O‘ZBEK PUBLITSISTIKASIDA SOTSIOLINGVISTIK VARIANTLILIK: NAZARIYA VA AMALIYOT

Navoiy davlat pedagogika universiteti
Tillar fakulteti O‘zbek tili va adabiyoti
yo‘nalishi I bosqich magistranti
Tursuntosheva Gulruh Muroddinovna

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada publitsistik matnlarni sotsiolingvistik mezonlar asosida tahlil qilishning nazariy hamda amaliy jihatlari yoritiladi. Tadqiqotda publitsistikaning ijtimoiy-kommunikativ tabiatidan kelib chiqqan holda matn tahlilida qo‘llaniladigan asosiy sotsiolingvistik mezonlar — ijtimoiy kontekst, nutq vaziyati, kommunikativ maqsad, adresat omili va lingvistik variantlilik — tizimli ravishda o‘rganiladi. O‘zbek publitsistikasidan olingan namunalar asosida ushbu mezonlarning amaliy qo‘llanilishi ko‘rsatiladi. Tadqiqot natijalari publitsistikaning tilshunoslik tahlilida sotsiolingvistik yondashuvning metodologik ahamiyatini tasdiqlaydi.

Kalit so‘zlar: sotsiolingvistika, publitsistika, matn tahlili, nutq vaziyati, ijtimoiy kontekst, kommunikativ maqsad, adresat omili, lingvistik variantlilik.

ABSTRACT

This article examines the theoretical and practical aspects of analyzing journalistic texts based on sociolinguistic criteria. The study systematically investigates the main sociolinguistic criteria used in text analysis — social context, speech situation, communicative purpose, addressee factor, and linguistic variability — based on the socio-communicative nature of publicism. The practical application of these criteria is demonstrated through examples from Uzbek publicism. The research results confirm the methodological significance of the sociolinguistic approach in the linguistic analysis of publicism.

Keywords: sociolinguistics, publicism, text analysis, speech situation, social context, communicative purpose, addressee factor, linguistic variability.

1. KIRISH

Bugungi kunda tilshunoslikda matn tahlilining ko‘plab metodologik yondashuvlari ishlab chiqilmoqda. Ushbu yondashuvlar orasida sotsiolingvistik tahlil alohida o‘rin egallaydi, chunki til hodisalarini ijtimoiy muhitdan ajratgan holda to‘liq va har tomonlama o‘rganib bo‘lmaydi. Publitsistika ham asl mohiyatiga ko‘ra ijtimoiy hayot bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, undagi til hodisalarini sotsiolingvistik mezonlar asosida o‘rganish alohida ahamiyat kasb etadi.

Publitsistik matn — ijtimoiy-siyosiy, madaniy va iqtisodiy mavzularda keng ommaga mo‘ljallangan, ta’sir etish va ma’lumot berish vazifalarini uyg‘unlashtirgan maxsus nutq shaklidir.1

Bunday matnlarda til vositalarining tanlanishi har tomonlama ijtimoiy omillar — auditoriya tarkibi, nashr turi, siyosiy vaziyat, muallifning ijtimoiy maqomi — bilan belgilanadi. Shu sababli publitsistik matnlarni chuqur anglash uchun ularning tashqi — ijtimoiy — muhitini hisobga olish zarur.

O‘zbek tilshunosligida publitsistik matn lingvistikasi sohasida ma’lum tadqiqotlar amalga oshirilgan bo‘lsa-da2, sotsiolingvistik mezonlar borasida hali yetarlicha tadqiqotlar olib borilmagan. Ushbu maqolada xuddi shu kabi masalalar yuzasidan qisman bo‘lsa-da, fikr bildirish maqsad qilib qo‘yilgan.

Tadqiqotning maqsadi — publitsistik matnlar tahlilida sotsiolingvistik mezonlarning nazariy asoslarini belgilash va ularning amaliy qo‘llanilish imkoniyatlarini aniqlash.

