

ТАҲЛИЛИЙ ЖАНРДАГИ МЕДИАМАТНЛАР ТАЪСИРЧАНЛИГИНИ ОШИРИШДА БАРҚАРОР БИРИКМАЛАРНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИ (Ўзбекистон ва Испания ОАВ мисолида)

Махфуза Равшановна АРТИКОВА

Ўқитувчи

Маданиятлараро коммуникациянинг лингвистик таъминоти кафедраси

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети

Тошкент, Ўзбекистон

РОЛЬ И МЕСТО УСТОЙЧИВЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ В ПОВЫШЕНИИ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ МЕДИАТЕКСТОВ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЖАНРА (на примере узбекских и испанских СМИ)

Махфуза Равшановна АРТИКОВА

Преподаватель

Кафедра лингвистического обеспечения межкультурной коммуникации

Узбекский государственный университет мировых языков

Ташкент, Узбекистан

THE ROLE AND PLACE OF STABLE WORD COMBINATION IN INCREASING THE EXPRESSIVENESS OF MEDIA TEXTS OF THE ANALYTICAL GENRE (Using the example of Uzbek and Spanish media)

Makhfuz Ravshanovna ARTIKOVA

Teacher

Department of Linguistic Support of Intercultural Communication

Uzbekistan State World Languages University

Tashkent, Uzbekistan martikova@gmail.com

UDC (УЎК, УДК): 811. 512.133'276: 134.2

For citation (иктибос келтириш учун, для цитирования):

Артикова М.Р. Таҳлилий жанрдаги медиаматнлар таъсирчанлигини оширишда барқарор бирикмаларнинг ўрни ва роли (Ўзбекистон ва Испания ОАВ мисолида) // Ўзбекистонда хорижий тиллар. — 2021. — № 6 (41). — Б. 47-59.

<https://doi.org/10.36078/1643275554>

Received: October 08, 2021

Accepted: December 17, 2021

Published: December 20, 2021

Copyright © 2021 by author(s).

Аннотация. Замодавий масс медианинг кескин суръатларда ривожланиши билан оммавий ахборот воситалари нафақат хабар алмашиш воситаси, балки кишилар онгига таъсир ўтказиш куралига ҳам айланди. Айнан шу сабабдан мамлакатимиз ҳамда дунё олимлари томонидан масс медиа, унинг манипуляцион вазифаси, лингвистик ва экстралингвистик омиллар ёрдамида омма онгига таъсир ўтказиш хусусиятларининг ўрганилиши долзарб аҳамият касб этмоқда. Ушбу мақолада Ўзбекистон ва Испания оммавий ахборот воситаларига хос бўлган жанрлар гуруҳининг ўхшаш ҳамда фарқли жиҳатлари, масс медиа жанрлари тилининг ўзига хос хусусиятлари, жумладан, таҳлилий жанрдаги медиаматнларда экспрессивликни оширувчи воситаларнинг аҳамияти ҳар икки мамлакат оммавий ахборот воситаларидан олинган мисоллар ёрдамида таҳлил қилинган. Медиаматнлар тилининг таъсирчанлигига эришиш мақсадида журналистлар томонидан бир қатор лингвистик воситалар қўллаб келинади. Бироқ мазкур воситалар орасида энг кўп қўлланилиши ҳамда таъсир доирасининг кенглиги сабаб барқарор бирикмалар, жумладан, ибора, мақол ҳамда матал етакчилик қилади. Ўзбек ҳамда испан медиаматнларини кузатиш натижасида журналистлар томонидан қўлланилган барқарор бирикмалар ҳар икки миллатнинг сиёсий қарашлари,

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

ижтимоий турмуш тарзи, маданий, тарихий билимлари, урф-одат ва анъаналарини намоён этиши маълум бўлди.

Калит сўзлар: масс медиа; медиатекст; оммавий ахборот воситалари жанри; ибора; мақол; матал; Ўзбекистон ва Испания журналистикаси.

Аннотация. С развитием современных массмедиа средства массовой информации стали не только средством обмена информацией, но и средством воздействия на людей. Именно по этой причине приобретает актуальное значение изучение особенностей массмедиа, его манипулятивной функции, влияния на общественное сознание с помощью лингвистических и экстралингвистических факторов. В данной статье были проанализированы сходства и различия жанровой группы, характерные для средств массовой информации Узбекистана и Испании, особенности языка жанров массмедиа, в том числе значение средств, повышающих экспрессивность в аналитических жанровых медиа на примере средств массовой информации обеих стран. С целью достижения выразительности языка медиатекстов журналистами используется ряд языковых средств. Однако среди этих средств наибольшее распространение и широту действия имеют устойчивые сочетания, в том числе фразеологические единицы, пословицы и поговорки. В результате наблюдения за узбекскими и испанскими медиатекстами выяснилось, что устойчивые сочетания, используемые журналистами, отражают политические взгляды, социальный образ жизни, культурные, исторические знания, обычаи и традиции обеих наций.

Ключевые слова: массмедиа; медиатекст; жанры средств массовой информации; фразеологические единицы; пословицы; поговорки; журналистика Узбекистана и Испании.

Abstract. With the rapid development of modern mass media, the mass media have become not only a means of exchanging messages, but also a weapon of influence on people. It is for this reason that the study of the features of the mass media, its manipulative function, and its influence on public consciousness with the help of linguistic and extralinguistic factors is of urgent importance by domestic and world scientists. This article analyzes the similarities and differences of the genre group characteristic of the mass media of Uzbekistan and Spain, the peculiarities of the language of the genres of mass media, including the importance of means that increase expressiveness in analytical genre media, using the example of the mass media of both countries. In order to achieve the expressiveness of the language of media texts, journalists support a number of language tools. However, among these means, stable combinations, including phraseological units, proverbs and sayings, have the greatest distribution and breadth of action. As a result of observation of Uzbek and Spanish media texts, it turned out that the stable combinations used by journalists reflect political views, social lifestyle, cultural, historical knowledge, customs and traditions of both nations.

Keywords: mass media; media text; genres of mass media; phraseological units; proverbs; sayings; journalism of Uzbekistan and Spain.

