

d) Kirish maqolaning asosiy qismi bo'lib maqolaning 10-15 % ni egallaydi.

e) Kirish maqolaning boshlanish qismi bo'lib maqolaning 10-15 % ni egallaydi.

7. Asosiy qismga qanday talablar qo'yiladi?

a) Asosiy qismda maqolaning asl maqsadi aks ettiriladi. Bu qism qisqa, lo'nda va axboriylashgan bo'lishi lozim.

b) Asosiy qismda maqolaning asl maqsadi aks ettiriladi.

d) Asosiy qism qisqa, lo'nda va axboriylashgan bo'lishi lozim.

e) Asosiy qismda maqola xulosa qilinadi. Bu qism qisqa, lo'nda va axboriylashgan bo'lishi lozim.

8. Kontr-argumentning ma'nosi nima?

a) Eng asosiy so'z.

b) Eng asosiy fikr.

d) Eng asosiy fakt-dalil.

e) Eng asosiy qism.

9. Xulosa yoki rezyume qanday tartibda yoziladi?

a) Asosiy qismdagi voqealar tugatiladi.

b) Ideal xulosa asosiy qismdagi voqealar rivojlanadi.

d) Asosiy qismdagi voqealar rivoji shu qismda yakun topib, matnga mantiqiy nuqta qo'yiladi.

e) Asosiy qismdagi voqealar davom ettiriladi. Fikrlar tugatiladi.

10. Xulosa qismga matnning necha foizi ajratiladi?

a) 20%

b) 10%

d) 50%

e) 5%

Mavzu yuzasidan mustaqil ta'lim savollari

1. Maqola yozish uchun nimalarga e'tibor berish kerak?
2. Yaxshi maqola – lisoniy vositalardan o'rinli foydalanish mahsuli.
3. Maqola tuzilishi qanday bo'ladi?

GLOSSARIY

O'zbekcha	ruscha	inglizcha	ta'rif
Gazeta tili	Язык газеты	Language of newspaper	yozma-kitobiy va og'zaki so'zlashuv tili vositalarining o'ziga xos tarzda aralashuvi va shu tufayli adabiy tilning gazetada qo'llanuvchi a'moliy uslubi ko'rinishi yuzaga kelganlari
Kalit	ключ	Key	maqoladagi eng muhim so'zlar
Kirish	введение	Introduction	maqolaning boshlanish qismi bo'lib maqolaning 10-15 % ni egallaydi
Kontr-argument	контр-аргумент	Counter argument	eng asosiy fakt-dalil
Matn tahlili	редактирование текста	text editing	uslubi lisoniy va nolisoniy vositalar uyg'unligidan, ma'lum a'moliy uslub qonuniyatlariga muvofiqlik va undan ijodiy matniy yoki vaziyatli chekinishlarning aloqaviy qiymati nuqtai nazaridan kelib chiqib tahlil etiladi

Topshiriq

Gazeta sahifalarida berilgan maqolalarni til, uslub nuqtai nazaridan tahlil qiling. Ularning o'ziga xos tomonlarini ifodalang. Ushbu maqolani qayta ishlab o'zingizning matningizni yarating.

YANGILIK RELIZLARNI YOZISH

1. Yangilik relizlariga qo'yiladigan talablar.
2. Ularni yaratishda til vositalaridan foydalanish.
3. Yangilik relizlarining ahamiyati va vazifasi.
4. Press-reliz tayyorlash mahorati.
5. Matbuot konferensiyasini o'tkazish. Press-attachening vazifalari.

Tayanch so'zlar: *Press-reliz, matbuot xabarnomasi, gisqartma holda, qo'pol so'zlar, raqamlar mohiyati, sohaga oid atamalar, mathuot konferensiyasi, press-attashe, matbuot kotibi, anons, "shov-shuvli" savol, yuzma-yuz muloqot.*

Ko'pchilik OAV tashkilotlari aholiga xabar yetkazish uchun xabarlar (relizlar)dan foydalanadi. Press-relizlar biron-bir hodisa yoki muammoni yoritishda ishlatiladi. Uning hajmi asosan bir betdan ko'p bo'lmaydi. Ba'zi OAVlarda muharrirlarning tajribasizliklari yoki vaqt yetishmovchiligi tufayli berilayotgan axborot uzatilgan yangiliklar bilan bir xil (takrorlangan) bo'lib qolishi mumkin. Ko'p hollarda press-relizni malakali muharrir tomonidan tahrir qilishda vaqt yetishmaydi. Natijada, talab darajasidagi materialni chop etish qiyinlashadi.

Ba'zi paytlarda jurnalist turli shakldagi maqolalar yaratishi kerak bo'ladi. Material bir martali xabar yoki muntazam berib boriladigan hikoyami. Bu holatda asosiy fikrni saqlab qolish uchun muharrirning tekshiruvidan qochish kerak.

Press-reliz qanday yozilishi haqida alohida to'xtalib o'tmoqchimiz.

Press-reliz (yangiliklar) ning strukturasi (tuzilishi).

Reliz "yangilik" degan ma'noni anglatadi. Shuning uchun unda faqat yangiliklar uzatilib, sharh yoki kimningdir fikrini o'z ichiga olinmaydi. Relizning asosiy maqsadi Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda? Nimaga? Qanday qilib? degan savollarga javob berish. Bunga qaramay, ba'zi tele, radio va gazeta jurnalistlari bu qoidani chetlab o'tib, o'zlarining fikrlarini yangiliklarga kiritadilar. Press-relizning

maqsadi – faqatgina axborot yetkazishdan iborat. Sharhlovchining munosabati matnning boshqa turlarida ishlatilishi mumkin.

“*Teskari piramida*”. Matnning tuzilishi ushbu qoidaga bo‘ysunishi lozim. Bu modelda maqola matni qay tarzda yaratilishi kerakligini ko‘rishimiz mumkin. Birinchi abzasga alohida ahamiyat berish kerak. Muhim bo‘lmagan faktlar maqolaning oxirida beriladi. Matn yaratishning bu usuli zamonaviy jurnalistikaning ilk paydo bo‘lgan davridan boshlangan. Telekommunikatsiya vositalarining ilk faoliyatida ham telefon yoki telegraf orqali ma‘lumot uzoq masofalarga uzatilgan. Ko‘pincha aloqa uzilishi bo‘lib turgani sababli eng asosiy ma‘lumot birinchi bo‘lib uzatilgan. Agar jurnalist asosiy ma‘lumotni matnning oxirida beradigan bo‘lsa, ma‘lumotni to‘liq uzata olmay qolishi mumkin.²⁵

Press-reliz tayyorlash mahorati. AX xodimining ijodiy mahorati OAVga tarqatayotgan press-relizida yaqqol namoyon bo‘ladi. Tashkilot tomonidan o‘tkazilayotgan katta anjumanga kelgan jurnalistlarga AX xodimi press-reliz taqdim etishi zarur. Ular shu joyning o‘zidayoq bu ixcham, aniq va lo‘nda axborot matni bilan tanishadi. Qo‘shimcha ma‘lumotlar zarur bo‘lsa, AX xodimidan so‘raydi.

Press-reliz atamasining lug‘aviy ma‘nosi: “matbuot xabamomasi”dir. U qisqa, lo‘nda, maqsadi aniq, tili ravon, ortiqcha “tushuntirish”lardan yiroq, faktlarga boy bo‘lgan muhim xabar matnidir (2-ilova). Mohiyatan uni axborot manbai, deyish mumkin. Press-relizni tayyorlash uchun AX xodimi nimalarga e‘tibor berishi kerak?

Press-reliz matnini yozishda tilning vositalaridan to‘g‘ri va o‘rinli foydalanish talab qilinadi. Adabiy til me‘yorlariga qat‘iy rioya qilish, turli uslublarga xos unsurlardan foydalanmaslik asosiy qoidalardan sanaladi. Press-reliz yozishdan asosiy maqsad axborot berish bo‘lganligi uchun unda turli ta‘sviriy vositalar, ko‘chma ma‘nodagi so‘zlar va uslubiy elementlardan kam foydalaniladi.

²⁵ Břetislav Tureček: *Effective writing for today's media*. Czech Republic Praha, 2010. 3 p.

1. Qog'oz tepasiga katta-katta harflar bilan Press-reliz deb yozilgach, tashkilotning to'liq nomi, manzili, telefon raqami, elektron pochta, oxirida esa tayyorlangan sanasi ko'rsatilishi zarur.

2. Press-relizda, avvalo, tashkilot haqida qisqacha ma'lumot berish, so'ng o'sha anjumanga oid fakt va raqamlar, anjuman o'tkazilishidan maqsad hamda uning mohiyati yoritilishi lozim.

3. Press-relizni o'qigan kishi bu material nima haqida, anjuman qachon va qaerda bo'ladi, uning jamoatchilik uchun qanday ahamiyati borligi aniq aks etishi kerak. Bir yoki ikki bet hajmda (A-4 formatda bir intervalda) tadbir o'tkazishdan maqsad, asosiy mavzu to'la aks ettirilishi taqozo etiladi.

4. Press-relizda joy nomlari to'liq va bexato yozilishi shart. Masalan, EXHT-DIIHB degan qisqartma so'zni gazetada shundoq yoritisa, hamma birdek tushunmaydi. Avvalo, Yevropada Xavfsizlik va Hamkorlik Tashkilotining Demokratik institutlar va inson huquqlari bo'yicha Byurosi, deb yozish, so'ng qavs ichida (keyingi o'rinda – EXHT-DIIHB) deb ko'rsatish maqsadga muvofiqdir. Aytaylik, "MSK" degan yozuvga ilgari duch kelmagan kishi uning – Markaziy saylov komissiyasi ekanini bilmaydi. Ayrim nomlar qisqartma holida qo'pol so'zlarga aylanadigan bo'lsa, yaxshisi uni to'liq holida yozgan ma'qul. Shu o'rinda, ingliz olimi Sem Blekning fikricha, qisqartma nomlarni ham to'g'ri yozish kerak. Aytaylik, BMTni B.M.T. yoki AQShni A.Q.Sh. tarzida yozish noto'g'ridir.

5. Press-relizda kishilarning ismi-shariflarini to'liq va to'g'ri yozish shart. (Aytaylik, J.K. Taxtaev emas, balki Jo'raqul Komilovich To'xtaev qabilida yozish zarur). O'shanda uni televideniye yoki radioda o'qib eshittirishda ham noqulaylik tug'ilmaydi.

6. Joy nomlarini to'g'ri yozish muhim. (Masalan, Farg'onani – Fergana, Toshkentni – Tashkent yo Toshkan qabilida yozilishi mumkin emas. Shuningdek, Moskvani – Maskov, Rossiyani – Rusiya deb yozish mantiqqa zid). Boshqa mamlakatlar haqida so'z ketganda, ularning nomini ham asl holicha yozish zarur.

(Masalan, Indiya emas – Hindiston, Egipet emas – Misr Arab Respublikasi, Emiratmas – Birlashgan Arab Amirliklari, Kirgiziyamas – Qirg‘iziston va hokazo).