Tadqiqotning vazifalari:

– publitsistik matnning sotsiolingvistik tabiatini yoritish;

---

1 Qodirov P. Publitsistik nutqning lingvistik xususiyatlari. — Toshkent: Fan, 2018. — 184 b.

2 Xolmatova M. Mustaqillik davri matbuoti tilining leksik-semantik xususiyatlari. — Toshkent, 2005. — B. 5–7.

– matn tahlilida qo‘llaniladigan asosiy sotsiolingvistik mezonlarni tizimlashtirish;

– ushbu mezonlarning o‘zbek publitsistikasidagi amaliy ko‘rinishlarini tahlil qilish.

2. NAZARIY ASOS: SOTSIOLINGVISTIKA VA MATN TAHLILI

2.1. Sotsiolingvistik yondashuvning mohiyati

Sotsiolingvistika — qamrovi katta va umumnazariy xarakterli masalalarni o‘rganadigan, ijtimoiy omillarning yaxlit tilga ta’sirini tadqiq qiladigan sohadir. U til siyosati, tillar vaziyati, tillararo munosabat va standart tillarning ijtimoiy vazifasini belgilaydi3. Shu jihatdan ham sotsiolingvistika matnlarni tahlil qilish jarayonlarida yanada faol qo‘llanilmoqda. Negaki har qanday matn ma’lum bir ijtimoiy kontekstda yaratiladi va tushuniladi.

B. Bernshteyn tomonidan ishlab chiqilgan “cheklangan kod” va “elaboratsiyalangan kod” nazariyasi sotsiolingvistik tahlilning matn lingvistikasidagi muhim metodologik asoslaridan biri hisoblanadi4. Bu shuni anglatadiki, jamiyatdagi turli xil sotsiologik guruhlar o‘zlarigagina xos bo‘lgan kodlarni qo‘llaydi. O‘z-o‘zidan, bu holat matnning tuzilishi va ifoda usulida yaqqol ko‘rinadi. Buni quyidagi kichik post orqali tahlil qilamiz: “*Iste’mol qilmanglar shu zormandani, umringizni yeydi, qaytinglar bu yo‘ldan…*” (Xushnudbek – o‘ta shaxsiy. 2026-yil 1-iyun) Demak, yuqoridagi matnda qo‘llangan *zormanda, umringizni yeydi* kabi birliklar cheklangan kodga xos hisoblanadi. Publitsistik matnlarda esa bu holat elaboratsiyalangan kod — to‘liq, tushuntiruvchi, turli ijtimoiy guruhlarga tushunarli ifoda usuli — ustun keladi. Misol uchun, “*10-iyun kuni TIVda Shvetsiya delegatsiyasi bilan muzokaralar bo‘lib o‘tarkan, migratsiya*

---

3 Dadaboyev H., Usmanova Sh. Xorijiy sotsiolingvistika. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: Universitet, 2014. – 4-bet

4 Nurmonov A., Sobirov A. O‘zbek tilshunosligi tarixi. — Toshkent: Sharq, 2014. — B. 213.

bo‘yicha ikkita hukumatlararo hujjat imzolandi. Ularga muvofiq, Shvetsiyaga mehnat muhojirlarini qonuniy jo‘natish kengaytirildi” — deyiladi Kun.uz rasmiy kanalining 2026-yil 10-iyundagi xabarlarida. Ushbu kichik matnda ham elaboratsion kodni yaqqol ko‘rishimiz mumkin.

2.2. Matn tahlilining sotsiolingvistik o‘lchovlari

Zamonaviy tilshunoslikda matnni tahlil qilish davomida quyidagi sotsiolingvistik o‘lchovlar e’tiborga olinadi:

a) **vertikal va gorizontal ijtimoiy munosabatlar**. Matn muallifining o‘quvchi bilan munosabati ierarxik yoki tenghuquqli bo‘lishi mumkin. Bu munosabat matnda murojaat shakllari, modal so‘zlar va muallif “men”ining ifodalanish darajasida o‘z aksini topadi. Masalan, “*6 yoshli bolalar uchun esa bir yillik maktabga tayyorlov guruhlari faoliyat yuritadi*.” (Kun.uz rasmiy kanali) Ushbu matn vertikal ijtimoiy munosabatlar asosida yaratilgan bo‘lsa, “*Ko‘rgazmaning markaziy qismini matoga tushirilgan oltita yirik hajmli fotopanno tashkil etadi. Qo‘sh ekspozitsiya uslubida olingan bu suratlar rentgen tasvirlarini yodga soladi va loyihaga muallifning inson tabiati mohiyatini — xotiramiz, his-tuyg‘ularimiz va madaniy kodimiz qanday ishlashini anglashga bo‘lgan urinishi sifatida qarashga undaydi*” (Gazeta.uz 2026.09.06) kabi matnda gorizontal ijtimoiy munosabat seziladi.