Кириш. Интернет асри бутун жаҳон оммавий ахборот воситалари (ОАВ)да туб бурилиш ясади. Бу каби ўзгаришлар ундаги жанрлар қоришуви, тил воситаларининг ўзаро таъсирлашуви,

ахборот узатиш услубининг тамомила янгича тус олганида кўриниб бормоқда. Айнан шу сабабли ҳам замонавий тилшуносликда ОАВ тилини ўрганиш, ундаги янги тамойиллар, янгича ёндашув, омма онгига таъсир ўтказиш услубларини турли аспектларда тадқиқ этиш тобора кенг тус олмоқда. Зеро, тилни инсон омили билан боғлиқликда ўрганиш турли халқлар тилларининг миллий-маданий хусусиятларини кўрсатиб беришга хизмат қилади. Тил ташувчиларига хос бўлган миллий-маданий хусусиятлар эса ОАВнинг кишилар онгига таъсири натижасида ўзгаришга юз тутиб бориши тайин.

Дарҳақиқат, Г. Бакиева ҳамда Д. Тешабаева таъкидлаганидек, бугунги кунда оммавий коммуникацияни турли тил воситаларининг ўзаро таъсирлашишига имкон берувчи ўзига хос полигонга айланган (1, 12).

А. Мирзажонов XX аср охири — XXI аср бошларида коммуникацияда содир бўлган ўзгаришлар бугунги масс-медиадаги медиаматн тушунчасининг фаоллашувига катта таъсир ўтказган, деб ҳисоблайди. Унинг фикрича, “медиаматн” атамаси ўзида параллел, ўзаро алмашинувчи ёки кесишувчи феноменлар, яъни оммавий коммуникатив матн, журналистик матн, публицистик матн, газета матни, телематн, реклама матни, PR-матн ҳамда интернет матнларини бирлаштиради (4, 97).

Шу маънода замонавий интернет журналистикасида нафақат медиаматнларнинг турфа хиллиги, балки ахборот яратиш жанрларининг хилма-хиллиги ҳамда қоришувини кузатиш одатий ҳолга айланиб улгурди.

Хўш, аслида ОАВ жанри деганда нимани тушунамиз? Маҳаллий ҳамда хорижий ОАВда ахборий материаллар қайси жанрларда ёзилмоқда? Медиаматнларнинг таъсирчанлигини оширишда қандай лисоний бирликлардан фойдаланилмоқда?

Журналистикага оид луғатда жанрга куйидагича таъриф берилади: “ОАВ матнларининг умумлаштирилган ва типиклаштирилган, воқеликнинг акс эттиришнинг бадий ва публицистик шаклига жанр дейилади. Бу тушунча воқеликни билиш усуллари, уни акс этиши ва ижтимоий амалиётга таъсир ўтказишига кўра фарқланувчи асарларнинг мазмун ва шаклининг умумий хусусиятлари йиғиндисини англатади” (10, 97).

Асосий қисм. Ўзбекистон ва Испания журналистикасида ОАВ жанрларининг таснифланиши ўзаро фарқланади.

Жумладан, ўзбек ОАВда жанрлар гуруҳи ёзилишига кўра қатъий мезонлар асносида ажратилган бўлиб, улар ахборий, таҳлилий ҳамда бадий-публицистик жанрларни ташкил этади.

Испан ОАВда жанрлар ахборотда журналист аралашуви даражасига кўра ажратилади. Яъни, *Género Informativo* (ахборий) – муаллиф ўз шахсий фикрини билдирмаган матнлар, *Opinión* (фикр) — муаллифнинг фикри ва ҳодисага муносабати бош планга чиққан матнлар ҳамда *Informativo y Opinión* (ахборий ва фикр) — муаллиф ахборотга таянган ҳолда ўз фикр-мулоҳазалари, қарашларини ҳам билдириб ўтган матнларга ажралади (11).

Глобаллашган дунёда бугунги кунда янгиликлар соҳаси тезлик билан ривожланиб бормоқда. Зеро, тезкор ахборот манбаи бўлган ахборий жанрлар оммани жуда қисқа муддатда куннинг муҳим воқеа-

ҳодисаларидан бохабар этиши билан ҳам жанрлар орасида етакчилик қилади.

Ўзбекистон ОАВда хабар, интервью, репортаж, ҳисобот ахборий жанрлар гуруҳига мансуб ҳисобланса, испан нашрларидаги ахборий жанрларга noticia (янгилик), reportaje objetivo (далилларга асосланган репортаж) ҳамда entrevista objetiva (далилларга асосланган интервью) киритилади. Бундан кўринадики, ўзбек ОАВда ёзилиш услубидан қатъи назар репортаж ахборий жанр ҳисобланади, аммо испан журналистлари томонидан тайёрланган репортаж мазмун жиҳатидан қисман ахборий жанрлар гуруҳига киритилади.

Ўрганилаётган воқеа-ҳодисани тўлақонли ва чуқурроқ ёритиш, далилларга асосланиш, воқеликнинг моҳиятини очиб беришга қаратилган таҳлилий жанрда ўзбек ва испан газета жанрларининг таснифланишида ҳам фарқ сезилади.

Жумладан, ўзбек журналистикасида таҳлилий жанрларга корреспонденция, мақола, шарҳ, тақриз киритилса, испанларда ахборий ва фикр жанри хусусиятларини жамлаган гуруҳ entrevista interpretativa (шарҳли интервью), reportaje interpretativo (шарҳли репортаж) ҳамда crónica (мақола)ни қамраб олади. Испания журналистикасида тақриз ОАВ жанри сифатида қабул қилинмаган.

Ўзбек олимлари бадий-публицистикада образлик, ўхшатиш, жонлантириш, бўрттириш, драматизмдан, сюжет ва композиция имкониятларидан ўринли ва унумли фойдаланилади, деб ҳисоблашади (3, 22).

Ўзбекистон публицистларининг юқоридаги мулоҳазаларидан кўришиб турибдики, очерк, фельетон, эссе, хат каби журналистик асарлар юқори ифодавийликка эга жанрлар сифатида қабул қилинган. Бу борада испаниялик мутахассислар учинчи жанрлар гуруҳига ўзбек ҳамкасбларидан фарқли муносабат билдиришади. Яъни ўзбек журналистикасида бадий-публицистик, деб номланган гуруҳ Испанияда “фикр” жанри деб аталади. Муаллифнинг шахсий фикри, муносабатига таяниб ёзилган материалларга editorial (тахририят билдиргиси), el artículo de opinión (фикрга асосланган мақола), comentario (изоҳ), columna (блог), crítica (танқид) ҳамда cartas al director (бош муҳаррирга хат) киритилган (11).