7. Raqamlarni tushunib yozish, xatolikka yo‘l qo‘ymaslik, kerak bo‘lsa, bu borada mutaxassislardan maslahat so‘rashdan tortinmaslik darkor. Ba‘zilar raqamlar mohiyatini tushunmasdan shundoq yozadilar: “Mazkur o‘quv dargohida 1000 ming nafar o‘quvchi ta‘lim olmoqda”. Bu yerda o‘quvchilar soni – millionta deb ko‘rsatilmogda. Bunday payt eng maqbuli raqamdan so‘nggi so‘zni qavs ichida “1000 (ming) nafar” qabilida yozish maqsadga muvofiqdir.

8. Sohaga oid atamalarni qo‘llashda tegishli mutaxassislar bilan maslahatlashish zarur. Ba‘zan shunday jumla yozishadi: “disketda yozishni mashq qilmoqdalar...” Asli kompyuterda yozish mumkin. Undagi yozuv disketga va undan boshqa kompyuterga ko‘chirilishi mumkin.

9. Press-relizda imloviy xatolikka yo‘l qo‘yish mumkin emas. Tilimiz shu qadar boy va serjiloki, undagi so‘zlardan atiga bitta harfi xato yozilsa, ma’nosi butunlay o‘zgarib ketishi hech gapmas. Aytaylik, “kuzga yaqin” bilan “ko‘zga yaqin” iboralarining ma’nolari butunlay boshqa...

10. Press-relizni mutasaddilar bilan maslahatlashgan holda tayyorlashi va tashkilot rahbariga ko‘rsatib olishi lozim.

Press-relizni talab darajasida tayyorlay olmagan xodimlar AXda ishlashga noloyiq deb hisoblanadi. OAVga tarqatiladigan Press-reliz tahrirtalab bo‘lishi nafaqat AX xodimi, balki tashkilotning ham obro‘sigaputur yetkazadi.

Matbuot konferensiyasini o‘tkazish. Press-attashening vazifalari. Matbuot konferensiyasini o‘tkazishdan avval unga puxta tayyorgarlik ko‘rish zarur. Matbuot kotibi dastlab o‘z idorasida tayyorgarlikni boshlaydi. U rahbari bilan bamaslahat quyidagi vazifalarni amalga oshirishi zarur:

– matbuot anjumani o‘tkazishdan maqsad va undagi asosiy mavzuni aniq bilishi (shu asosda Press-reliz tayyorlashi);

– konferensiya o‘tkaziladigan vaqti (yil, oy, kun, soat, daqiqasigacha) aniq bo‘lishi va bu haqda tegishli OAV xodimlariga kamida uch kun ilgari xabar berilishi shart;

– anjuman jurnalistlar uchun qulay manzilda o‘tkazilishi, o‘sha xona keng va yorug‘, shovqin-surondan yiroq bo‘lishi lozim. Toki, teleko‘rsatuv yo radioeshittirish tayyorlashda noqulaylik bo‘lmasligi zarur. Stollar iloji boricha aylana shaklida bo‘lishi, anjumanga kelishgan mutasaddi rahbarlar va jurnalistlar bemalol yuzma-yuz muloqot o‘tkazishi uchun qulay bo‘lishi kerak. (O‘zbekiston Milliy matbuot markazida shu qulayliklar yaratilgan);

– matbuot konferensiyasiga tashrif buyurgan jurnalistlarni ro‘yxatda qayd etish va shu yerning o‘zida Press-relizlarni tarqatish lozim;

– matbuot konferensiyasida ishtirok etayotgan tashkilot mutasaddilari oldida ularning ismi shariflari, lavozimlari yozilgan lavha turishi shart. Toki, anjuman ishtirokchilari kimlar bilan muloqot qilishayotganini bilib tursinlar;

– tashkilot rahbarini taklif etilgan jurnalistlar ro‘yxati bilan albatta tanishtirish darkor. Taklif etilmagan jurnalistlar ham tashrif buyurishlari va matbuot konferensiyasida faol ishtirok etishlari, bu haqda OAVda yoritishlari mumkin (faqat akkreditatsiyadan o‘tgan jurnalistlar bilangina o‘tkaziladigan matbuot konferensiyalari bundan mustasno);

– anjumanda tashkilot rahbari va yana kimlar nima haqida gapirishini matbuot kotibi ular bilan kelishib olishi muhimdir;

– jurnalistlardan kutilayotgan taxminiy savollar ro‘yxatini rahbarga taqdim etish (bu ishda matbuot kotibidan juda ziyraklik talab etiladi, u o‘sha mavzu doirasida jurnalistlar qanday savollar berishi mumkinligi haqida so‘rovlar o‘tkazishi, OAV vakillarining fikrlarini o‘rganish yo‘li bilan berilishi mumkin bo‘lgan savollar ro‘yxatini tuzishi mumkin);

– jurnalistlar oldindan matbuot konferensiyasi mavzusini so‘ragan taqdirda ularga albatta to‘g‘ri axborot berish shart. Bunday payt “Press-reliz” taqdim etish

maqsadga muvofiqdir. Ayrim jurnalistlar radioda yo teleko'rsatuvlarda anons berishlari mumkin.

Anjuman belgilangan daqiqada boshlanishi shart. Negaki, ba'zi radio va hatto, telekanallar uni to'g'ridan-to'g'ri efirga berishi ham mumkinligini yodda tutish lozim.

Anjumanni matbuot kotibi boshqaradi. U tashkilot mutasaddilariga, so'ng, navbati bilan jurnalistlarga so'z beradi. Buning uchun matbuot kotibi imkon qadar jurnalistlarning ismi shariflarini, qaysi OAVdan tashrif buyurganini bilish darkor.

Ikkinchidan, ular yuzma-yuz muloqotda o'zlarini qiziqtirgan savollariga bevosita tegishli mutasaddidan javob oladilar. Bu axborotning yanada aniq, sermazmun, faktlarga boy bo'lishiga xizmat qiladi.

Mutaxassislar fikricha, matbuot anjumanidagi "murakkab savollar ko'rilayotgan masalaning tub mohiyatini ochib berishga xizmat qilishi" bu tadbirning qanchalik muhim ekanligini ko'rsatadi. Matbuot anjumani orqali keng jamoatchilik bilan o'rnatiladigan aloqadan tashkilot faqat yutadi.

Ba'zi tashkilotlar matbuot anjumanini "zarurat paydo bo'lganida" o'tkazish maqsadga muvofiq, deb hisoblaydilar. "Zarurat yo'q" deb, oylab matbuot konferensiyasi o'tkazmaslik jamoatchilik bilan aloqalar amaliyoti mantig'iga ziddir. Chunki, tashkilot va uning jamoatchiligi teng huquqli va o'zaro bog'liqligini yoddan chiqarmaslik darkor.

AX – uni tashkil etgan tashkilot yo muassasa bilan OAV o'rtasida ijtimoiy ko'prik, deyish mumkin. Bu "ko'prik" matbuot konferensiyalarida yaqqol namoyon bo'ladi. "Matbuot konferensiyalarini muttasil o'tkazsangiz, ular hovurni chiqarish imkonini beradi. Biron bir e'lon yoki pozitiv axborot bo'lsa, matbuot konferensiyasini o'tkazish yaxshi tadbir".

Matbuot konferensiyalaridan kutilgan natijalar, ya'ni anjumanda tarqatilgan axborotlar, savol-javoblar va ularning OAVda yoritilishi haqida Margerit Sallivan "Mas'ul axborot xizmati" kitobida shunday yozadi: "OAV jamoatchilikni hukumat faoliyatidan xabardor qiladi hamda munozaraga undaydi". Muallif bir matbuot

kotibining shunday fikrlarini keltiradi: "hukumatlar ixtiyorida juda katta hajmda axborot bo'lib, ular uchun bu axborotni fuqarolarga yetkazishning samarali usuli zarur, shundagina hukumat axborot xizmati vakili sahnaga chiqadi. Bu odam, hukumat ichida ishlovchi reportyor kabi, jamoatchilik uchun axborot to'playdi".

Demak, matbuot kotibining kasb mahorati butun faoliyati davomida, ayniqsa, matbuot anjumanlarida namoyon bo'ladi. OAV xodimlari bilan muloqot paytida u nima qilishi yo qilmasligi lozim, degan savolga umumlashma fikr sifatida quyidagilar tavsiya etiladi:

– doimo haqiqatni gapirish, hushyor va rostgo'y bo'lish zarur. Sizga bo'lgan ishonch aynan ana shunga bog'liq;

– savolga javobni bilmagan taqdirda, "bilmayman" deb rostini aytish joiz. Bunday vaziyatda hammasini tez orada aniqlashga va'da berganingiz ma'qulroq. Savolga noaniq javob bo'lsa, bunga oydinlik kiritish istagingiz borligini ayting;

– tushunarli va ravon tilda gapiring, adabiy til normalariga rioya etishingiz axborot xizmati faoliyatida muhim o'rin tutadi. So'zlaringiz yozib olinayotgani doimo yodingizda tursin;

– jurnalistlar bilan iloji boricha yaxshi munosabatda bo'ling, OAVda so'zlaringiz noto'g'ri talqin qilingan bo'lsa, o'z vaqtida oydinlik kiriting. Xatolarni muloyimlik bilan ko'rsatib, ularga ishonarli dalil-isbotlar keltiring;

– voqea-hodisalar shunchalik tez sodir bo'ladiki, o'zingiz, rasmiy kishilar, vazirlik yo tashkilotlarni nimalarga erishganini yoddan chiqarib qo'ymaslik uchun, albatta, ular haqida ish daftaringizga yozib boring;

– jurnalistlar qo'ng'irog'iga vaqtida javob qaytaring yoki bo'lmasa bu ishni yordamchingizga yuklab qo'ying;

– jurnalistlarga muhim bo'lgan axborotni o'z vaqtida topib berishga harakat qiling, garchi bunga qo'shimcha kuch talab qilinsa ham... Bu zarur axborotning OAVda yoritilishida hozirjavoblikni ta'minlashga xizmat qilishini unutmang;

– yaxshi kayfiyatda yurish AXga xos xislat va fazilat. Shuni unutmangki, ko'ngil sovushi ishimizga mudom zarar keltiradi;

Matbuot kotibining nufuzi u xizmat qilayotgan tashkilot imijiga ham soʻzsiz taʼsir qiladi. AX xodimi jamoatchilik orasida oʻzlarini qanday tutishlari zarurligi haqida mutaxassislar fikriga quloq tutishlari shart. Bu boradagi tajribalardan kelib chiqqan holda AX xodimlariga quyidagi tavsiyalar beriladi:

- OAV xodimlari bilan muloqotda hech qachon yolgʻon soʻzlamang;
- tushunarsiz jumla va iboralarga albatta sharh bering, izohlang;
- oʻzingizga haqiqatdek tuyulgan gapning isboti boʻlmasa yaxshisi aytmang;
- biror mavzuni oʻzingizcha toʻqib chiqarmang, chunki, tashkilot axborot xizmati nomidan soʻzlayapsiz;
- har bir soʻzingizni jurnalistlar tekshirib koʻrishi mumkinligini yoddan chiqarmang;
- jurnalistlar, hatto, tashkilotingizga murojaat qilgan fuqarolarning biror savolini javobsiz qoldirmang;
- tashkilot rahbarini vaqti-vaqti bilan OAVda chiqishini uyushtiring. Buning uchun rahbaringiz bilan kelishgan holda jurnalistlarni taklif eting;
- AX faoliyati haqida hisobotlar yozib borishni unutmang.

