



PUBLISISTIK MATN SARLAVHALARINING PRAGMATIK VA LISONIY XUSUSIYATLARI

Gaziyeva Maftuna Muhammadovna, Ph.D

Fargʻona davlat universiteti dotsenti, filologiya fanlari boʻyicha falsafa doktori

Xolmatova Dildora

Fargʻona davlat universiteti magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada publisistik matn sarlavhalarining lisoniy hamda pragmatik xususiyatlarini tahlil qilish, bu borada tilshunos olimlarning fikrlari, sarlavhalarning qay maqsadda ishlatilishi, stilistik vositalar, okkazonalizmlar yordamida ifodalanishi, deysis, anafora va nutqiy aktlar boʻyicha turlarini tahlil qilish maqsad qilib olingan.

Kalit soʻzlar: publisistik uslub, sarlavha, soʻroq gap, metafora, metonimya, ironik okkazonalizm, deysis, anafora, nutqiy aktlar, reprezentativ, direktiv, komissiv, ekspressiv, deklarativ.

Kirish

Publisistika – lotincha «publicus» soʻzidan olingan boʻlib, ijtimoiy, ommaviy degan maʼnolarni ifodalaydi [15, 26]. Publisistik uslub, funksional uslublarning bir turi boʻlib, u ijtimoiy-siyosiy xususiyatga ega boʻlgan soʻz va iboralarning qoʻllanishi, janrlarining xilma-xilligi va buning natijasida til vositalaridan stilistik foydalanishning rang-barangligi kabi belgilar bilan xarakterlanadi. Publisistik uslub ijtimoiy-siyosiy adabiyotlarda, vaqtli matbuotda, siyosiy chiqishlar, majlislardagi nutqlar va shu kabilarda oʻz ifodasini topadi [9, 55]. Ushbu uslub oʻz davrining eng dolzarb muammolarini, iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy, adabiy, ilmiy tomonlarini radio, televedinya, gazeta-jurnallar, ijtimoiy tarmoqlar orqali xalqqa yetkazib beradi. Asosiy vazifasi esa ommaga taʼsir etish, murojaat, undash va shu bilan birgalikda, inson faoliyatining barcha jabhalarini qamrab olib, uning faolligining oshirishidir. Bunda esa publisistik uslubning loʻndaligi, ixchamligi, taʼsir doirasining keng qamrovligi, uning vazifasini samaradorligini yanada oshiradi. Publisistik uslub matnlarining oʻqishligini, oʻquvchi diqqatini tez fursatda jalb qilish uning sarlavhasining mazmundorligi bilan belgilanadi. “Sarlavha –(f+a - kitobda lavha, bezak; titul varagʻi; epigraf) kitob, asar, maqola va sh.k.ning yoki ularning ayrim qismlarining nomini ifodalovchi soʻz yoki jumla. *Sarlavha qoʻymoq. Ahmedov sahifadagi materiallarni koʻzdan kechirgach, umumiy sarlavhani tovush chiqarib oʻqidi.* (A.Qahhor, “Qoʻshchinor chiroqlari”) *Ahmad ocherkning sarlavhasiga va avtoriga qaradi.* (F.Musajonov, “Himmat”)

2. Esk.ayn. peshlavha. *Qishloqqa kirar yoʻlda. Mana katta darvoza. Darvozaga yozilgan “Kolxoz” degan sarlavha.* (Z.Diyor)

Sarlavha – maqola va materialning ichki mazmunidan kelib chiqib, unga qoʻyiladigan nom” [4].

Sarlavha, asarning badiiy, stilistik xususiyatlarini, mohiyatini, asosiy mazmunini, oʻquvchining diqqatini jalb qila oladigan darajada eʼtiborligini hisobga olgan holda tanlanadigan nom(ism)dir, shuning uchun muallifdan, ixcham, loʻnda mazmunli, taʼsirli til birliklaridan foydalanish talab etiladi. Sarlavha maqola yoki asardagi dastlabki axbortni oʻquvchiga yetkazuvchi muhim vositadir, ana shu xususiyatlarni hisobga olgan holda oʻzbek tilshunosligida