Демак, Испания ОАВ очерк, фельетон, эссе каби жанрдаги матнларни журналистик материал деб тан олмайди.

Журналистика жанрларига юқоридаги тасниф асосида ёндашилса, қисқа ахборотли жанрлар: хабар, лавҳа, интервью ва репортажлар матни микроматн, таҳлилий ва бадий-публицистик жанрларнинг аксарияти, жумладан, йирик мақолалар, шарҳ, туркум мақолалар, катта ҳажмли фельетон ва очерклар макроматнлардир. Микроматнларнинг нутқий имкониятлари макроматнларга нисбатан чегараланган бўлиб, ахборий жанрдаги медиаматнларга нисбатан таҳлилий (испан матбуотида — ахборий ва фикр) ҳамда бадий-публицистик (испан матбуотида — фикр) жанрларда оммага маълумот беришдан ташқари журналистнинг шахсий қараши, хулоса ва тақлифларини киритиш имконияти мавжуддир. Бу эса бевосита жанр тили билан алоқадорлик касб этади. Яъни мазкур жанр гуруҳлари тили ифодавий-таъсирчан воситаларга бой бўлади.

Д. Тешабаяевнинг фикрича, медиа матнларнинг ҳосил қилинишида бир қатор лисоний ва нолисоний омилларнинг ўрни муҳим. Масалан, нолисоний омиллар сирасига оммавийлик,

образлилик, экспрессивлик, эмоционаллик, баҳолаш, аниқлик, ихчамлик, услубий мутаносиблик, ҳаққонийлик ва тезкорлик каби хусусиятлар киради (5, 42). Юқорида санаб ўтилган омиллардан образлилик, экспрессивлик, эмоционаллик ҳамда баҳолаш таҳлилий жанрдаги медиаматнлар учун, айниқса, хосдир.

К.Юсупов оммавий ахборот воситалари тили адабий тилнинг ўзига хос кўриниши бўлиб, мустақил лингвистик ҳодиса эканлигини таъкидлайди. Унинг қайд этишича, газета тилида адабий тилга хос белгилардан ташқари, нейтраллик хусусияти ҳам бор ва у ўзининг грамматик ва услубий экспрессивлиги билан бошқа адабий нутқ услублардан ажралиб туради (6, 34). Олим томонидан кўрсатиб ўтилган нейтраллик хусусияти ахборий жанрларнинг асосий белгиси ҳисобланади.

Шу ўринда таъкидлаш лозимки, ахборий жанр тили ўзининг стандартликка асослангани, нейтрал лексик бирликлардан иборатлиги сабаб унда таъсирчанликни оширувчи тил воситаларига муружаат этиш ҳолатлари деярли учрамайди. Бадий-публицистик (испан матбуотида — фикр) жанрларнинг эса ҳар икки мамлакат журналистикасида турлича эканини инобатга олган ҳолда иккинчи гуруҳ жанрлари тилида матн таъсирчанлигини оширувчи воситалар иштироки ва ролини таҳлилга тортиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Медиаматнлар жамиятда кечаётган воқеа-ҳодисалар асосида яратилар, инсон онгига таъсир этишда алоҳида ўрин тутар экан, унинг ифодавийликни оширувчи воситалар билан бойитилиши матн муаллифининг ижодий муваффақияти, билимдонлигини кўрсатиб беради. Шу маънода ҳар икки мамлакат журналистлари медиаматн таъсирчанлигини ошириш мақсадида турли тил воситаларидан фойдаланишади. Бироқ ана шу тил воситалари орасида айнан барқарор бирикмалар халқ маданий онгидан чуқур ўрин эгаллагани билан самарали ҳисобланади.

Бу борада В.фон Хумбольдтнинг тил халқнинг маънавий ижоди, маънавий фаолият манбаи ва негизи эканлиги, маданият ва тил халқ руҳи билан озикланиши ҳақидаги фикрлари эътиборга моликдир: “Тилни муомала воситаси сифатида эмас, балки халқ туйғуси ва фикр билдириш воситаси сифатида кўриш ҳақиқий тилшуносларнинг вазифасидир...” (7, 215).

Испан тилшуноси Lázaro Carreter журналист оммага тушунарли тилда ёзиши, жимжимадорлик, баландпарвозликдан қочиши керак дейди: “Parece evidente que una comunicación que aspira a hacerse general, a ser accesible al mayor número posible de personas, debe tender a la neutralización de su idioma” (“Журналист зодагонларгина тушунадиган тилда матн тузмаслиги керак. Журналист матнининг муваффақияти унинг ахборот етказишда сиёсий ҳуқуқидан фойдаланиши, яъни ахборот ва фикр излаш, олиш ва тарқатишида кўринади” (муал.тарж) (8, 48).

Яна бир испаниялик олим Martinez Albertos журналист публицистик тилини нейтраллаштириш керак, деган ғояни илгари суради: “Parece evidente que una comunicación que aspira a hacerse general, a ser accesible al mayor número posible de personas, debe tender a la neutralización de su idioma” (“Кенг оммага мўлжалланган ахборот тилини нейтраллаштириш керак. Маълум бир қатлам тушунадиган оҳорли гаплардан қочган ҳолда

ОАВ тили оддий одамлар ҳам учун тушунадиган, қабул қилиниши осон бўлиши даркор” (муал.тарж) (9, 4).

Шу маънода халқ ҳаёти билан чамбарчас боғлиқ бўлган ОАВ матнлари ўзида ҳам лисоний, ҳам нолисоний (ахборий) манзарани намоён эттиради ва унда муайян мамлакат ёки маданиятга хос мавзулар жамулжам бўлади. Медиаматн қандай кўринишда ва шаклда бўлмасин, у жамият ҳаётининг барча соҳаларида содир бўлаётган ўзгаришлардан хабар беради, айти пайтда, ахборий матнда қўлланган, умумхалқ лексикасига кириб келаётган янги сўз ва ибораларни биринчи ёзма манба сифатида қайд этади.

Шунингдек, янги сўз ва иборалар билан бир қаторда медиаматнларда қўлланувчи барқарор бирикмаларнинг ўрни ва аҳамиятини қайд этмай иложимиз йўқ. Зеро, адресатга эстетик завқ беришда бу каби лингвокультуремаларнинг аҳамияти юқоридир.