Har bir AX boshqa tashkilotlarning axborot xizmatlari bilan muntazam aloqada boʻlishi, ularning veb-saytlarini kuzatib borishi maqsadga muvofiqdir (6-ilovalar).

Matbuot kotibi oʻz faoliyati davomida qanday dastur zarur yoki zarur emasligini, u jamoatchilikka qanday taʼsir etishini bilishi darkor. Dastur qachon amalga oshishini, u orqali qanday samarali natijalarga erishish mumkinligini bilish taqozo etiladi.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Bretislav Turecek. Effective writing for today's media. Czech Republic Krbtkb 26. 100 00 Praha, 2010. 3 p.
2. Sullivan M. Masʼul matbuot xizmati. Regional Program Office. Vienna. RPO. T., 2002. 55 b.

Mavzu yuzasidan beriladigan savollar

1. Press-reviz deganda nimani tushunasiz?
2. Press-reviz OAV xodimlariga nima uchun kerak bo'ladi?
3. Press-revizni tayyorlash uchun AX xodimi nimalarga e'tibor berishi kerak?
4. Press-revizda tegishli joy nomlari qanday yoziladi?
5. Press-revizda kishilarning ismi shariflarini yozishda nimalarga e'tibor berish lozim?
6. Press-revizda raqamlarni yozishda qanday xatoliklar kuzatilmoqda?
8. Press-reviz tayyorlagan AX xodimining ijodiy mahorati qanday baholanadi?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. Press-reviz atamasining lug'aviy ma'nosi nima?

- a) "matbuot xabarnomasi"
- b) "matbuot kotibi"
- d) "matbuot material"
- e) "matbuot axboroti"

2. AX xodimining ijodiy mahorati nimada ko'rinadi?

- a) OAVga tarqatayotgan axborotda
- b) OAVga tarqatayotgan informatsiyada
- d) OAVga tarqatayotgan press-revizda
- e) OAVga tarqatayotgan maqolada

3. Reliz so'zining ma'nonisi nimani anglatadi?

- a) Reliz "axborot" degan ma'noni anglatadi.
- b) Reliz "yangilik" degan ma'noni anglatadi.
- d) Reliz "matn" degan ma'noni anglatadi.
- e) Reliz "xabarnoma" degan ma'noni anglatadi.

4. Press-revizning maqsadi nima?

- a) faqatgina ma'lumot uzatish
- b) fikr almashish

d) muallif o'z fikrini ifodalashi

e) faqatgina axborot yetkazish

5. "Teskari piramida" modeli qanday?

a) Birinchi abzasga alohida ahamiyat berish kerak emas. Muhim bo'lgan faktlar maqolaning oxirida beriladi.

b) Bu modelda maqola matni qay tarzda yaratilishi kerakligini ko'rishimiz mumkin. Muhim bo'lgan faktlar maqolaning o'rtasida beriladi.

d) Bu modelda maqola matni qay tarzda yaratilishi kerakligini ko'rishimiz mumkin. Birinchi abzasga alohida ahamiyat berish kerak. Muhim bo'lmagan faktlar maqolaning oxirida beriladi.

e) Birinchi abzasga alohida ahamiyat berish kerak. Muhim bo'lmagan faktlar maqolaning boshida beriladi.

6. Matbuot anjumanlaridan asosiy maqsad nima?

a) OAV xodimlarini axborot bilan ta'minlashdir

b) Auditoriyani axborot bilan ta'minlashdir

d) OAV xodimlarini axborot yozishga o'rgatishdir

e) OAV xodimlarini mahoratini oshirishdir.

7. Tashkilot mutasaddilari va jurnalistlar o'rtasidagi muloqot maydoni nima?

a) jurnalist ijodi.

b) chop etilgan materiallar.

d) matbuot materiali.

e) matbuot konferensiyasi.

8. Matbuot kotibining kasb mahorati qayerda namoyon bo'ladi?

a) matbuot materiallarida namoyon bo'ladi.

b) matbuot anjumanlarida namoyon bo'ladi.

d) savol-javobda namoyon bo'ladi.

e) fikr ifodalashida namoyon bo'ladi.

9. Press-reliz atamasining lug'aviy ma'nosi bu...

- a) Bu "matbuot nomasi"dir. U qisqa, lo'nda, maqsadi aniq, faktlarga boy bo'lgan muhim xabar matnidir
- b) Bu "axborotnoma"dir. Muhim xabar matnidir
- d) Bu "matbuot xabarnomasi"dir. U qisqa, lo'nda, maqsadi aniq, tili ravon, ortiqcha "tushuntirish"lardan yiroq, faktlarga boy bo'lgan muhim xabar matnidir
- e) Bu "matbuot matni"dir. U qisqa, lo'nda, maqsadi aniq, tili ravon, ortiqcha "tushuntirish"lardan yiroq, faktlarga boy bo'lgan muhim xabar matnidir

10. Relizning asosiy maqsadi - ...

- a) Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda? Nimaga? Qanday qilib? degan savollarga javob berish.
- b) Axborot berish.
- d) Material to'plash
- e) Matn yaratish

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Press-relizlar nima uchun yoziladi?
2. Press-relizni kim tayyorlaydi?

GLOSSARIY

O'zbekcha	Ruscha	Inglizcha	Ta'rif
Press-reliz	пресс-релиз	Press release	qisqa, lo'nda, maqsadi aniq, tili ravon, ortiqcha "tushuntirish"lardan yiroq, faktlarga boy bo'lgan muhim xabar matnidir.
Reliz	релиз	release	"yangilik"
"Teskari piramida"	перевернутая пирамида	The inverted pyramid	Matnning tuzilishi ushbu qoidaga bo'ysunishi lozim. Bu modelda maqola matni qay tarzda yaratilishi kerakligini ko'rishimiz mumkin. Birinchi abzasga alohida ahamiyat berish kerak. Muhim bo'lmagan faktlar maqolaning oxirida beriladi
Relizning asosiy maqsadi	основная цель релиза	The main purpose of the release	Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda? Nimaga? Qanday qilib?-degan savollarga javob berish

PRESS-RELIZ



O'zbekiston Milliy Universiteti

Axborot xizmati

Toshkent shahri, "Yoshlik" talabalar shaharchasi

Tel: 246-59-12; 227-15-49; Elektron pochta: info@nuu.uz

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 14-sentyabrdagi "Toshkent davlat universitetiga Mirzo Ulug'bek nomini berish to'g'risida"gi qaroriga hamda Yurtboshimizning 2000-yil 28-yanvar kuni qabul qilingan "Toshkent davlat universitetiga "O'zbekiston Milliy unversiteti" maqomini berish to'g'risida"gi Farmoniga binoan bu o'quv dargohi – Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti deb yuritiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 9-apreldagi "Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy Universitetining 90 yilligini nishonlash to'g'risida"gi Qarorida mamlakatimizdagi ushbu karvonboshi universitetning tashkil etilgan sanasi 1918 yil 12 may deb belgilangan.

Ayni vaqtda O'zMU tarkibida 13 ta (Biologiya-tuproqshunoslik, Geografiya, Geologiya, Jurnalistika, Iqtisodiyot, Kimyo, Mexanika-matematika, Tarix, Falsafa, Fizika, Xorijiy filologiya, O'zbek filologiyasi, Huquqshunoslik) fakulteti mavjud.

Universitetning "O'zMU xabarlari" ilmiy jurnali, "O'zbekiston Milliy universiteti" ko'p nusxali gazetasi, internet tizimida www.nuu.uz veb-sayti, kitob nashriyoti, bosmaxonasi, Axborot xizmati, teleradiostudiyasi, fotostudiyasi faoliyat ko'rsatmoqda. Axborot-resurs markazida mavjud kitoblar haqidagi ma'lumotlarni tegishli kompyuterlar orqali topish va ulardan samarali foydalanish mumkin. Har bir fakultetda o'quv xonalari, ilmiy laboratoriyalar zamon talablari darajasida.

Universitet professor-o'qituvchilari ilmiy izlanishlar borasida Moskva, Sankt-Peterburg davlat universitetlari, Rossiya davlat gidrometeorologiya instituti, Okeanologiya instituti, Omsk davlat universiteti, Ryazan shahridagi Ost-Lazer markazi va boshqa nufuzli ilmiy muassasalar bilan hamkorlikda tadqiqotlar olib bormoqda. Bulardan tashqari Fransiya, Belgiya, Chexiya, Xitoy, Germaniya davlatlaridagi qator ilmiy muassasalar bilan hamkorliklar o'rnatilgan.

Universitetda tahsil olgan ziyolilardan uch nafari O'zbekiston Qahramoni, shuningdek, ko'plab professor-o'qituvchilar O'zbekiston Respublikasi Fan arbobi, "Buyuk xizmatlari uchun" ordeni va boshqa unvonlarga sazovor bo'lganlar.

Iqtidorli talabalar orasida Zulfiya nomidagi davlat mukofoti sovrindorlari, Prezident stipendiantlari, Navoiy va Ulug'bek stipendiyasi sohiblari talaygina. Universitetda "O'zMU stipendiyasi" hamda hayoti davomida shu o'quv dargohida yorqin iz qoldirishgan atoqli olimlar – Sa'di Sirojiddinov, Toshmuhammad Sarimsoqov, Obid Sodiqov, Sodiq Azimov, Ubay Oripov, Habib Abdullaev, G'ulom Karimov, Ibrohim Mo'minov nomidagi stipendiyalar tashkil etilgan.

O'zMU Axborot xizmati

SHOV-SHUV (SENSATSIYA)LI MATERIALNI YOZISH

1. Ommaning qiziqishlarini o'rganish.
2. Shov-shuvli nuqtani topish. Obyektni o'rganish.
3. Tezkorlik shov-shuvli material yozishning asosiy talabi.
4. Material tayyorlashda aniqlik, xolislik, lo'ndalik, asoslanganlik tamoyillariga rioya qilish.
5. So'zdan o'rinli foydalanish.

Tayanch so'zlar: *sensatsiya, ta'sir kuchi, yaqinlik, to'g'ri vaqtda berilishi, mashhurlik, konflikt, dolzarblik, qisqalik, lo'ndalik, aniqlik, Besh "W" (Who, What, When, Where, Why).*

Shov-shuvli maqola yaratish

Yangilik nima? Shunisi qiziqki, it odamni tishlasa bu yangilik bo'la olmaydi, ammo odam itni tishlagan taqdirda bu shov-shuvli maqolaga aylanishi aniq. Nega gazetalar doim yomon xabarlarga to'la? - deya tanqidchilar ta'kidlab kelmoqdalar. Chunki yomon xabarlar doimo noodatiy bo'ladi va diqqatni jamlaydi. Oddiy narsalar to'g'risida o'qish esa hech kimga qiziq emas. Odatda, yangiliklar quyidagi elementlarning kamida bittasiga ega bo'ladi:

- **Ta'sir kuchi.** Ta'sir kuchi voqeda nechta odam ishtirok etganligi, nechta odam jabrlanganligi, qancha mashina va boshqalar shikastlanganligidan kelib chiqadi. Ularning soni qancha ko'p bo'lsa, voqea ta'sirchanligi ham kuchliroq bo'ladi.