sarlavhaning matn bilan hamohangligini, turli xil aspektlarini ta'dqiq etgan I.Toshaliyev, N.Jumanazarov, N.Abdusamatov, M.Parpixov jayev, A.Boboyeva, A.Shomaqsudov, I.Toshaliyev, P.Rustamov, B.Yo`ldoshev, B.Mirzayev, A.Abdusaidovning ilmiy maqolalari, I.Toshaliyevning «Sarlavha stilistikasi» nomli o`quv qo`llanmasi mavjud. A.Abdusaidovning «Gazeta janrlari tili va uslubi» (2001), «Jurnalistning tildan foydalanish mahorati» (2004), «O`zbek tilining ijtimoiy mohiyati» (2008) kabi monografiyalari, «Matbuot tili madaniyati», «Gazeta tilida frazeologizmlar», «Gazeta sarlavhasi», «Gazeta leksik stilistikasi» kabi qo`llanmalari yaratildi [6].

Shuningdek, dunyo tilshunosligida ham sarlavha mavzusida va uning pragmatik xususiyatlari bo'yicha bir qancha izlanishlar olib borilgan bo'lib, ularning qiymati tilshunoslik sohasida salmoqlidir, xususan, Syafryadinning "Presupposition analysis in headlines of Jakarta Post newspaper: a content analysis research", Anik Nur Qomariyah ning "A Pragmatic Study of Jakarta Post and Jakarta Globe News Headlines After Indonesian General Election", Imam Jahrudin Priyanto ning "The Speech Acts in News Translation: Pragmatics", Shaeda Isani ning "Analysis in Pikiran Rakyat Newspaper: Of headlines & headlines: Towards distinctive linguistic and pragmatic genericity", Desri Wianal va Ade Irma Khairani ning "An Analysis of Speech Acts on Headlines Medan Newspaper", rus tilshunosligida esa A.H Agapova "Заголовок в современной русской прессе: эпистемический и прагматический аспекты", Л.А Анна "Современный газетный заголовок: Структура, Семантика, Прагматика" kabi doktorlik dissertatsiyalarini olish uchun yozilgan ishlari sarlavhaning lingvistik va pragmatik xususiyatlarini yanada chuqur o'rganishga turtki bo'ladi. Achinarlisi esa, pragmatik jihatdan publisistik matn sarlavhasining o'zbek tilshunosligida ta'dqiqiga bag'ishlangan ishlarning juda ham sanoqli ekanligi, bor bo'lsa ham oz miqdorda ma'lumotlar berilganligi, ushbu til birligini o'rganishni jahon tilshunosligiga murojaatimizni yanada oshiradi chunki sarlavhaning nutqiy aktlar va uning turlari, pressupozitsiya bo'yicha izlanishlar orqali sarlavhaning matn bilan bo'g'liqligini, sarlavha orqali qanday ma'no nazarda tutilayotganligi kabi pragmatik xususiyatlari sarlavhaning mazmuniy jihatlarini yanada ochib berishga xizmat qiladi. Dastlab, bu termin, o'zbek tilshunosligida qanday ma'no anglatishligini ta'kidlab o'tdik, jahon tilshunoslari talqinida qanday ma'no anglatishini tahlil qilib chiqsak: rus tilshunosi I.R. Galperin "Sarlavha gazetaning ajralmas qismidir, asosiy vazifasi esa sarlavhadan keyin keladigan matn haqida o'quvchiga ma'lumot berishdir" deydi, V.A Kuharenko "Sarlavha-sarlavha ostidagi matnning tabiatini ko'rsatuvchi til birligidir" [11]. Ingliz tilshunosligida esa Kristl va Devi tomonidan berilgan ta'rif "Sarlavhalar aniq, qisqa iloji bo'lsa qiziqarli xabarni o'z ichiga olgan bo'lishi kerak, mutolaachining ko'zi chaqmoqdek yarqiragan narsa tushadi va ana shu narsa uning e'tiborini tortganda u o'qishni boshlaydi" [1], Van Dijk "Sarlavha matnning asosiy mazmunini ifodalaydi" [11] degan ta'riflarni ilgari suradilar. O'zbek, rus va ingliz tilshunosligida keltirilgan ta'riflarda sarlavhaning mazmuni va vazifasi deyarli bir xil, ya'ni ular o'zi bilan bog'langan matnning mazmunini ifodalash uchun xizmat qiladigan lisoniy birlikdir.