Ўзбек олималаридан М.Исраил барқарор бирикмалар, жумладан ибораларга қуйидагича таъриф беради: “Иборалар ҳаётдаги воқеа-ҳодисаларни кузатиш, жамиятдаги мақбул ва номақбул ҳаракат-ҳолатларни баҳолаш, турмуш тажрибаларини умумлаштириш асосида халқ чиқарган хулосаларнинг ўзига хос образли ифодаларидир. Шунингдек, матбуот материалларида ўзгаришга учраган, қайта ишланган иборалар жуда кўп учрайди, журналист томонидан тасвирланаётган воқеа-ҳодиса мазмуни, қаҳрамонлар руҳияти, табиати ҳаёт тарзига мослаб, керак бўлса, ибораларни ўзгартирилиши ва қайта ишланишини, шу тарзда халқ иборалари сайқалланиб, янги маъно нозикликлари билан тўйиниб боришади (2, 47).

Халқнинг маданий, тарихий хотирасидан чуқур ўрин эгаллаган иборалардан таҳлилий жанрдаги ўзбек медиаматнларида кенг фойдаланилади. Жумладан, аксарият ҳолларда иборалар ўзгаришга учрамаган ҳолда матнга киритилса: “*Қува ИИБдаги оғзи шалоқ раҳбар*” (kun.uz); “...уч чўпонни уйига чорлади, қўй сўйиб **қон чиқарди**, бутун расм-русуми билан ўглига **оқ фотиҳа берди**”; “*Йигит отига қамчи босди. Орадан йиллар ўтди*” (Ўзбекистон адабиёти ва санъати, 11.02.2021), яна айрим ўринларда иборалардаги сўзлар ажратилган ва қайта ишланган ҳолда гап таркибига қўшиб юборилади: “...**калтак мактаб ва маҳалла бошида синадимми?**” (kun.uz). Юқоридаги мисолда “калтак синади” ибораси ажратилган ҳолда риторик сўрок билан бирга келиши кузатилади.

Ўзбек тилига хос бўлган “бош омон”, “боши осмонда”, “боши тошдан” каби иборалар халқнинг миллий менталитетидан далолат беради. Яъни диний қарашларга кўра инсоннинг боши Аллоҳ томонидан яратилган бўлиб, унга зарба бериш ёки шикаст етказиш гуноҳ саналади. Ўзбек маданий мероси ҳисобланган иборалар орасида “бош” сўзи ҳамда инсон танасининг бош қисми билан боғлиқ бўлган сўзларни қамраб олган барқарор бирикмаларнинг кўплиги ҳам айнан шундай қарашлар билан боғлиқдир ва бу медиаматнларда ҳам ўз аксини топади: “...у қайтиб келганида отанинг **боши осмонга етди**” (Ўзбекистон адабиёти ва санъати, 11.02.21); “*китобдан бош кўтармаган*” (Маърифат, 17.04.21); “*Оғзинга эҳтиёт бўл*”, *деб қулогим остида шивирлаётгандек...* (Даракчи, 27.03.21); “*Алгебрага меҳр қўйган бола гирромликни хушламайди, ҳақиқатга тик боқади*” (Маърифат, 17.04.21). Айрим муаллифлар ўз фикрини таъсирчанрок

етказиш мақсадида ибораларни кетма-кет ҳам қўллаши мумкин: “*Мен ўша кишига ачиндим, ахир у ҳам меҳр истаб киргандир, бир оғиз ширин сўзга муштоқ бўлиб суҳбатга бош суққандир шу даврага!*” (Хуррият, 22.09.21);

Барқарор бирикмалар миллат маданияти, тарихи, дунёқараши, стереотиплари ҳақида ўқувчи ёки тингловчига муайян ахборотни етказиши. Шу маънода ўзбек медиаматнларидаги ибораларда қаноатлилиқ: “*Сиз арзон қолиб, қимматга югурасиз, маошингизнинг баракасини учирманг...*” (Халқ сўзи, 02.08.21);

умидворлиқ: “*...орзусини ушалтириш учун...*” (Маърифат, 26.09.21);

бағрикенглиқ: “*...халқимиз бағрини кенг очиб кутиб олади ва...*” (Хуррият, 22.09.21);

кўнгилчанлиқ: “*Бирорта гапим дилини тирнаб юбормасмикин, деган ҳадик ҳар қадамда*” (Бекажон, 27.03.21);

одоб-ахлоқ: “*...лекин туғруқхонага оёқ босган эмас, ҳатто ўғли туғруқхонага қатнаётганини айтганда, уни жеркиб ташлади*” (Даракчи, 15.07.21);

ҳиссиётга берилувчанлиқ: “*...келини билан ўғлининг тортишаётгани устидан чиқди-ю, ҳафсаласи пир бўлганча жойида ўтириб қолди*” (Маърифат, 17.04.21) билан боғлиқ иборалар учрайди.

Шунингдек, фразеологик бирикларни журналистик матн муаллифи томонидан ўзгартирилиши ҳам таҳлилий жанрлар тилига хосдир: “*Тўғриланган ковуш ва очилмай сўлган гул фожияси*” (Хуррият, 29.07.21) — “ковушини тўғрилаб кўймоқ” ҳамда “ўн гулидан бир гули очилмай сўлмоқ” ибораларининг қисман қўлланилиши; “*Сабр косам, тўлмай тур...*” (“Сўғдиёна”, 7.07.21); “*...матбуот ходими қилни қирқ ёришни биладиган, манتيқий фикрлашга одатланган...*” (Хуррият, 21.04.21) — “қилни қирқ ёриб” иборасига қўшимча қўшиб ўзгартириш шулар жумласидандир.

Ўзбекистон ОАВдан фарқли равишда испан медиаматнларида барқарор бирикмалар, жумладан, иборалар камроқ учрайди ҳамда аксарият ҳолларда яхлитлигича гап таркибига киритилади.

Ахборий ва фикр жанридаги медиаматнларни кузатиш мобайнида испаниялик журналистлар томонидан тўғрилиқни тарғиб қилувчи: “*Intentamos arroparles y que no den muchas vueltas a la cabeza*”; “*...nos dio alas y se vio en la semifinal y luego en la final...*” (El mundo, 28.05.21);

иккиюзламуачилиқни қораловчи: “*Es el tipo de hombre que cree y cumple a ciegas lo que dicen el Gobierno... Es tan duro, tan tozudo*” (El mundo, 7.03.21) ёки “*...a eso se le solía llamar principios. Pero tú sigue ciega tu camino*” (El mundo, 13.03.21) иборалар кузатилади.