b) **diatopikal variantlilik**. Muallif va auditoriyaning mintaqaviy kelib chiqishi ma’lum leksik va fonetik xususiyatlarning matnda paydo bo‘lishiga olib kelishi mumkin. O‘zbek matbuotida shimoliy va janubiy shevalar elementlarining ba’zan qo‘llanilishi buning yaqqol misoli hisoblanadi. Misol uchun, “*Shivit oshi “xorazmcha lag‘mon”, “yashil lag‘mon” nomlari bilan dunyo taomnomasidan joy olgan. Bu milliy taom Xiva ahlining jazirama kunlardagi tansiq ovqati hisoblanadi*” (Afisha.uz 2025-yil 5-iyun). Shivit oshi birligi ma’lum hududgagina xos.

v) **diastatik variantlilik**. Matnning uslubiy darajasi auditoriyaning ijtimoiy maqomiga ko‘ra o‘zgaradi. Rasmiy nashrlar akademik va rasmiy uslubdan, ommabop nashrlar esa oddiy so‘zlashuv uslubiga yaqin ifodadan foydalanadi5.

3. PUBLITSISTIK MATNLARNI TAHLIL QILISHDA ASOSIY SOTSIOLINGVISTIK MEZONLAR

3.1. Ijtimoiy kontekst mezoni

Ijtimoiy kontekst — matnning yaratilish va idrok etilish ijtimoiy muhiti — sotsiolingvistik tahlilning asosiy darajasidir. U quyidagi tarkibiy qismlarni o‘z ichiga oladi: tarixiy davr, siyosiy tizim, iqtisodiy vaziyat, madaniy muhit.

O‘zbek matbuotining o‘tish davri (1991–2000) bilan hozirgi davr matbuotini qiyosiy tahlil qilish ijtimoiy kontekstning matn tiliga ta’sirini yaqqol ko‘rsatadi. Mustaqillik yillarining dastlabki bosqichida publitsistik matnlarda ijtimoiy-siyosiy leksika keskin yangilanib, sovet davridan qolgan klishelar o‘rnini milliy va demokratik tushunchalar ifodalovchi so‘zlar egallagan 6 . Masalan, “kollektiv xo‘jalik” o‘rniga “fermer xo‘jaligi”, “partiya tashkiloti” o‘rniga “nodavlat tashkilot”, “ishchi sinfi” o‘rniga “mehnat ahli” kabi so‘z birikmalari qo‘llanila boshlagan.

3.2. Nutq vaziyati mezoni

Dell Hymes tomonidan ishlab chiqilgan SPEAKING modeli nutq vaziyatini tahlil qilishning mukammal sotsiolingvistik vositasini taqdim etadi7. Ushbu model quyidagi komponentlarni o‘z ichiga oladi: Setting (o‘rin-joy), Participants (ishtirokchilar), Ends (maqsadlar), Act sequence (harakatlar ketma-ketligi), Key (ohang), Instrumentalities (vositalar), Norms (me’yorlar), Genre (janr).

---

5 Mahmudov N. O‘zbek tili uslubiyati. — Toshkent: O‘zbekiston, 2016. — B. 88–91.

6 Xolmatova M. Mustaqillik davri matbuoti tilining leksik-semantik xususiyatlari. — Toshkent, 2005. — B. 34-38.

7 Yo‘ldosheva M. Ommaviy axborot vositalari tili. — Toshkent: TDPU nashriyoti, 2019. — B. 62.

Publitsistik matnlarda nutq vaziyatining o‘ziga xos xususiyatlari mavjud. Muallif va o‘quvchi bevosita muloqotda bo‘lmaydi — bu “mediatsiyalangan kommunikatsiya” deb ataladi. Shunday bo‘lsa-da, muallif tasavvuridagi o‘quvchi obrazi — “implitsit adresat” — matnning til xususiyatlarini belgilaydi.