Publisistik matn sarlavhalarining lisoniy xususiyatlari haqida biroz mulohaza yuritadigan bo'lsak; sarlavhalar tuzilishiga ko'ra so'z, so'z birikmasi va gap hoida bo'ladi. So'z sarlavhalarda ma'no birgina so'z orqali anglashilsa, so'z birikmasida ikki va undan ortiq so'zlar orqali mazmun ifodalanadi, masalan; "Unutmas meni bog'im". "Tayinlov", "Mushohada" ("Xalq So'zi" gazetasidan). Gap shaklidagi sarlavhalar esa hozirgi kunda eng ommalashayotgan tur bo'lib, bunday sarlavhalarning so'z va so'z birikmasidan farqli ravishda mazmunan to'liq ma'no va fikr ifodalaydi, hamda hozirgi globallashuv davrida ommaviy axborot vositalaridagi "birinchi axborot"ning rang-barangligini ta'minlaydi, "Soha ravnaqida malakali mutaxassislarining o'rni muhim" ("Ishonch" gazetasidan).



Gapning ifoda maqsadiga ko‘ra turlarini ishlatilishi ham sarlavhaning ta‘sirchanligini oshiradi. Darak, so‘roq, buyruq, istak kabi gap turlari o‘quvchini yanada ko‘proq mushohada yuritishiga chorlaydi. Xususan, so‘roq gap, mazmun mohiyatidan o‘quvchidan nimanidir qilishga undaydi, “Tibbiy sug‘urtaning bemorlarga qanday nafi tegmoqda?” (“Xalq so‘zi” gazetasidan) kabi so‘roq sarlavhalar o‘quvchini maqolani oxirigacha o‘qishga chorlaydi, tibbiy sug‘urataning qanday naflari bor ekan degan savolning javobi dolzarbligi barchani qiziqtirishi tabiiydir.

Shuningdek, eng ko‘p uchraydigan stilistik vositalar: metafora, metonimya, ironiya, inversiya, elipsis, sinekdoxa, giperbola, epitet kabilar samarali qo‘llanmoqda; “O‘zbekiston “Shvetsariyasiga” yarashgan maskan”, “Anor” g‘oliblari aniqlandi” (“Ishonch” gazetasidan) kabi sarlavhalar metonimik ma‘no ko‘chishi ya‘ni biror narsa yoki voqea-hodisaning nomi boshqasiga ko‘chiriladi, biroq bu nomlash narsalar o‘rtasidagi o‘xshashlikka emas, balki ular o‘rtasidagi yaqinlikka, aloqadorlikka asoslanadi [7]. Quyida keltirilgan sarlavhalarda esa metaforik ma‘no ko‘chishini, o‘xshashlik asosida bir obyekt yoki hodisaning boshqasi bilan yashirin taqqoslash, guvohi bo‘lamiz; “Hayotbaxsh loyihalar ro‘yobi”, “Maftunkor maskan” (Farg‘ona haqiqati” gazetasidan). Inversiya hodisasi (so‘z tartibining o‘zgarishi) “Boshga KO‘tarilgan “San‘at asari” yohud “necha gulgunpo‘sh qizlar manzil aylabdur makon” (Farg‘ona haqiqati” gazetasidan).

“Yo‘llar yaqin ko‘ngillar ham” (“Farg‘ona haqiqati” gazetasidan) ushbu sarlavha esa ellipsis hodisasiga yaqqol misol bo‘la oladi.

Publisistik matnlarning sarlavhalarida fonostilitik xususiyatlarni ko‘radigan bo‘lsak, alliteratsiya, anafora kabi stilistik figuralarni ucharatishimiz mumkin, “Satrlarda sarg‘aygan sog‘inch”, “Bog‘larda bahor nafasi” (Farg‘ona haqiqati” gazetasidan). Bu sarlavhalarda alliteratsiya stilistik vositasining qo‘llanilishi matn va sarlavhaning hamohangligini, uni yodda uzoqroq muddat qolishini imkonini beradi

Keyingi yillarda xalq maqollari, qo‘shiqlari, she‘rlarning bir qismi sarlavha sifatida qo‘llanilmoqda, “Assalom ona yurt, tonglar o‘lkasi” (“Ma‘rifat” gazetasidan), bu esa sarlavhaning ekspressivligini ta‘minlaydi.