- **Yaqinlik.** Auditoriya hodisaga qanchalik yaqin bo'lsa, unga qiziqishi shunchalik kuchli bo'ladi. Aytaylik, Bangladeshda pøezd avtobus bilan to'qnashib ketsa, bu yangilik sport seksiyasidagi yangilikdan ham keyingi betda uch dyuymga teng kolonkani egallashi mumkin. Agarda bu hodisa Argusdagi Niles Canyon Roadda bo'lib o'tadigan bo'lsa, u gazetalarning birinchi sahifasiga tushishi aniq.

- To'g'ri vaqtda berilishi. Eng oxirgi yangiliklar, aytaylik bir hafta oldingi yangilikdan doimo ustunroq bo'ladi. Shuning uchun xabarni yangiligida uzatish maqsadga muvofiq.

- Mashhurlik. Omma, odatda, taniqli shaxslar to'g'risida ko'proq qayg'uradi, ular to'g'risidagi ma'lumotga ko'proq qiziqadi. Masalan, agar prezident Klinton piyoda yugurayotganini ko'rsak, jurnalistlar darhol buni suratga tushira boshlaydi. Agar buni oddiy ishchi xodim bajarsa, uning harakatlari faqatgina ko'chadagi daydi itlarni e'tiborini tortishi mumkin.

- Yangilik. Agar hodisa betakror, kam uchraydigan, hayotda bir yoki oxirgi marotaba bo'ladigan bo'lsa, uning ahamiyati har doim takrorlanib turadigan hodisalardan ancha ko'p.

- Konflikt (nizo). Urush, siyosat, jinoyatlar to'g'risidagi xabarlar doimo yangiliklar orasida o'z o'rnini topib kelgan.

- Dolzarblik. O'quvchiga qiziqarli bo'lishi bilan yangilik dolzarb bo'la oladi. Unga qiziq bo'lmagan ma'lumot yangilik emasmi?

- Hayotda kerak bo'ladigan ma'lumot. O'quvchiga asqotishi mumkin bo'lgan ma'lumot uni doim qiziqtirib keladi.

- Odamlarga qiziqarli bo'lishi. Agar hamma u to'g'risida gapiryaptimi, demak bu yangilik bo'la oladi. Boshqa talablarga javob berishda sustroq bo'lsa-da, odamlarning qiziqishini tortgan bo'lsa, bu xabar yangiliklar o'rtasidan joy oladi.

Matn yaratishda alifboning AVS harflaridek oddiy qoidalari bu aniqlik, soddalik va lo'ndalik.

Aniqlik. Ulardan eng muhimi bu aniqlik. Maqola qiziq va ishontruvchi bo'lishi mumkin, amma unda xatolar bo'ladigan bo'lsa, bir pulga qimmat bo'lib qoladi. Yolg'on xabarni yetkazish OAV uchun kechirib bo'lmaydigan holat. Bu qonun tomonidan ham belgilab qo'yilgan. Omma doim obyektiv va to'g'ri ma'lumotni olishi kerak. Demokratiyani rivojlantirishda bu shart muhim ahamiyatga ega. Agar jamiyat OAVni xolisligiga ishonmay qo'ysa, natijada,

demokratiyaga ham ishonmay qo'yishi mumkin. Har doim ma'lumotni tekshiring va keyingina maqolani yozishga kirishing. Aniqlik muvaffaqiyat kalitidir.

Ikkinchidan, qisqalikga ahamiyat bering. Maqolangizdagi har bir so'z o'z vazifasiga ega, bunday bo'lmasa uni olib tashlang. Teskari piramida shaklini yodda tuting. Eng asosiysi, oldingi birinchi qatorda bo'lishi kerak. Lid orqali o'quvchi e'tiborini jamlab olganingizdan so'ng keyingi qatordan boshlab eng muhim ma'lumotlarni oldi qatorda berishga harakat qiling.

Lo'ndalik - matn yaratishdan ham oldin paydo bo'ladi. Lo'ndalik hisobot berish maqsadini ko'zlaydi. Siz uzatib bermoqchi bo'lgan ma'lumotingizni aniq tasavvur qilib olishingiz kerak. Shundagina ma'lumotni o'quvchiga aniq va lo'nda yetkaza olasiz. Sizning hikoyangiz o'quvchida shubhali savollar tug'dirmasligi kerak. Jargonlardan qoching.

Odamlarga oddiy bo'lmagan narsalarni ochib berishga harakat qiling. Qancha ko'p ma'lumotga ega bo'lsangiz, shuncha ko'p ma'lumotni tahrir qilib asosiysini ajratib olishingizga to'g'ri keladi. Bu jarayon mashaqqatli bo'lishi tabiiy, nima to'g'risida gapirayotganingizni yaxshi anglamagan holdagina bu oson tuyilishi mumkin. Hech kim maqola yozish oson deb hali ta'kidlamagan.

Qaysi maqolalar chop etilishini kim hal qiladi? Ikkinchi kanaldagi yangiliklarga qanda xabarlar berilishinichi? Bu ishlar bilan jurnalistlar shug'ullanadi. Jurnalistlarning bu faoliyati geytkiper (darvozabon) hisoblanadi. Ular qaysi xabarlar "darvozadan o'tishini", qaysilari esa "axlat qutisiga uloqtirilishi"ni hal qiladilar. Keyin esa joy masalasini, ya'ni qaysi xabarlar birinchi sahifaga, qay birlari esa gazetaning ichki qismiga joylashtirishni muhokama qiladilar. O'quvchi dunyoga jurnalist nazari bilan boqadi. Qay bir xabar muhim ekanligini uning ishidan bilib oladi. Jurnalistning vazifasi bo'lib o'tayotgan voqea-hodisalardan to'laligicha xabardor bo'lish, so'ngra ularning ichida eng asosiylarini topa olish va uni til vositalari yordamida aniq va lo'nda qilib o'quvchiga yetkazish. Tabiiyki, bu jarayonda ma'lum bir faktlar berilmay qolishi mumkin. Siz maqolada eng muhim faktlarni berayotganingizga to'liq ishonch hosil qilishingiz

kerak. Voqea-hodisa to'g'risida ko'p ma'lumotga ega bo'lgan holda ularning ichidan eng asosiylarini ajratib olish mashaqqatli jarayon hisoblanadi. Chunki yaxshi reportyor har doim ko'p ma'lumot olishga harakat qiladi. Bu jarayon jurnalistikaning yana bir qoidasi "bilganingni 10% ini qog'ozga tushur"ni asoslab beradi.

Besh "W" (Who, What, When, Where, Why) qoidasi.

Har bir yangilik beshta savolga javob berishi kerak. Bu savollar Kim?, Nima?, Qachon?, Qaerda?, Nimaga? ba'zi hollarda Qanday? bu savollarga lidning o'zida emas, maqolaning qolgan qismlarida ham javob berishingiz mumkin. Asosan, birinchi bobda yoki mumkin bo'lgan eng yaqin qismda joylashishi lozim. Maqola yozib bo'lingandan so'ng bu savollarni o'zingizga yana bir bor berib ko'rib, maqolada javoblar borligiga amin bo'ling.²⁶

Amerikalik jurnalist va yozuvchi Roy Piter Klark yozishning namunali variantini ishlab chiqish maqsadida "Yozishning 50 qoidasi" kitobini yozdi. Uning so'zlaricha "...Men yuz yil oldin ishlab chiqilgan yozish usullari bugunga kelib o'quvchilarni hayratlantiradigan maqola yozishga asos bo'la ololmasligini tushunib etganimgan so'ng bu masala yuzasidan to'liq o'ylab krish kerak ekanligini tushunib etdim".

Keyinchalik 50 ta usul 20 ta usulga qisqartirildi, yozishni endi o'rganayotganlar uchun 10 qoida ishlab chiqildi:

1. Ega va kesim gapning boshida kelishi kerak. Bu konstruksiya matnni boshidanoq tushunarli bo'lishiga xizmat qiladi.
2. Fe'lning sodda shaklidan o'tgan va hozirgi zamon ko'rinishlarida foydalaning. Kuchli fe'llar kuchli ta'sirga ega.
3. Hollarni ishlatmaslikka harakat qiling. Ular asosan fe'lni takrorlab beradi holos. Masalan, "Portlash cherkovni to'liq vayron qildi" o'rniga "Portlash cherkovni vayron qildi", deb soddaroq yozadigan bo'lsak, ma'no o'zgarmaydi.

²⁶Bill Parks. Basic News Writing. Ohlone College. 24 Nov. 2015. 1-5p.

4. Kuchli soʻzlarni gapning boshlanishi va oxiriga joylashtiring. Vergullardan kamroq foydalanib, nuqta qoʻyishga harakat qiling. Nuqta qoʻyganingizda fikr vaqtinchalik toʻxtaydi. Keyingi gap koʻproq eʼtibor bilan oʻqiladi. Masalan, “Kuni kecha uchta asosiy hodisa – senatorning oʻlimi, vertolyotning qulashi, xususiy maktabda fojea yuz berdi”. Endi solishtiring. xuddi shu soʻzlar: “Kuni kecha uchta asosiy hodisa yuz berdi. Senatorning oʻlimi. Vertolyotning qulashi. Xususiy maktabda fojea.” Bu gaplarning qay biri sizga koʻproq taʼsir qildi?

5. Soʻzlarni bor kuchi bilan ishlashiga yordam bering. Taʼsirchan (ekspressiv) soʻzlarni qayta-qayta ishlatmang. Bu oʻquvchini tez charchatib, kerakli samarani bermaydi.

6. Soʻzlardan oʻz oʻrnida foydalaning. Toʻgʻri foydalanilganda oddiy boʻlgan soʻz ham oʻz taʼsir kuchiga ega boʻladi. Matn uslubiga xos boʻlgan soʻzlarni tanlang.

7. Eng mayda tafsilotlarga ham ahamiyat bering. Chunki ular (kuchukning laqabi boʻladimi, yoki odamlarning kiyimi) voqea muhitini toʻliq yaratib bera oladi va bu bilan oʻquvchi qiziqishi va ishonchini oshiradi.

8. “Ijodiy klishe” (qolip soʻzlar)dan voz keching. Oʻziga xos (original) variantlarini qidirib toping.

9. Oddiylikka ahamiyat bering. Sodda, umumisteʼmoldagi soʻzlarni kasb-hunarga oid soʻzlar, ishlatilish doirasi chegaralangan soʻzlar oʻrnida ishlatning.

10. Har bir yangilik tarix bilan bogʻliq boʻladi. SHuning uchun oʻtganlar merosi: povest, roman, mif va boshqalarni koʻproq oʻrganing. SHundagina siz hozirgi hodisani aniq, romantik, sheʼriy (mifologik) tarzda yoritib bera olasiz.