“O‘zbekiston ovozi” gazetasining bosh maqolalari va “Daryo.uz” internet nashrining muallif maqolalari qiyosida ko‘ramiz. “*Ma’lumki, mamlakatimiz o‘zining tashqi siyosiy faoliyatini xalqimiz va yurtimiz manfaatlaridan kelib chiqib, ochiq, do‘stona va pragmatik tamoyillarga asoslangan holda olib bormoqda. Xususan, so‘nggi uch yilda O‘zbekistonning yirik savdo-iqtisodiy hamkorlaridan biri hisoblangan Turkiya davlati bilan iqtisodiy va siyosiy aloqalari mustahkamlanib, ikki davlat o‘rtasida madaniy-gumanitar, ta’lim va turizm sohalaridagi aloqalari izchil rivojlanmoqda*” (“O‘zbekiston ovozi” gazetasi 2020-yil 25-fevral soni 4-bet) va “*O‘zbekistonlik grossmeyster Nodirbek Abdusattorov Masters guruhi doirasidagi 13-tur uchrashuvida hindistonlik Arjun Erigaisi ustidan g‘alaba qozondi. Ushbu natijadan so‘ng Abdusattorov ochkolari sonini 9 taga yetkazib, turnir jadvalida yakka peshqadam sifatida birinchi o‘rinni egalladi va chempionlikni qo‘lga kiritdi*” (Daryo.uz sayti 2026-yil 1-fevral) ikkala matnning birinchisida rasmiy, xabarlovchi nutq vaziyati, ikkinchisida esa erkin, dialogik nutq vaziyati yaqqol ko‘zga tashlanadi. Bu farq gap tuzilishi, modal so‘zlar va murojaat shakllarida o‘z aksini topadi.

3.3. Kommunikativ maqsad mezoni

Publitsistik matnning kommunikativ maqsadi uning til tuzilishini bevosita belgilaydi. Sotsiolingvistik nuqtai nazardan, kommunikativ maqsad ijtimoiy zarurat bilan shartlangan hodisadir.

Publitsistik matnning asosiy kommunikativ maqsadlari:

– Axborot berish (informatsiya);

– Ta’sir ko‘rsatish (persuaziya);

– Baholash (evaluatsiya);

– Safarbar qilish (mobilizatsiya).

Ushbu maqsadlar matnda turli til vositalari orqali amalga oshiriladi. Ta’sir maqsadida so‘z qo‘llanganda emotsional-baholovchi leksika, murojaat shakllari, ritorik savol va undov gaplar faollashadi8. Axborot maqsadida esa neytral, aniq va lo‘nda iboralar ustunlik qiladi.

3.4. Adresat omili mezoni

Sotsiolingvistikada adresat omili — o‘zaro muloqotga ta’sir qiluvchi eng muhim vosita sifatida qaraladi. Publitsistik matnlarda adresat quyidagi ko‘rsatkichlarga ko‘ra farqlanadi:

1. Yoshi bo‘yicha: a) yoshlar matbuotida zamonaviy so‘z yasalishi, anglitsizmlar va qisqartmalar ko‘p uchraydi. Masalan, Gazeta.uzning reklama bo‘limidagi “*11 yil ichida Bellissimo Pizza pitseriya tarmog‘i 90 ta restorandan iborat xalqaro tizimga aylandi. Brend oshxonadagi sun’iy intellekt va gastronomik tajribalar orqali QSR (tez xizmat ko‘rsatuvchi restoranlar) sanoati haqidagi tasavvurni o‘zgartirmoqda*” nomli maqolasida turli xil qisqartmalarni va neologizmlarni ko‘rishimiz mumkin bo‘lsa, b) katta yoshli auditoriya uchun mo‘ljallangan nashrlarda klassik odobiy til me’yorlariga qat’iy rioya qilinadi. Xususan, “*Darhaqiqat, inson ezgulik va yaxshilik saodatga, baxtga erishadi. O‘zidan yaxshi nom qoldirib, hamisha eldoshlarining e’tiborida, yaxshilarning nazarida yuradi*” (“Nuroniy” gazetasi 26.06.2024) kabi maqolalarda adabiy til me’yorlariga qat’iy amal qilinganini kuzatishimiz mumkin.