Юқоридаги мисолда келтирилган “*sigue ciega tu camino*” ибораси ирония бўлиб, бирор нарсага “кўр-кўрона эргашиш” маъносини англатади;

кинояли: “*La felicidad también nos rompe el corazón*” (ABC, 3.03.21), “*Willy Toledo da la «bienvenida» a Otegi con un «Gora ETTA»*” (ABC, 2.03.21);

кесатиқли: “*Guti vuelve a caer*” (ABC, 1.04.21); байрамона: “*España huele a Semana Santa*” (ABC 27.03.21);

келажакка ишонч туйғуси: “*Madrid abre paso al siglo XXI*” (ABC 27.03.21);

эркин фуқаролик жамиятининг белгиси: “*Que los jefes nos miren a los ojos*” (ABC, 31.07.21);

сиёсий ишора: “*Podemos intenta apagar el incendio con el PSOE*” (El mundo, 3.03.21);

хукуматни қораловчи: “*El Gobierno está jugando con fuego*” (ABC, 12.03.21) иборалар аниқланди. Юкоридаги матнда “*está jugando con fuego*” ибораси ёрдамида Испания хукуматининг “олов билан ўйнашаётгани” га ишора қилинади.

Испан ОАВда ибораларга ўзгартиш киритилиши ўзбек медиаматнларидан кўра камроқ бўлса-да, айрим ҳолларда учраб туради. Жумладан, “*No se ha mamado leche blanca del Bernabéu o Valdebebas*” (ABC, 29.02.21) гапида “*se ha mamado leche blanca*”, яъни “оқ сут эмган” (ўзбекча муқобили хом сут эмган) ибораси “оқ сут эммаган” тарзида ўзгартирилган.

Қуйидаги “*Aún no vemos la luz*” (El país, 8.05.21) — “Ёруғликни кўрмаяпмиз” иборасини қўллаш орқали журналист матн таъсир кучини оширган.

Коронавирус пандемиясига доир материалда эса “*No sobrevivimos*”, яъни “қутулмаяпмиз” сўзи ўрнида “ёруғ кунлар келмаяпти” маъносидаги иборани келтирган. *La primera ola fue una locura* (El país, 8.05.21). Қасалликнинг биринчи тўлкини ҳақида гап кетар экан, “қийин бўлди” феъли ўрнига қўлланган “*fue una locura*” — “жинни қилиб қўйди” маъносини англатмоқда.

Таҳлилий жанрдаги ўзбек медиаматнларида мақоллардан самарали фойдаланилиши аниқланди. Баъзи ўринларда “деган гап бор халқимизда” жумласи билан бирга мақоллар тўлиқ ҳолда келтирилса, айрим ўринларда уларнинг бир қисми тушириб қолдирилади ёки бошқа гапга алмаштирилади. Ҳар икки ҳолда ҳам халқ миллий маданияти белгиси ҳисобланган мақоллар тил ташувчилари томонидан тўлиқ тушунилади. Масалан, “*Кўрса кўргудай, суйса суйгудай*” (Ўзбекистон адабиёти ва санъати, 29.04.21); “*Кўрар кўзлар нури илмдандир!*” (“Сўғдиёна”, 28.03.21); “*Тил билмоқ — эл билмоқ*” (Хуррият, 16.11.21); “*Фарзанд азиз, одоби ундан азиз*” (Хуррият, 15.01.21); “*Элга хизмат — олий ҳиммат*” (Хуррият, 12.03.21); “*Меҳнатнинг таги роҳат*” (Хуррият, 26.03.21); “*Ҳаракатда баракат*” (Хуррият 9.04.21); “*Умр — оқар дарё*” (Хуррият 26.03.21) каби мақоллар тўлиқ ҳолда медиаматнга киритилган бўлса, “*Биров топиб гапирар...*” (Хуррият, 26.02.21) — тўлиқ ҳолда: “Биров топиб гапирар, биров қошиб”; “*Иситмаси ошкор қилди*” (Халқ сўзи, 12.03.21) — тўлиқ ҳолда: “Қасални яширсанг, иситмаси ошкор қилади”; “*Қинғир ишнинг қийиғи*” (Хуррият, 12.03.21) — тўлиқ ҳолда: Қинғир ишнинг қийиғи қирқ йилда ҳам чиқади”; “*Ойнинг ўн беши ёруғ*” (Халқ сўзи, 13.03.21) — тўлиқ ҳолда: “Ойнинг ўн беши ёруғ — ўн беши қоронғу” сингари барқарор бирликлар қисман матнга киритилган ҳисобланади, шундай бўлса-да, адресат томонидан ҳеч бир қийинчиликсиз тушунилади.

Ҳаттоки, айрим ҳолларда мақол таркибидан олинган биргина сўз барқарор бирикмага ишора қилади ҳамда тил ташувчиларининг маданий хотирасини уйғотади: “*Фарғонага отланаман. 47 ёшга кириб, ўз “қозигим”ни топдим*” (Даракчи, 11.08.21). Мазкур гапдаги “қозигим” сўзи “От айланиб, қозигини топади” мақолига ишорадир.

Ундан ташқари, ўзбек медиаматнларида мақолларга журналист аралашуви, яъни барқарор бирикмани ўзгартириш ҳолатлари учраб

туради: “**Карвон ўтар** — йўл қолар” (Хуррият 16.04.21) — “Ит хураар, карвон ўтар” мақоли; “**Вақт** — энг олий ҳакам” (Даракчи, 24.10.21) — “Вақт — олий ҳакам” мақолига “энг” ортгирма даражаси кўшилмоқда; “**Шудгордаги қўйруқ** ёхуд маънавий жиноят илдиэлари қаерда?” (Хуррият, 21.04.21) — “Бир балоси бўлмаса, шудгорда қўйруқ на қилур” мақолига ишора ва х.к.