Royning taʼkidlashicha, bular jurnalist ishlatishi mumkin boʻlgan usullar, lekin qonun-qoida emas.

Jurnalistning eng asosiy qoidasi – oʻz uslubida yozish. Boshqalarga oʻxshamaslik. SHundagina oʻquvchilarning hurmat va muhabbatiga ega boʻlish mumkin. Harakat qilib koʻring!

Matn ma'lum kommunikativ faoliyatning aloqa sohasi, turi, aloqa vaziyati va muallif maqsadiga muvofiq fikriy va lisoniy xatti-harakatni muntazam majmui sifatida, semantik va sintaktik jihatdan izchil bog'lanishlar asosida tarkiblangan va tartiblangan tugal nuqtiiy hodisa. Matnni tarkiblashda kishi uni talqin etish hamda tushunish yo'llari va usullarini ham hisobga oladi. Axborot matni o'quvchi uchun oson va qulay bo'lgan talqin usuliga muvofiqlashtiriladi. Matbuotda bu jurnalistdan alohida mas'uliyatni talab qiladi. Chunki bu jarayonda faqat grammatika qonun-qoidalarigina emas aloqa vaziyati maqsadi va mazmunining fahmlanish imkoniyatlariga ham amal qilinadi. Matn yaratish har kimning ham qo'lidan kelavermaydigan ijodiy jarayondir. Bundan tashqari matn tahrir qilingan axborotdir. Chunki uning mukammalligi muharrirning mahoratiga ham bog'liq. Har qanday ijodiy adabiy va ilmiy ijodiy faoliyat matn yaratish, matnni qayta ishlash, tuzatish, mukammallashtirish jarayonini chetlab o'ta olmaydi.

Matn yaratish va uni takomillashtirish jarayoni yozma nutqiiy faoliyatning zaruriy tarkibiiy qismi sifatida kitobat va matbuot sohasi mutaxassislarining: jurnalist, muharrirlarning zimmasiga alohida mas'uliyat yuklaydi.

Tahrir qilish jarayonida o'quvchilar uchun mavhum bo'lgan so'zlar olib tashlanadi, faktlar solishtirib ko'riladi, g'aliz jumlar tuzatiladi. Chunki, arzimagan kamchilik bo'lib tuyulsa-da, har bir salbiy hodisa yoki noaniqlik mushtariylarni ranjitadi, gazetaga bo'lgan ishtiyoqlarini so'ndiradi. Matnni o'ta jiddiiy e'tibor bilan qayta-qayta o'qib chiqish, kamchilik va xatolarni belgilab olish hamda muallif maqsadi va uslubiga zarar yetkazmaydigan tarzda takomillashtirish muharrirdan teran bilimni, yuksak umumiiy madaniyatni, mukammal malaka va tajribani taqozo etadi.

Matbuot matni tahriri ham o'ziga xos bilimdonlikni talab qiladigan jarayondir. Tahrir tanqidiy nuqtayi nazardan kelib chiqib amalga oshirilganda, albatta, uning ta'siri o'zgacha bo'ladi. Ana shu tanqid tomonidan ko'zlangan maqsad matnni bekamu-ko'stlik darajasiga yetkazish, mavjud xatolarni bartaraf etish, natijada undagi tarbiyaviy, ilmiy mohiyatni oshirishdir. Matn tilni puxta

biladigan mutaxassis tomonidan tahrir qilinsagina, o'zida mujassam sehlarni to'raligicha namoyon etadi. Aks holda, u tushunarsiz jumlar majmuidan iborat bo'lib qoladi.

Har qanday matn sarlavhadan boshlanadi. Sarlavhaning mavjudligi uning mohiyati-yu maqomi matnning mavjudligi bilan bog'liq. Muallifning o'z o'quvchisiga aytadigan birinchi so'zi bu sarlavhadir. Yozma nutq amalida muloqot sarlavhadan boshlanadi. Matniy muloqotda sarlavha va matn uyg'unligi muhim ahamiyatga ega. Agar ular o'rtasida bog'liqlik bo'lmasa matnning salohiyatiga putur etadi.

Matn yaratishning, ayniqsa, uni tarkiblash va tartiblashning o'ziga xos tamoyillari mavjud. Muallif, eng avvalo, matnni o'quvchi (auditoriya) ehtiyojidan kelib chiqib axborotning asosi va qo'lamini va uni ifodalash usulini tanlaydi, nashr turi talabalarini hisobga oladi. Shunga muvofiq u 1) og'zaki nutq qurilishi 2) yozma-bosma nutq qurilishi yoki har ikkalasidan aralash foydalanish tamoyillariga murojaat qiladi. Matn qurilishining og'zaki nutq tamoyiliga asoslanishi o'ziga hos usul (priyom) sifatida yuzaga chiqadi:

- 1) kontekst maksimal qo'llanadi;
- 2) mazmuniy bog'lanishlar qayd etilmaydi-tasavvur qilinadi;
- 3) uzuq-yuluqlik va so'z tartibini o'zgartirishlardan;
- 4) og'zaki nutqqa xos kirishlar, murajaat shakllaridan foydalaniladi.

Qisqasi, og'zaki nutq tasavvurini yaratishga harakat qilinadi. Voqelikning bayon qilish usuliga ko'ra hikoya, tasvir, mulohaza, ta'rif, tavsiya, munozara kabi turlari farqlanadi. Matbuot matnida bayon qilishning bu usullari aralash-qorishiq holda keng qo'yiladi. Amaliyotda bu ikki tamoyildan aralash foydalanish keng tarqalgan. Ommaviy muloqotda:

- 1) odatdagi maromli matn;
- 2) uslublashtirilgan (stilizatsiyalashtirilgan) taqlidiy matn (bu kamroq uchraydi);
- 3) aralash matnlar bemalol ishlatiladi.

Matn qurilishi aloqaviy-fikriy tadrijiylik (dinamika) va fahmlash (dekodlash) qonun-qoidalarigi muvofiq tuziladi. Aloqa jarayonida tildagi barqaror andozalar, maromli tuzilmalar turli o'zgarishlarga uchraydi, qayta tarkiblanadi. Matn tildagi qoidalar tizimidan ko'ra axborot uzatish va uni tushunish nuqtai nazaridan kelib chiqib tuziladi.

Gap, matn qurilishi fikrlash va fahmlash strategiyasiga muvofiqlashadi. Matniy muloqotning lisoniy qurilishi a'moliy-alloqaviy (funktional-kommunikativ) qonuniyatlarga muvofiq tarkiblanadi, tartiblanadi. Shunday ekan, matnning muayyan mazmuniy-mantiqiy bo'lagi gap shaklidagina emas, so'z, so'z shakli, so'zlar tizimi yoki so'z birikmalari shaklida ham namoyon bo'lishi mumkin. *Shaftoli olib chiqdi. Yangi uzilgan. Muzdekkina tarzida.* Demak, matn tarkibidagi gap grammatika darsliklarida tavsiya etilgan qoidalar tuzilishga ega bo'lmasligi, o'zicha mustaqil qismlarga bo'laklanib o'zgarib, kelishi tabiiy bir hol. Zero, ifoda (matn yoki gap bo'lagi) o'zi qo'llanayotgan aloqa vaziyati matn mazmuni va maqsadiga muvofiqlashtirilganda maromli barqaror lisoniy qurilmalar matniy o'zgarishlar tadrijiga boysundiriladi. Bu tilning tabiyatiga zid hodisa emas. Til turli aloqaviy vaziyatlarida matnni tarkiblashda o'zini o'zi tartibga soluvchi hamda shu orqali nutq ehtiyojlariga muvofiqlashadigan noyob hodisadir. Matn (umuman, nutq) - lisoniy asar; kod (ramz) emas, balki kodlangan xabar, axborot. Matn - bog'li nutq zanjiri, gaplar uning halqalari. Bu halqalar hajmi, bichimi, tuzilishi jihatdan bir xil emas. Lekin muayyan halqa (ifoda) muayyan matn to'qimasida o'zining birgina imkoniyati (shakli, ma'nosi) bilangini ishtirok etadi-yu, barqaror o'zgarimas til muloqot asnosida turfa xil o'zgarishlarga uchraydi. Qalam ahli uning bu tabiatini yaxshi his qilishi va o'z faoliyatida bu fazilatlaridan o'rinli va chiroyli foydalana olishi lozim.

Uzatilgan axborotni adresatga aynan yetkazish va uni aynan (adekvat) tushunish talabi jurnalistdan matnni tarkiblashda ifoda vositalarini to'g'ri tanlashgina emas, balki maqsadga muvofiq o'rinlashtirishni ham talab qiladi. Bu talab matn unsurlarini qo'shish, ajratish, uzoqlashtirish yoki yaqinlashtirish,

tenglashtirish yoki istisno qilish, ilova qilish, qayta nomlash, takrorlash kabi nutq amallari orqali bajariladi. Bunday amallar matn qurulishining o'ziga xos tadrijiy aloqaviy grammatikasibor deyishga asos bo'la oladi. Kommunikativ lingvistika ayni mana shu jihatlar bilan qiziqadi. Jurnalist matniy muloqot madaniyati va mahoratini oshirishda bu sohaga oid bilimlar juda qo'l keladi. Matn mintaqalarini tarkiblash, o'zgartirish, takomillashtirish muloqotning rejalashtirishning ham axborotni matniy ifodaga ko'chirishning ham, o'quvchiga ta'sir etish jarayonining ham joriy usullaridir.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Bill Parks. Basic News Writing. Ohlone College. 24 Nov. 2015. 1-5p.
2. Tohirov Z.T. Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo'stoni, Cho'lpon NNMIU, 2012. 16 b.
3. Toshaliyev I. E., Abdusattorov R. Ommaviy axborotvositalarning tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 23 b.

Mavzu yuzasidan beriladigan savollar

1. Shov-shuvli maqola deganda nimani tushunasi?
2. Shov-shuvli maqola yozishda nimalarga ahamiyat berish kerak?
3. Maqola yozishning 10 qoidasiga nimalar kiradi?

Mavzu yuzasidan test savollari

1. **Jurnalistning eng asosiy qoidasi nima?**
 - a) o'z ustida ishlash
 - b) tildan o'rinli foydalanish
 - d) faktlardan foydalanish
 - e) o'z uslubida yozish
2. **Besh "W" (Who, What, When, Where, Why) qoidasining ma'nosi nima?**
 - a) Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda?, Nimaga?.
 - b) Nima?, Qachon?, Qayerda?, Nimaga?.
 - d) Kim?, Nima?, Qachon?, Nima uchun?. Nimaga?.

e) Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda?