2. Ta’lim darajasi bo‘yicha: ilmiy-ommabop nashrlarda terminologik leksika faol qo‘llaniladi. Masalan, “*Molekula massasini aniqlashning Perren tajribasiga asoslangan metodlaridan birini qarab chiqish mumkin. Perren yaxshilab aralashtirilgan aralashmalarda “begona” moddaning molekulalari o‘zini gaz qonunlariga binoan tutishlaridan kelib chiqqan*” (Science and innovation. 2022. 193-bet). Oddiy ommabop nashrlarda esa maxsus terminlar iloji boricha sodda so‘zlar bilan almashtiriladi. Misol uchun, “*Qonun, davlat va siyosatga e’tibor*

8 Mahmudov N. O‘zbek tili uslubiyati. — Toshkent: O‘zbekiston, 2016. — B. 115.

O‘rta Osiyo xalqlarida Qadim zamonlardan yuksak bo‘lgan. Bu sohaga oid son-sanoqsiz kitoblar yozilgan” (“Tafakkur” jurnali 1/94. 26.)

3. Kasb-hunar bo‘yicha ham iqtisodiy nashrlar, tibbiy jurnallar, huquqiy axborotnomalar o‘ziga xos professional leksikaga ega ekanligini ko‘rish mumkin. “*Bugungi kunda VI–TA Classical – visual usuli so‘nggi 50 yildan buyon keng qo‘llanilib kelinmoqda. Yangilik sifatida bir nechta standart CAD / CAM rang soyalari qo‘shildi*” (Central Asian Research Journal. 9-bet.)

Tahlillar davomida turli gazetalarining bir xil mavzudagi maqolalarini qiyosiy tahlil qilish adresat omilining til tanlashga ta’sirini aniq ko‘rsatadi: ba’zilarida slanglar, qisqartmalar va zamonaviy iboralar, boshqalarida esa yuqori uslubiy me’yor uchraydi9.

3.5. Lingvistik variantlilik mezoni

Lingvistik variantlilik — bir til tizimi doirasida bir xil mazmunni turli shakllarda ifodalanishi — sotsiolingvistik tahlilning asosiy obyektidir. Publitsistik matnlarda variantlilik quyidagi darajalarda kuzatiladi:

Leksik daraja: Sinonimik variantlardan tanlov ijtimoiy omillar asosida amalga oshiriladi. Masalan, “vafot etdi” / “dunyo to'ridan o‘tdi” / “halok bo‘ldi” — ushbu variantlarning tanlovi matnning uslubiga, muallifning ideologik pozitsiyasiga va gazetaning yo‘nalishiga bog‘liq.

Sintaktik daraja: Rasmiy nashrlar uzun va murakkab sintaktik qurilmalarga ega bo‘lsa, internet nashrlari qisqa va oddiy gaplarni afzal ko‘radi. Bu farq o‘quvchining matn bilan ishlash sharoiti (gazetani xotirjam o‘qish va ekrandan tezda o‘qib o‘tish) bilan ham izohlanadi.

Frazeologik daraja: Milliy frazeologizmlar, maqol va matallar, diniy iboralar publitsistik matnda ijtimoiy-madaniy kontekstga qarab qo‘llaniladi10.

---

9 Yo‘ldosheva M. Ommaviy axborot vositalari tili. — Toshkent: TDPU nashriyoti, 2019. — B. 97-103

10 Yo‘ldoshev M. Badiiy matn lingvistikasi. — Toshkent: O‘zbekiston, 2013. — B. 178.

4. AMALIY TAHLIL: O‘ZBEK PUBLITSISTIKASIDAN NAMUNALAR

4.1. Tahlil metodikasi

Tahlil uchun o‘zbek matbuotining turli yo‘nalishdagi nashrlaridan — rasmiy matbuot (“Xalq so‘zi”, “O‘zbekiston ovozi”), mustaqil internet nashrlari (“Kun.uz”, “Gazeta.uz”) va ixtisoslashgan jurnallardan (“Til va adabiyot ta’limi”) namunalar tanlab olindi. Har bir matn sotsiolingvistik mezonlar bo‘yicha qiyosiy tahlil qilindi.