Мақоллардан медиаматнда фойдаланишда муаллиф ўз нуқтаи назарининг тўғри эканини халқ оғзаки ижодига таянган ҳолда кўрсатишга уриниш ҳолатлари ҳам мавжуд бўлиб, бу ўринда “деганларидек”, “дейишади”, “халқимизда ... деган гап бор” каби изоҳлар кўшилади: “*Бу орада оиланинг эркатойи бўлган ўғил бир айланиб хонадоннинг “эркаги”га айланиб қолди-ю, уйда сўзини ўтказишга урина бошлади. Онасининг ҳайҳайлашига қарамай, отасининг эски машинасини ҳайдаб вақт-бевақт чиқиб кетадиган одат чиқарди. “Саёқ юрган таёқ ейди” деганларидек, ўзига ўхшаган такасалтанлар билан ошно тутинди* (Маърифат, 17.04.21); “**Табиб табиб эмас, бошига тушган табиб**”, дейишади. *Шу маънода фильмда...*” (Даракчи, 10.10.21); “**Илҳом Иброҳимов: “Дўстга зор, душманга хор, номардга муҳтож қилмагин**”, дейишади” (Даракчи, 11.08.21); “**Халқимизда “Эпли қиз — сепли қиз**”, деб бежиз айтмайди. *Шунинг учун ҳам...*” (Маърифат, 17.05.21); **Халқимиз “Устоз кўрмаган шогирд ҳар мақомга йўргалар**”, дея бежиз айтилмаган” (Ўзбекистон адабиёти ва санъати, 11.02.21); “**Халқимизда “Ёмоннинг тузга келгани — қизга келгани**”, деган гап бор. *Бу...*”; “**Ҳа, халқимизда “Мол чиққиси келса, эгаси сабабчи бўлади**” деган гап бор”; “**Халқимизда бундай кимсаларга қарата — “Тузини еб, тузлигига тупурганлар**”, дейди (Даракчи, 10.11.21); “...яъни “**Қариси бор уйнинг париси бор**”, деган гапда жуда катта...” (Халқ сўзи, 10.10.21); “**Халқимизда “Қари билгани пари билмас**”, деган гап бор. *Бугун тўқсондан ошиб...*” (Халқ сўзи, 26.11.21); “**Одамнинг боши — тақдирнинг тоши**”, деган гаплар ўшандан қолган...” (Халқ сўзи, 26.11.21); “**Бу ишга докторлик илмий даражасини берса бўлади, деган фикрлар ҳам билдирилди. Яхши ният — ярим давлат**” дейишади” (Маърифат, 17.04.21); “**Қовун қовундан ранг олади**” деганлари шу-да. *Наҳотки, ота-оналар фарзандининг ким билан дўст бўлганига аҳамият беришмаса?!*” (Маърифат, 17.04.13).

Қуйидаги мисолга эътибор қилинг: “**Бир дўстим “Ойнинг ўн беши ёруғ, ўн беши қоронғи**” деган гапни кўп айтади” (Бекажон, 27.03.21). Юқоридаги фикрини давом эттирар экан, муаллиф мақолга ўзгартиш киритади: “**Агар қўлимдан келганида ойнинг ўттизини ҳам ёруғ қилган бўлардим. Аммо...**” (Бекажон, 27.03.21).

Ахборий ва фикр жанрига мансуб ҳисобланган испан тилидаги медиаматнларда барқарор бирикмалардан ўзбек ОАВга нисбатан камроқ фойдаланилади. Шундай бўлса-да, матн таъсирчанлигини ошириш мақсадида мақолларни матн таркибига киритиш ва уни журналист ижодий ёндашуви орқали давом эттириш ҳолатлари кузатилади: (“...*se nota que están en un mar de dudas con muchas contradicciones*” (El país, 25.05.21) — турли қарама-қаршилиқлар натижаси ўлароқ “шубҳалар уммониға ғарқ бўлинаётгани”нинг айтиб ўтилгани билдирилмоқда.

Қолаверса, ахборий ва фикр жанрига хос бўлган испан тилидаги медиаматнларда кинояли мазмунга эга барқарор

бирикмаларнинг ҳам гап таркибида қўлланилганини кузатишимиз мумкин: “...*las culpables de que sufras un «amor a primera vista» y te sientas cautivado por un libro desde el principio*” (ABC, 12.01.21) — “бир қарашдаги муҳаббат” мазмунини берувчи мазкур бирикма аччиқ кинояни билдирса, “...*difundida por Espejo Público, el empresario pide «un millón de veces perdón» a las víctimas... Ésta es su lista negra*” (El mundo, 10.03.21) — “минг маротаба узр” ибораси кўчма маънода қўлланилади. “Қора саҳифа” ибораси ҳам салбий маъно-мазмун касб этади.

Испан медиаматнларида сиёсатдонлар, жумладан, сиёсий партиялар раҳбарларининг бир-бири ҳақида кинояли иборалар билан сўзлагани ҳам киритилади: “*Gobierno de izquierdas es “una falsa esperanza”, dice Sánchez*” (ABC, 1.03.21). Мазкур мисолда “una falsa esperanza” — “ёлғон умид бериш” ибораси қўлланилган бўлиб, унинг ўзбек тилидаги муқобили сифатида “кўнглини пуч ёнғоққа тўлдириш”ни олишимиз мумкин.

Ушбу гапда “disfrutar la vida”, яъни “хаётдан завқланиш” (ўзбек тилидаги муқобили: қандини уриш) ибораси “хаётдан фойдаланиш, завқланиш ва уни такомиллаштириш” тарзида ўзгартирилмоқда: “*Calleja llama a “exprimir, disfrutar y optimizar la vida” y a intentar tener una actitud siempre positiva...*” (El mundo, 5.03.21).

“... *como Iglesias ante Sánchez. A la nueva casta se le ve el plumero en el esmoquin. Tanto azúcar y tanta teatralidad no puede ser buena. ¡Que se besen!*” (ABC, 8.02.21). Келтирилган матнда “Tanto azúcar no puede ser buena”, яъни “Бунча шакар яхши бўлиши мумкин эмас” (ўзбекча муқобили: асалнинг ози ширин) мақолига “tanta teatralidad” — “бунча артистлик” сўзи қўшилган ҳамда муаллиф аралашуви сабаб барқарор бирикма ўзгаришга юз тутган.

Испан тилидаги медиаматнларда мақоллар тўлиқ, ўзгаришга юз тутмаган ҳолда ҳам учрайди: “...*pues la entidad tiene definida la filosofía de «no tener dos figuras para luchar por el mismo puesto»*” (ABC, 29.02.21) — “бир курси учун курашишга икки фигура бўлмаслиги керак” мазмунидаги мазкур мақолнинг ўзбек тилидаги муқобили “икки кўчқорнинг калласи бир қозонда қайнамас” тарзида берилади.