3. Konflikt (nizo)li xabarlar nima?

a) fakt asosida yaratilgan xabarlar

b) urush, siyosat, jinoyatlar to'g'risidagi xabarlar

d) shov-shuvli xabarlar

e) dolzarb xabarlar

4. Geytkiper kim?

a) "Darvozabon" hisoblanib, ular qaysi xabarlar "darvozadan o'tishini", qaysilari esa "axlat qutisiga uloqtirilishi"ni hal qiladilar

b) Tahririyatda faoliyat yuritadigan muharrir

d) "O'yinchi" hisoblanib, ular qaysi xabarlar "darvozadan o'tishini", qaysilari esa "axlat qutisiga uloqtirilishi"ni hal qiladilar

e) Muallif

5. Shov-shuv (sensatsiya)li material nima?

a) Dolzarb material

b) Faktlarga asoslangan materail

d) Yaxshi yozilgan maqola

e) Barchaga birday hayratga sola oladigan, dolzarb material

6. Oddiylikka ahamiyat berish nimalarda ko'rinadi?

a) Shevaga xos bo'lgan so'zlarni ishlatishda

b) Sodda, umumiste'moldagi so'zlarni kasb-hunarga oid so'zlar, ishlatilish doirasi chegaralangan so'zlar o'rnida ishlatishda

d) Mazmunan soddalikka intilishda

e) Sodda, umumiste'moldagi so'zlarni o'z o'rnida ishlatishda

Mustaqil ta'lim uchun savollar

1. Nima uchun shov-shuvli materiallar yoziladi?

2. Bunday materiallarning OAVlardagi o'rni?

3. Shov-shuvli materiallarni tayyorlash talablari

GLOSSARIY

O'zbekcha	rnscha	inglizcha	ta'rif
Konflikt (nizo)	конфликт	conflict	urush, siyosat, jinoyatlar to'g'risidagi xabarlar
Jurnalistning eng asosiy qoidasi	главное правило журналиста	The main rule of the journalist	o'z uslubida yozish

Ta'sir kuchi	сила влияния	The influence of the force	ta'sir kuchi voqeada nechta odam ishtirok etganligi, nechta odam jabrlanganligi, qancha mashina va boshqalar shikastlanganligidan kelib chiqadi Ularning soni qancha ko'p bo'lsa, voqea ta'sirchanligi pam kuchliroq bo'lishi
Yaqinlik	близость	Closeness	auditoriya hodisaga yaqinligi

1-Topshiriq

3x5 usulida "Shov-shuvli (sensatsiya) maqola" mavzuida talabalar bilan ishlash

Savollar:

- 1-guruh: Sensatsiya nima?
- 2-guruh: Shov-shuvli material tayyorlash uchun nimalarga ahamiyat berish kerak?
- 3-guruh: Aniqlik deganda nimani tushunasiz?
- 4-guruh: Shov-shuvli (sensatsiya) maqola yozishda qanday til vositalaridan foydalaniladi?
- 5-guruh: Shov-shuvli maqola yozishning 10 qoidasi.

AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN MATERIALLAR

Mediamatnlarning janriy-uslubiy xususiyatlari yuzasidan amaliy mashg'ulot

1. Mavzu yuzasidan suhbat, savol-javob va mashqlar ishlash;
2. Janr haqida o'z fikrlarini ifodalash,
3. Materiallarni o'qib o'rganish;
4. Matnlarni janriy-uslubiy jihatidan tahlil etish.

Topshiriq

1. Gazeta matnlarini janriy-uslubiy jihatdan o'rganib chiqing.
2. Ularning o'ziga xos jihatlarini aniqlang.
3. Biron janrda matn yarating va uni og'zaki ifodalab bering.
4. Talabalarning matnlarini tahlil qiling.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202,USA. 2008. 7-11p.

2. Ian Hutchby. Media talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting Two Penn Plaza, New York, NY 10121-2289. USA. First published 2006. P. 121.

3. Toxirov Z. Adabiy tahrir (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oily ta'lim muassasalari jurnalistika fakultetlari talabalari uchun darslik sifatida nashrga tavsiya etilgan). T.: Tafakkurbo'stoni, 2012. 12-24 b.

4. Toshaliyev I., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 6-17 b.

LID TUSHUNCHASI TAHLILI

1. Mavzu yuzasidan savollar berish;
2. Javoblarni tinglash va xulosalash;
3. Gazeta lidlarini tahlil qilish .

TARQATMA MATERIAL

“Zinama-zina” usuli uchun savollar

1. Lid maqolaning asosiy qismi.
2. Lidlarni yozishda nimalarga e'tibor qaratish kerak?
3. Lid va sarlavha munosabati.
4. Matnda lidlarning o'rni va ahamiyati.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202.USA. 2008. 7-11p.

2. Ian Hutchby. Media talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting. Two Penn Plaza, New York, NY 10121-2289. USA. First published 2006. P.121.

3. Toxirov Z. Adabiy tahrir (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oily ta'lim muassasalari jurnalistika fakultetlari talabalari uchun darslik sifatida nashrga tavsiya etilgan). T.: Tafakkurbo'stoni, 2012. 12-24 b.

4. Toshaliyev I., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 6-17 b.

MEDIAMATNLAR TUZILMASI YUZASIDAN

SAVOL-JAVOB, SUHBAT

1. Mediamatn tushunchasiga izoh;
2. Mediamatnlarning tarkibiy qismi yuzasidan savol-javob o'tkazish;
3. Matnlarni tarkibiy jihatidan tahlil etish.

1-topshiriq. Gazeta matnlarini tarkibiy jihatidan tahlil qilish.

2-topshiriq. Talabalarga ma'lum mavzuda matn yaratish va unda ketma-ketlikka e'tibor berish vazifasi beriladi.

Mavzuga oid adabiyotlar ro'yxati

1. Dale Simnett and Darren Reed, Writing a News Report, Literacy Preparation Week, November. 2009. P.3.

2. Celia M. Elliott. Building Good Paragraphs. The Board of Trustees of the University of Illinois. Copyright, 2014. P.10.

3. Toxirov Z. Adabiy tahrir. T.: Tafakkurbo'stoni, 2012. 8-16 b.

4. Toshaliyev I., Abdusattorov R. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 36 b.

MAQOLA YOZISH USULLARI BO‘YICHA AMALIY MASHG‘ULOT

1. Ma‘lum mavzu asosida maqola yaratish;
2. Matnlarni o‘qib eshittirish;
3. Matnlarni tahlil etish.

Topshiriq

“SCORE” metodi asosida matn yaratish: 5 ta guruhga alohida topshiriq beriladi. Talabalar ushbu topshiriqni bajarish davomida matn yaratishda nimalarga ahamiyat berish kerakligini o‘rganadilar.

S – SIMPTOM (MUAMMONING BELGILARI)

C – CAUSE (MUAMMONING KELIB CHIQISH SABABLARI)

O–OUTCOME (MUAMMO YECHIMIDAN KUTILADIGAN NATIJALAR)

R – RESOURCES (QAYERDA? QACHON? NIMA? QANDAY? SAVOLLARIGA JAVOB TOPISH ORQALI MUAMMO YECHIMI MANBALARI)

E – EFFECT (MUAMMO YECHIMINI TOPISH, MAQSAD SARI YO‘NALTIRILGAN AMALIY TAVSIYALARNI ISHLAB CHIQISH ORQALI SAMARADORLIKKA ERISHISH)

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Bretislav Turecek. Effective writing for today's media. Czech Republic Praha, 2010. 3-10 p.
2. Tohirov Z.T. Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo‘stoni, Cho‘lpon NNMIU, 2012. 12-16 b.

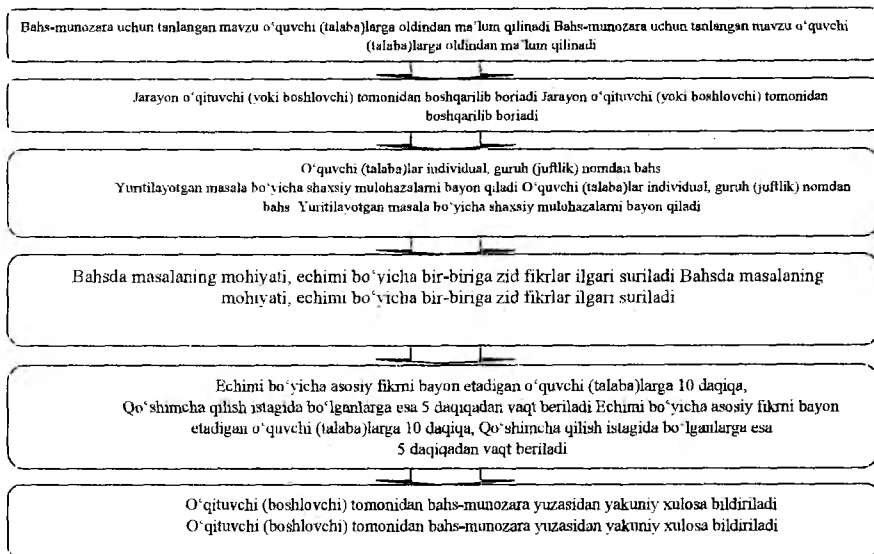
YANGILIK RELIZLARNI YOZISH BO‘YICHA AMALIY MASHG‘ULOT

1. Mavzu bo‘yicha savol-javob;
2. Berilgan relizlar tahlili;
3. Reliz yozish.

“BAHS-MUNOZARA” METODI

Metod ikki yoki undan ortiq shaxslar tomonidan muayyan vaqt oralig‘i va qat‘iy qoidalarga muvofiq tashkil etiladigan og‘zaki bahs bo‘lib, o‘quvchi (talaba)larda o‘rganilayotgan mavzu bo‘yicha erkin, asosli fikrlarni bildirish qobiliyatlarini shakllantirishga xizmat qiladi. O‘quv mashg‘ulotlarida bahs-munozaradan foydalanishda mavzuga doir ma‘lum masalalar hal qilinadi.

Metodni qo‘llashda quyidagi tartibda ish ko‘riladi:



Izoh: 1) bir o‘quvchi (talaba)ga ikki marta so‘zga chiqishga ruxsat etilmaydi;

2) o‘qituvchi (boshlovchi) o‘quvchi (talaba)larning mavzudan chetga chiqishini qat‘iy nazorat qilib boradi, bordi-yu, shunday holatlar sodir etilsa, so‘zlovchilar bu haqida ogohlantiriladi.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Bretislav Turecek. Effective writing for today's media. Czech Republic Krbtkb 26, 100 00 Praha, 2010. 3 p.

2. Sullivan M. Mas‘ul matbuot xizmati. Regional Program Office. Vienna. RPO. T., 2002. 55 b.

SHOV-SHUV (SENSATSIYA)LI MATERIALNI YOZISH

BO'YICHA AMALIY MASHG'ULOT

1. Shov-shuvli materillar chop etishning ahamiyati ;
2. Shov-shuli matnlarni o'qib eshittirish;
3. Matnlarni tahlil etish.

1-Topshiriq

Gazetada e'lon qilingan shov-shuvli matnlarni til-uslub jihatidan tahlil qilish. (Guruhlar bilan ishlash.)

2-Topshiriq

Guruhlarga ajralib, shov-shuvli material tayyorlash. Taqdimot qilish.

Mavzu yuzasidan tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Bill Parks. Basic News Writing. Ohlone College. 24 Nov. 2015. 1-5p.
2. Tohirov Z.T. Adabiy tahrir. T.: Tafakkur bo'stoni, Cho'lpon NNMIU, 2012. 16 b.
3. Toshaliyev I. E., Abdusattorov R., Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi. T.: Universitet, 2006. 23 b.