4.2. Tahlil natijalari

Ijtimoiy kontekst tahlili shuni ko‘rsatdiki, 2020–2024-yillar davomida o‘zbek matbuotida yangi tematik maydonlar shakllanib, ularga xos terminologik lug‘at paydo bo‘ldi. COVID-19 pandemiyasi davrida tibbiy terminlar ommabop nashrlar tiliga keng kirib keldi; raqamli iqtisodiyot rivojlanishi esa IT-leksikasining publitsistik matnlardagi faolligini oshirdi.

Nutq vaziyati tahlili internet nashrlari va bosma matbuot o‘rtasidagi farqni yaqqol ko‘rsatdi. Internet nashrlarda dialogiklik kuchli — maqolalar o‘quvchi izohlari bilan bir maydonda joylashadi, bu esa muallifning uslubiga ta’sir ko‘rsatadi: matnlar ko‘proq ochiq savollar, murojaat shakllari va reaktsiya kutuvchi iboralarni o‘z ichiga oladi.

Adresat omili tahlili turli nashrlarning leksik tarkibi taqqoslanganida, so‘z o‘rtacha uzunligi, jumla tuzilishi va terminologik zichlik jihatidan sezilarli farqlar borligini ko‘rsatdi. “Til va adabiyot ta’limi” jurnalida o‘rtacha jumla uzunligi 18–22 so‘z bo‘lsa, “Daryo.uz” maqolalarida bu ko‘rsatkich 10–14 so‘zni tashkil etadi.

5. XULOSA

Olib borilgan tadqiqot asosida quyidagi xulosalar chiqarildi:

Birinchidan, publitsistik matnlar tahlilida sotsiolingvistik mezonlar — ijtimoiy kontekst, nutq vaziyati, kommunikativ maqsad, adresat omili va lingvistik variantlilik — bir-birini to‘ldiruvchi va bir-biriga bog‘liq tizim sifatida qo‘llanilishi lozim.

Ikkinchidan, o‘zbek publitsistikasida tilning ijtimoiy tabaqalanishi aniq ko‘zga tashlanadi: nashr turi, auditoriya tarkibi va kommunikativ maqsad til vositalarining tanlanishini bevosita belgilaydi.

Uchinchidan, internet-publitsistikaning rivojlanishi bilan yangi nutq vaziyatlari va kommunikativ me’yorlar shakllanmoqda, bu esa sotsiolingvistik tadqiqotlar uchun yangi obyekt va metodologik yondashuvlarni talab qiladi.

Kelajakda ushbu yo‘nalishda qiyosiy-tarixiy tahlilni kuchaytirish, turli mintaqalardagi nashrlarni sotsiolingvistik nuqtai nazardan o‘rganish va raqamli publitsistikaning sotsiolingvistik xususiyatlarini o‘rganish maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Qodirov P. Publitsistik nutqning lingvistik xususiyatlari. — Toshkent: Fan, 2018. — 184 b.
2. Yo‘ldoshev M. Badiiy matn lingvistikasi. — Toshkent: O‘zbekiston, 2013. — 256 b.
3. Mengliyev B. Hozirgi o‘zbek adabiy tili. — Toshkent: Davr nashriyoti, 2015. — 312 b.
4. Nurmonov A., Sobirov A. O‘zbek tilshunosligi tarixi. — Toshkent: Sharq, 2014. — 408 b.
5. Mahmudov N. O‘zbek tili uslubiyati. — Toshkent: O‘zbekiston, 2016. — 228 b.
6. Xolmatova M. Mustaqillik davri matbuoti tilining leksik-semantik xususiyatlari: Filol. fan. nomz.... diss. — Toshkent, 2005. — 142 b.
7. Yo‘ldosheva M. Ommaviy axborot vositalari tili. — Toshkent: TDPU nashriyoti, 2019. — 196 b.
8. Begmatov E. Hozirgi o‘zbek adabiy tilining leksik me’yorlari. — Toshkent: Fan, 2010. — 176 b.
9. Tursunov U., Muxtorov J., Rahmatullayev Sh. Hozirgi o‘zbek adabiy tili. — Toshkent: O‘qituvchi, 2012. — 400 b.

10. Yo‘ldoshev B. Matn lingvistikasi. — Toshkent: O‘zbekiston Respublikasi IIV Akademiyasi, 2020. — 148 b.