Сиёсий партиялар орасида кечган кураш ҳақидаги таҳлилий материалда муаллиф мақолдан таъсирчанликни ошириш мақсадида фойдаланилади.

Ўхшатишга бой мақол сифатида испан медиаматнидаги “...*y en su denuncia “no ha dejado títere con cabeza”, ha añadido Blanco*” (El mundo, 10.03.21) мақолини олишимиз мумкин. Сервантеснинг “Дон Кихот” асарида қўлланилган юқоридаги машҳур барқарор бирикма, яъни “no dejar títere con cabeza” — кўғирчоқни бошли қилиб қолдирмаслик керак (ўзбек тилидаги муқобили: ит қутирса, эгасини қопади) халққа яқинлиги, ОАВ тилида тақрор қўлланилиши билан миллий характер касб этади.

Қуйидаги мисолда ҳам испан мақоли медиаматнда тўлиқлигича, ўзгаришларсиз ўз аксини топган: “... *a toda huerta al aire libre. Dicho con otro refrán, “Agua y nieve excesiva, no dejan criatura viva”*” (“El país”, 5.02.21). “Сув ва қорнинг ортиги ҳеч бир жонни тирик қўймас” мақолини қўллаш орқали журналист вазиятга баҳо бермоқда.

Испаниялик мутахассислар томонидан ёзилган медиаматнларда қуйидаги хусусиятларни акс эттирувчи мақолларнинг қўлланилгани маълум бўлди:

яхшиликка ишонч: *“La fe mueve montañas pero a más de uno le hubiera gustado que hubiera movido nubarrones”* (El mundo, 11.03.21) — сўзма-сўз: “ишонч тоғларни ҳаракатга келтиради” (ўзбек тилидаги муқобили: яхши ният — ярим давлат);

миллий характер чизгилари, жумладан, қувноқлик: *“Al mal tiempo buena cara y mejor estilo. Es lo que piensan las vips...”* (El mundo, 12.01.21) — сўзма-сўз: “ёмон кунда яхши юз билан” (ўзбек тилидаги муқобили: кўнгли очикнинг — йўли очик”);

очкўзликдан қайтариш: *“López... o el que mucho abarca poco aprieta”* (El mundo, 14.02.21) — сўзма-сўз: “кимки кўп нарса камраб олса, у шунчалик кам билади” (ўзбек тилидаги муқобили: устоз кўрмаган шогирд ҳар мақомга йўрғалар);

одоб сақлашга чақирик: *“¿Qué hay del refrán que dice que los secretos en reunión son una falta de educación?”* (El país, 17.01.21) — сўзма-сўз: “мажлисда сирини айтиш тарбиянинг йўқлигидан далолат” (ўзбек тилидаги муқобили: беданнинг уйи йўқ, қайга борса питпилдиқ”.

Ўзбекистон ОАВда барқарор бирикмаларнинг бирданига бир неча турлари гапда эргашиб келиш ҳолати кузатилади. Жумладан, *“Ҳаш-наш дегунча* (ибора) *куз ҳам келди. Яна кўз очиб юмгунча* (ибора), *қиш ҳам кириб келади. Қадимгилар “Ёзда ёпинчигинни кўйма, қишда ўзинг биласан”* (мақол), *деб бежиз айтилмаган. Хўш, юртимизда...*” (Даракчи, 17.09.21); *“... ҳам яхши сўзнинг қадрига етмайди* (ибора), *фаҳмига етиб, ундан лаззат топмайди. Нозик кўнгилли, сўздаги маъноларни қилни қирқ ёргандай* (матал) *фарқлайдиган одамнинг суҳбати...*” (Халқ сўзи, 30.01.21) каби.

Бу эса ўзбек медиаматнларида ифодавийлик барқарор бирикмалар ёрдамида доимий бойиб боришини кўрсатади.

Испания ОАВда барқарор бирикмаларнинг кетма-кет қўлланилиш ҳолати кузатилмайди. Яъни журналистик материалда бир ёки иккитадан ортиқ ибора, мақоллар қўлланилмайди.

Маталлар ҳар ўзбек тилидаги медиаматнларда маънони кучайтиришга хизмат қиладиган муҳим барқарор бирикма ҳисобланади. Жумладан, ўзбек тилидаги медиаматнларда қуйидаги мазмундаги маталлар қўлланилади:

мардлик: *“...ҳар йигитларки, тоғни толқон қиладиган, илмга чанқоқ, элим-юртим деб ёнадиган шижоатли авлод кўз ўнгимизда вояга етди”* (Халқ сўзи, 16.10.21);

тарбиянинг бош мезон экани: *“Афсуски, биз ҳадеганда бунга эътибор қилавермаймиз. Тўқликка шўхлик қиладиганлар ҳам йўқ эмас орамизда”* (Халқ сўзи, 26.11.21);

киноя: *“...бу сурув олдидан суратга олсам, осмон узилиб тушадими?”* (Даракчи, 14.10.21);

шукроналик ҳисси: *“Начора, “Оч қорним, тинч қулогим”, деб юраверсанг, устингдаги кийимингга ҳам солиқ солишади* (Хуррият”, 10.03.21).

Испан тилшунослигида барқарор бирикмалар фразеологик бирликлар ҳамда мақолларга ажратилган бўлиб, маталлар алоҳида тил бирлиги сифатида кўриб чиқилмаган.

Ўзбек медиаматнларида ҳикматли сўзлар ҳам “деган гап бор”, “дейилади” каби сўзлар ёрдамида қўлланиб келинади. Мазкур турдаги сўзлар ҳатто тўлиқ ҳолда ёзилмаса ҳам ўқувчи ёки тингловчи томонидан тушунилади. Айнан шу сабабли ҳам миллий-маданий

қимматга эга ҳисобланади. Масалан: “... *Халқимизда “Меҳмон ўз оёғи билан келади, аммо мезбоннинг рухсати билан кетади”*, деган гап бор...” (Ўзбекистон адабиёти ва санъати, 11.02.21); “*Сен дўстингнинг қимлигини айт, мен сенга қимлигингни айтман*”, деб бежиз айтилмаган, ахир” (Маърифат, 17.04.21). Мазкур тенденция испан матбуотида кузатилмайди.