FANINI O'QITISHDA QO'LLANILADIGAN INNOVATSION PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALAR VA METODLAR

“AJURLI ARRA” METODI

“Ajurli arra” (fransuzcha “ajour” – bir yoqdan ikkinchi yoqqa o'tgan, ikki tomoni ochiq) metodi o'quvchi (talaba)larga yaxlit muayyan mavzuni bir nechta qismlarga ajratish orqali mohiyatini yoritish imkoniyatini yaratadi. Ushbu metod qo'llanilganda o'quvchi (talaba)lar tayyor matnlar bilan ishlaydi. Mashg'ulotda metodni qo'llash quyidagi taxlitda amalga oshiriladi.

Metodni qo'llashda o'quvchi (talaba)larning mavzuni puxta o'zlashtirganliklari, o'zlari ega bo'lgan bilimlarni boshqalarga yetkazib berish layoqatiga ega bo'lishlari muhim sanaladi.

“BALIQ SKELETI” METODI

Metod o'quvchi (talaba)larda mavzu yuzasidan muayyan masala mohiyatini tasvirlash va yechish qobiliyatini shakllantiradi. Uni qo'llashda o'quvchi (talaba)larda mantiqiy fikrlash, mavzu mohiyatini yorituvchi tayanch tushuncha, ma'lumotlarni muayyan tizimga keltirish, ularni tahlil qilish ko'nikmalari rivojlanadi. Metoddan foydalanish quyidagicha amalga oshiriladi.

“BAHS-MUNOZARA” METODI

Metod ikki yoki undan ortiq shaxslar tomonidan muayyan vaqt oralig'i va qat'iy qoidalarga muvofiq tashkil etiladigan og'zaki bahs bo'lib, o'quvchi (talaba)larda o'rganilayotgan mavzu bo'yicha erkin, asosli fikrlarni bildirish qobiliyatlarini shakllantirishga xizmat qiladi. O'quv mashg'ulotlarida bahs-munozaradan foydalanishda mavzuga doir ma'lum masalalar hal qilinadi.

Metodni qo'llashda quyidagi tartibda ish ko'riladi.

Izoh: 1) bir o'quvchi (talaba)ga ikki marta so'zga chiqishga ruxsat etilmaydi;

2) o'qituvchi (boshlovchi) o'quvchi (talaba)larning mavzudan chetga chiqmasliklarini qat'iy nazorat qilib boradi, bordi-yu, shunday holatlar sodir etilsa, so'zlovchilar bu haqida ogohlantiriladi.

“BILAMAN. BILISHNI XOHLAYMAN.

BILIB OLDIM” (BBB) METODI

Metod o'quvchi (talaba)larga muayyan mavzular bo'yicha bilimlari darajasini baholay olish imkonini beradi. Uni qo'llashda o'quvchi (talaba)lar guruh yoki jamoada ishlashlari mumkin. Guruhda ishlashda mashg'ulot yakunida guruhlar tomonidan bajarilgan ishlar tahlil qilinadi.

O'quv faoliyati bevosita yozuv taxtasi yoki ish qog'ozida o'z aksini topgan quyidagi sxema asosida tashkil etiladi:

Bilaman	Bilishni xohlayman	Bilib oldim

“BLITS-SO'ROV” METODI

“Blits-so'rov” (inglizcha “blits” – tezkor, bir zumda) metodi berilgan savollarga qisqa, aniq va lo'nda javob qaytarilishini taqozo etadigan metod sanaladi. Ta'lim muassasalarida ushbu metodga muvofiq savollar, asosan,

o'qituvchi tomonidan beriladi. Berilgan savollarga javoblar jamoaviy, guruhli, juftlik yoki individual tarzda qaytarilishi mumkin. Javob qaytarish shakli mashg'ulot turi, o'rganilayotgan mavzuning murakkabligi, o'quvchi (talaba)larning qamrab olinishiga ko'ra belgilanadi.

Metodni qo'llashda mavzuga doir tayanch tushunchalar, asosiy g'oyalarning mohiyati o'quvchi (talaba)lar tomonidan og'zaki, yozma yoki tasvir (jadval, diagramma) tarzida yoritilishi mumkin.

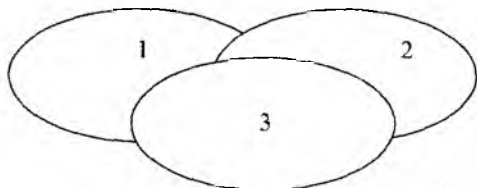
“BUMERANG” TEXNOLOGIYASI

Texnologiya o'quvchi (talaba)larni dars jarayonida, darsdan tashqarida turli adabiyotlar, matnlar bilan ishlash, yodda saqlash, so'zlab berish, fikrlarni erkin bayon etish, qisqa vaqt ichida ko'p bilimga ega bo'lish, o'qituvchi tomonidan barcha o'quvchilar faoliyatining birdek baholanishi uchun sharoit yaratishga xizmat qiladi. U o'qituvchiga tarqatma materiallarning o'quvchilar tomonidan guruhli, individual shaklda samarali o'zlashtirilishini, auditoriyada tashkil etiladigan suhbatning munozaraga aylanishini ta'minlash orqali ularning faoliyatini nazorat qilish imkonini beradi. Bu texnologiyadan suhbat-munozara shaklidagi darslarda individual, juftlik, guruhli va jamoaviy shakllarda foydalanish mumkin. Boshqa interfaol metodlar kabi ta'lim jarayonida mazkur texnologiyani qo'llash ham muayyan tartibda amalga oshiriladi.

“VENN DIAGRAMMASI” STRATEGIYASI

Strategiya o'quvchi (talaba)larda mavzuga nisbatan tahliliy yondashuv, ayrim qismlar negizida mavzuning umumiy mohiyatini o'zlashtirish (sintezlash) ko'nikmalarini hosil qilishga yo'naltiriladi. U kichik guruhlarni shakllantirish asosida aniq sxema bo'yicha amalga oshiriladi.

Yozuv taxtasi o'zaro teng to'rt bo'lakka ajratiladi va har bir bo'lakka quyidagi sxema chiziladi:



Strategiya o'quvchi (talaba)lar tomonidan o'zlashtirilgan o'zaro yaqin nazariy bilim, ma'lumot yoki dalillarni qiyosiy tahlil etishga yordam beradi. Undan muayyan bo'lim yoki boblar bo'yicha yakuniy darslarni tashkil etishda foydalanish yanada samaralidir.

Strategiyani qo'llash jarayonida har bir guruh muayyan mavzuga oid topshiriqlarni bajaradi. O'quvchi (talaba)larning e'tiborlariga quyidagi jadvalni taqdim etish mumkin:

Guruhlar	Diagrammaning tartib raqami	Topshiriqlar mazmuni
1- guruh	1-diagramma	
	2-diagramma	
	3-diagramma	
2-guruh	1-diagramma	
	2-diagramma	
	3-diagramma	
3-guruh	1-diagramma	
	2-diagramma	
	3-diagramma	
4-guruh	1-diagramma	
	2-diagramma	
	3-diagramma	

"ZAKOVATLI" METODI

Bilimlarni puxta o'zlashtirishda o'quvchi (talaba)larning fikrlash, tafakkur yuritish qobiliyatlariga ega bo'lishlari muhim ahamiyatga ega.

Ushbu metod o'quvchi (talaba)larda tezkor fikrlash ko'nikmalarini shakllantirishga, ularning tafakkur tezliklarini aniqlashga yordam beradi. Uni qo'llash o'z xohishiga ko'ra shaxsiy imkoniyatlarini sinab ko'rish istagida bo'lgan o'quvchi (talaba)lar uchun qulay imkoniyatni yaratadi.

Bunda o'quvchi (talaba)lar o'qituvchi tomonidan berilgan savollarga qisqa muddatlarda to'g'ri, aniq javob qaytara olishlari zarur. Murakkablik darajasiga ko'ra har bir savolga qaytarilgan to'g'ri javob uchun ballar belgilanadi. Yakuniy ballarning o'rtacha arifmetik qiymatini topish asosida o'quvchi (talaba)larning tafakkur tezligi aniqlanadi.

Mashg'ulotlarda metodni qo'llash orqali o'quvchi (talaba)larning tafakkur tezligi quyidagi sxemaga asoslanuvchi faoliyat yordamida aniqlanadi:

“KEYS-STADI” TEXNOLOGIYASI (YOKI “O'QUV KEYSLARI” TEXNOLOGIYASI)

“Keys-stadi” (ingliz tilida “case” – metod, “study” – muammoli vaziyat; vaziyatli tahlil yoki muammoli vaziyatlarni tahlil qilish) texnologiyasi o'quvchi (talaba)larda aniq, real yoki sun'iy yaratilgan muammoli vaziyatni tahlil qilish orqali eng maqbul variantlarini topish ko'nikmalarini shakllantirishga xizmat qiladi. U o'quvchi (talaba)larni bevosita har qanday mazmunga ega vaziyatni o'rganish va tahlil qilishga o'rgatadi.

Texnologiyaning negizida muayyan muammoli vaziyatni hal qilish jarayonining umumiy mohiyatini aks ettiruvchi elementlar yotadi. Bular quyidagilardir: ta'lim shakllari, ta'lim metodlari, ta'lim vositalari, ta'lim jarayonini boshqarish usul va vositalari, muammoni hal qilish yuzasidan olib borilayotgan ilmiy izlanishning usul va vositalari, axborotlarni to'plash, ularni o'rganish usul va vositalari, ilmiy tahlilning usul va vositalari, o'qituvchi va o'quvchi (talaba) o'rtasidagi ta'limiy aloqaning usul va vositalari, o'quv natijalari.

Ta'limiy xarakterga ega muammoli vaziyat (o'quv keysi)ni tashkil etish maqsadi mavjud imkoniyatlarni hisobga olgan holda jamoa o'rtasida muammoli vaziyatni yaratish, uni hal qilish echimlari to'g'risidagi fikrlarni jamlash, muhokama qilish orqali to'g'ri qarorlar qabul qilish muhitini yaratishdan iborat.

Muammoni muhokama qilishda e'tiborni quyidagilarga qaratish zarur:

GLOSSARIY

Adabiy til – milliy tilning ma'lum qoidalariga bo'ysundirilgan, muayyan qolipga solingan, olimlar va mutaxassislar tomonidan ishlov berilgan, doim silliqlashtirilib, mukammallashtirilib boriladigan shakli.

Antonimiya – leksemalarning bir-biriga zid ma'no anglatishi asosida guruhlanishi.

Antonimik justlik – o'zaro qarama-qarshi ma'noli ikki so'z.

Asosiy qism – maqsad bayon qilinadigan, dalillanadigan, sharhlanadigan qism.

Auditoriya – axborot qabul qiluvchi.

Axborot (xabar) – ommaviy axborot vositalari va boshqa turli vositalar, belgilar, ishoralar yordamida yetkaziladigan, ma'lum qilinadigan, ko'rsatiladigan ma'lumot.

Besh "W" (Who, What, When, Where, Why) qoidasi – Kim?, Nima?, Qachon?, Qayerda?, Nimaga? savollari.

Verbal aloqa (lot. verbum - so'z) – til, ya'ni nutq yordamida muloqot qilish jaroyoni. Nutq deyilganda tabiiy til tovushlari nazarda tutiladi, u aloqaning universal vositasi hisoblanadi, chunki uning yordamida axborot uzatishda muloqot mazmuniga juda kam darajada putur etadi.

Dialog (yunoncha) – 1) ikki yoki undan ortiq kishilar o'rtasidagi so'zlashuv; dramatik asar nutqini tashkillashtirishning asosiy shakli; 2) so'zlashuv shaklida yozilgan adabiy asar.

Dalil – 1) mulohaza (yoki mulohazalar majmui), boshqa mulohaza (fikir, nazariya)ni asoslash uchun keltiriladi. 2) isbotning asosi (asosining bir qismi). 3) jurnalistikada fikrning ishonchligini ta'minlovchi asos.

Jumla – nutqning ikki pauza (to'xtam) orasidagi ohang butunligidir.

Jurnalist – jurnalistika faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxs.

Jurnalistika – ijtimoiy dolzarb xabarlarini to'plash, qayta ishlash va tarqatishdan iborat ijtimoiy faoliyat (mazkur faoliyat matbuot, radio, televideniye va boshqa vositalar orqali amalga oshiriladi); ommaviy tashviqot va tarqibot olib borish shakllaridan biri. Jurnalistika terminida jurnalistika faoliyati mahsuli – asarni ifoda etishda qam foydalaniladi, shulardan gazeta, jurnal sonlari to'ldiriladi, radio, teledasturlar va boshqalar tuziladi.

Jurnalistning eng asosiy qoidasi – o'z uslubida yozishi va aytishi.

Informatsiya – insonlar oqzaki, yozma va boshqa usulda beradigan ma'lumot (shartli ishoralar, texnik vositalar va hokazolar yordamida beriladi). Yana qarang **Axborot**

Kommunikator – axborot beruvchi.

Kommunikatsiya – xabar, aloqa.

Leksik so'z – leksik mazmunli so'z (leksema).

Lisoniy layoqat – o'z fikrlarini til orqali ifodalab berish.

Lisoniy qolip – ma'lum til qoidalaridan chetga chiqmaslik.

Metafora – predmetlar, hodisalar o‘rtasidagi nisbiy o‘xshashlik asosida ma’noning ko‘chirilishi.

Metonimiya – narsa, hodisalar o‘rtasidagi aloqadorlik asosida ma’noning ko‘chirilishi.

Milliy til – qayerda yashashidan qat’iy nazar, bir millatga mansub barcha odamlar tomonidan ishlatiladigan til.

Monolog – nutq ko‘rinishi bo‘lib, bir-biri bilan ma’no va grammatik jihatdan uzviy bo‘liq bo‘lgan va mantiqan mos keladigan gap qatorlaridan iborat bo‘ladi.

Monosemiya – bir ma’nilik hodisasi.

Notiqlik san’ati – ishontirish usullarini o‘rgatuvchi fan.

Nutq – shaxs tomonidan til vositalaridan foydalangan qolda fikr ifodalashi.

Nutqiy vaziyat – jurnalist faoliyatidagi muloqot jarayonida til vositalaridan foydalanish.

Nutqda yolg‘on ishlatish – notiqlarning o‘zi ishonmagan narsalar (hodisalar, holatlar) haqida so‘zlash holati.

Polisemiya – ko‘p ma’nilik hodisasi.

Sinekdoxa – butunning nomi bilan qismning yoki aksincha qismning nomi bilan butunning atalishi orqali yuz beradigan ma’noning ko‘chirilishi.

Sinonimik qator (sinonimik uya) – bir ma’no anglatishiga ko‘ra guruhlangan sinonim so‘zlar yig‘indisi.

Sinonimiya – leksemalarning bir xil ma’no anglatishiga ko‘ra guruhlanishi.

So‘z – nutqning alohida urg‘u bilan aytiladigan bo‘lagi.

Termin (lot. – had, chegara) – 1) fan, texnika va san’atda – muayyan tushunchani aniq ifoda etuvchi so‘z; 2) mantiqda – mulohazaning tarkibiy unsuri.

Til – kishilarning o‘zaro muloqotga kirishish va fikr almashish vositasi.

Uslub – 1) muayyan qonuniyatlarga asoslangan usul, hayot va harakat tarzi. Shu ma’nodagi ijodiy uslublar haqida (Alisher Navoiy davri uslubi), madaniyat uslubi haqida, ayrim buyuk shaxslarning yashash uslubi haqida so‘z boradi; 2) ijodkorning individual ifodasi.

Fakt (lot. faktum – ishlangan, yuz bergan) – 1) odatiy ma’nodagi haqiqat, hodisa, natija tushunchalarining sinonimi; 2) ishonchliligini isbotlangan bilim; 3) mantiq va fan metodologiyasida – tajriba natijasida hosil bo‘lgan bilim qayd etilgan jumla; 4) tahrirda – matndagi asos materiallar; 5) jurnalistikada – tadqiqot obyekti, narsa, voqea va hodisaning chin yoki yolg‘onligini tasdiqlash uchun xizmat qiladi.

Ekstralingvistik omillar – tildan tashqari bo‘lgan omillar.

Yuksak madaniyat (nutq so‘zlashda) – “o‘zimga qanday munosabat, muomalani ravo ko‘rsam, auditoriyaga ham shuni ravo ko‘raman” tamoyili asosida muomala qilish xususiyati.

1. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. T.: Adolat, 2017.

2. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, Qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016-yil yakunlari va 2017-yil istiqbollari bag'ishlangan majlisidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining nutqi // Xalq so'zi. 2017. 16-yanvar. №11.

3. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. T.: O'zbekiston, 2016.

4. O'zbekiston Respublikasining Mehnat kodeksi: (2011-yil 1-iyulgacha bo'lgan o'zgartish va qo'shimchalar bilan) Rasmiy nashr. O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi. T.: Adolat, 2011. 276 b.

5. Abdusaidov A. Jurnalistning tildan foydalanish mahorati: Monografiya. Samarqand, 2004.

6. Begmatov E., Boboyeva A., Asomiddinova I. Adabiy norma va nutq madaniyati. T.: Fan, 1983.

7. Джин Г. Скотт. Способы разрешения конфликтов. Киев: Внешторгиздат, 1991.

8. Jalilov X. Notiqlik san'ati. T., 1976.

9. Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. М.: Дело, 1998.

10. Ивин А.А. Риторика. Искусство убеждать. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002.

11. Иголкина И. Тайм менеджмент – сказка о найденном времени. М.: Тимесавер. www // Тиме-менеджмент.

12. Лебон Гюстав. Психология толп. М.: КСП, 1999.

13. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. М., 1990.

14. Марченко О.И. Риторика как норма гуманитарной культуры. М., 1994.

15. Панасюк А.Ю. А что у него в подсознании. М., 1996.

16. Rahmatullaev Sh. Nutqimiz ko'rk'i. T., 1970.

17. Саъдуллаев С.Д. Язык и стиль средств массовой информации. Т., 2002.

18. Siddiq Mo'min. So'zlashish san'ati. Farg'ona, 1997.

19. Сопер Пол Л. Основы искусства речи. М., 1992.

20. Спиноза Б. Этика. СПб., 1993.

21. Tojiev E., Xasanova N., Saidova R., Yo'ldosheva O. O'zbek nutq madaniyati va uslubiyat asoslari amaliyoti. T., 1994.

22. Toshaliyev I., Abdusattorov R., Maxmudova S. Ommaviy axborot vositalarining tili va uslubi: Jurnalistika ta'limi uchun ma'ruzalar matni. T.: Universitet, 2000.

23. Xalikova M.I., Tashmuxamedova L.I. Gazeta sarlavhalari uslubiyati: O'quv qo'llanma. T.: Iste'dod, 2009. 59 b.
24. Shomaqsudova S.X. Notiqlik san'ati sirlari //O'zbekiston matbuoti. T., 2013. № 4. 48-49 bb.
25. O'rinboev B., Soliev A. Notiqlik mahorati. T., 1984.
26. Qudratov.T. Nutq madaniyati asoslari. T.: O'qituvchi, 1993.
27. Qo'ng'urov R., Begmatov E., Tojiev E. Nutq madaniyati va uslubiyati asoslari. T., 1992.
28. Элконкин Д.В. Психология игры. М., 1997.
29. Media and Communication. New and Key Titles 2013. // www.routledge.com/media.
30. Thomas George, Surjit Singh. Human Resource Development in Organisations. Malayziya, Kuala Lumpur, 2000.
31. Thomas George. Creating High Performance Teams. ыMalayziya, Kuala Lumpur: INTAN, 2005.
32. Ian Hutchby. Media Talk (Conversation Analysis and the Study of Broadcasting). New York, 2006. Page 19.

SO‘ZBOSHI	3
I BOB. MATNIY AXBOROT YARATISH SAN’ATI	
KIRISH. YANGI ZAMON MATNI HAQIDA TUSHUNCHA	5
SO‘Z USTIDA ISHLASH	18
SARLAVHA: TURLARI, VAZIFALARI	31
SARLAVHA TANLASH MAHORATI	46
OAVDA YOZMA MATN	62
AMALIY MASHG‘ULOTLAR UCHUN MATERIALLAR	79
II BOB. MEDIAMATNLARNING XUSUSIYATLARI	
MEDIAMATNLARNING JANRIY-USLUBIY XUSUSIYATLARI	86
MAQOLA IDINI YOZISH	101
MEDIAMATNLAR TUZILMASI	109
MAQOLA QANDAY YOZILADI?	127
YANGILIK RELIZLARNI YOZISH	141
SHOV-SHUV (SENSATSIYA)LI MATERIALNI YOZISH	154
AMALIY MASHG‘ULOTLAR UCHUN MATERIALLAR	165
FANINI O‘QITISHDA QO‘LLANILADIGAN INNOVATSION PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALAR VA METODLAR	170
GLOSSARIY	175
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR	178

SHOMAKSUDOVA SAODAT XIDOYATOVNA,

ISRAIL MUKADDAS IRGASHEVNA

OAV DA YOZMA MATN NUTQ VA MUNOZARA

Muharrir
Badiiy muharrir
Kompyuterda sahifalovchi

Sh. Bazarova
Sh. Adilov
Z. Ulug'bekova

Nashr lits. AI¹ 305. Bosishga ruxsat etildi 18.12.2018.
Qog'oz bichimi 60x84 1/16. Shartli bosma tabog'i, 10,4.
Hisob-nashr tabog'i 10,7. Adadi 300.
15-buyurtma.

«IQTISOD-MOLIYA» nashriyotida tayyorlandi.
100000, Toshkent, Amir Temur ko'chasi, 60^a.

“MEHRIDARYO” MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
100128, Toshkent, Labzak ko'chasi, 13.

ISBN 978-9943-13-747-9



9 789943 137479