Хулоса сифатида айтиш керакки, ўзбек ва испан медиаматнларидаги нутқий ифодалар жамиятнинг деярли барча соҳаларида акс этадиган ҳодиса ҳисобланади. Сиёсий, иқтисодий, ижтимоий, маданий ва бошқа соҳалардаги хабарларни ОАВ томонидан етказилишида журналистнинг лисоний маҳорати муҳим. Зеро, публицистик услубда матннинг стандарт ва экспрессивлиги конструктив тамойил ҳисобланади. Экспрессия — бу медиаматннинг белгиланган элементи бўлиб, муаллиф ёндашуви ва баҳосини билдиради. Ҳар икки мамлакатга хос бўлган медиаматнлар тилидаги тахлилий материаллар коммуникатив вазифа бажаришга йўналтирилган бўлиб, ундаги тил фаолияти доимий равишда янги лексик воситалар билан бойиб туради. Бу воситаларда жаҳондаги сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ўзгаришлар, инсоннинг дунё ҳақидаги тасаввурларининг ўзгариши ва тил ривожланиши йўналишлари акс этади. Шундай экан, ўзбек ва испан медиаматнларидаги барқарор бирикмалар қўлланилиш мақсади ҳамда мазмунига кўра фарқланади. Гарчи медиаматнларда барқарор бирикмалардан фойдаланиш борасида ўзбек ва испан журналистлари бир-биридан қолишмаса-да, ҳар икки давлатнинг ОАВдаги ибора ҳамда мақоллар қўлланиш ўрни ҳамда мазмунига кўра фарқланади. Яъни ўзбекистонлик ижодкорлар ижобий бўёққа эга барқарор бирикмаларни кўпроқ танласа, испанлар кинояли мақол ва ибораларга мурожаат этишади. Барқарор бирикмалар ҳар икки мамлакат газеталари матнида деярли бир хил мақсадда, яъни адресат эътиборини муаммога қаратиш учун қўлланилади ҳамда кишилар маданий хотирасидан муқим ўрин эгаллагани билан етарлича таъсирга эга бўлади. Қайд этиш лозимки, ўзбек маданияти, менталитети, тарихий анъаналари таъсирида медиаматнлардаги барқарор бирикмалар шукроналикка чақирув, миллий анъаналарга содиқлик, тарбиялилик каби хислатларни сингдиришга қаратилади. Испан ОАВдаги мазкур тил бирликлари яхшиликка ишонч, очқўзликдан қайтариш ғоялари, ҳаётдан завқ олиб яшаш каби миллий характер чизгиларини бош планга олиб чиқади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Бакиева Г., Тешабаева Д. Медиамаконда матн. — Тошкент: Турон-Иқбол, 2019. — 208 б.
2. Израил М. “Жаҳон адабиёти” журнали ва “Китоб дунёси” газетасида чоп этилган таржима асарларда бадиий-тасвирий воситаларнинг қўлланилиши // Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари. — Тошкент, 2019. — Б. 47–50.
3. Косимова Н., Тошпўлатова Н., Шофайзиева Н., Муратова Н. Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. — Тошкент, 2008. — 77 б.
4. Мирзажонов А. Современное понимание медиатекста в условиях конвергенции СМИ // Global science and innovations 2020: Central Asia. — Нур-Султан, 2020. — Б. 96–100.
5. Тешабаева Д. Оммавий ахборот воситалари тилининг нутқ маданияти аспектида тадқиқи (Ўзбекистон Республикаси ОАВ мисолида): Филол.фан.д-ри. дисс. — Тошкент, 2012. — 330 б.

6. Юсупов К. Ўзбек адабий тилининг лексик-семантик ва стилистик хусусиятлари. —Тошкент, 1986. — 123 б.
7. Хумбольдт В. Фон. Характер языка и характер народа // Язык и философия культуры. — М.: Прогресс, 1985. — С. 370–382.
8. Lazaro Carreter, F.: “El idioma del periodismo, ¿Lengua especial?”, en Asterisco Cultural, Publicación de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. — Madrid, 1990. №2. — P. 9–32.
9. Martinez Albertos, J. L., El lenguaje periodístico. — Madrid: Paraninfo, 1989. — 447 p.
10. Журналистика, реклама, публік рилейшнз луғати. — Тошкент: Зар-калам, 2003. — 400 б.
11. <https://escuelainenka.com/como-clasificar-generos-periodisticos/>

References

1. Bakieva G., Teshabaeva D. *Mediamakonda matn* (Text in the Media Space), Tashkent: Turon-Ikbol, 2019, 208 p.
2. Israil M. *Ommavii akhborot vositalarida til, uslub va tahrir masalalari* (Language, Style and Wording Issues in Mass Media), Tashkent, 2019, pp. 47–50.
3. Kosimova N., Toshpulatova N., Shofaizieva N., Muratova N. *Bosma OAV tahririyatlari uchun ukuv kullanna* (A Learning Guide To Print Media Editors), Tashkent, 2008, 77 p.
4. Mirzazhonov A. *Global science and innovations 2020: Central Asia*, Nur-Sultan, 2020, pp. 96-100.
5. Teshabaeva D. *Ommavii akhborot vositalari tilining nutk madaniyati aspektida tadkiki (Uzbekiston Respublikasi OAV misolida)* (Research of the Language of Mass Media in the Aspect of Speech Culture (on the example of media of the Republic of Uzbekistan)): Doctor’s thesis, Tashkent, 2012, 330 p.
6. Yusupov K. *Uzbek adabii tilining leksik-semantik va stilistik xususiyatlari* (Lexical-semantic and stylistic features of the Uzbek literary language), Tashkent, 1986, 123 p.
7. Хумбольдт В. Фон. *Yazyk i filosofiya kul'tury* (Language and Philosophy of Culture), Moscow: Progress, 1985, pp. 370-382.
8. Lazaro Carreter, F. *En Asterisco Cultural, Publicación de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez*, Madrid, 1990, No.2, R. 9-32.
9. Martinez Albertos J. L., *El lenguaje periodístico*, Madrid: Paraninfo, 1989, 447 p.
10. Zhurnalistika, reklama, pablik rileyshnz lugati (Journalism, Advertising, Public Relations Dictionary), Tashkent: Zar-kalam, 2003, 400 p.
11. <https://escuelainenka.com/como-clasificar-generos-periodisticos/>