Muammo mag‘ziga tegishli bo‘lgan ironik ma‘no okkazonal so‘z yasalishi natijasida ham yuzaga chiqadi [5, 90]. “Ajabo! Kreditomaniya- qarzdorlikka qaramlik” (“Farg‘ona haqiqati” gazetasidan). Sarlavhadan ko‘rinib turibdiki, “kreditomaniya” so‘zi okkazinalizm va hozirgi kunda ko‘pchilik kreditga bog‘lanib qolganligini va bu katta qarzdorlikka olib kelyotganligi dolzarb muammo sifatida ushbu vosita orqali ironik holatda ko‘rsatilmoqda. Yuqoridagi keltirilgan publisistik matn sarlavhalarining lisoniy xususiyatlari ularning leksik, semantik va stilistik xususiyatlarini o‘z ichiga oladi.

Sarlavhalarning pragmatik aspektlariga nazar tashlaydigan bo‘lsak, avvalo, ongimizda pragmatika o‘zi nima degan savol tug‘ilishi tabiiy holdir. Ho‘sh, pragmatika o‘zi nima? qanday soha? nima bilan shug‘ullanadi? O‘zbek tilshunoslari bu fan sohasi haqida ko‘plab fikr yuritganlar [14; 16; 2; 8] ulardan pragmatika bo‘yicha ko‘plab ilmiy izlanishlar olib borgan va bu soha rivojiga munosib hissa qo‘shgan Sh.Safarov “pragmatika belgining undan foydalanuvchi-interpretatorga nisbatan munosabatini yorutuvchi fandır” [19, 43] deydi.

M.Hakimov esa “pragmatika lingvistik belgilarning nutqdagi funksional qo‘llanishini o‘rganadi”deb ta‘kidlaydi [20, 6].

Dunyo tilshunosligida ham pragmatika bo‘yicha ko‘plab ilmiy ishlar olib borilgan [3; 4] va ularning ta‘sirida O‘zbekistonda ham pragmatika sohasi rivoj topdi. Pragmatikani

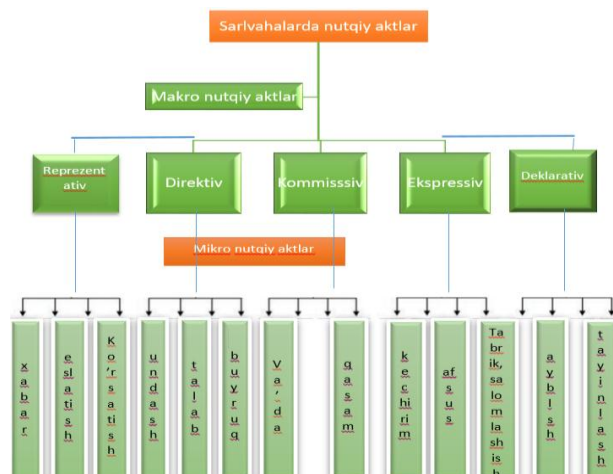


tilshunoslikning bir sohasi sifatida umumiy ta'rif beradigan bo'lsak, "Pragmatika tilshunoslikning nazariy va amaliy tarmoqlaridan biri sifatida insonning ijtimoiy faoliyatini o'zida mujassamlashtirgan nutqiy jarayon, nutqiy vaziyat ta'siri bilan namoyon bo'luvchi kommunikativ niyat bilan bog'liq tushunchalarni o'rganadi." [2]

Sarlavhaning pragmatik xususiyatlarini ko'rib chiqadigan bo'lsak, deysis hodisasi pragmatikaning dolzarb muammolaridan biri bo'lib, uni biz sarlavhalarda ham ko'plab uchratishimiz mumkin: "Buni bilishnigiz shart", "Ular pokiza qalb egalari", "Bizga ishonch bildirildi" ("Farg'ona haqiqati" gazetasidan), "Bu taklifda mehnat qadri mujassam", "Bu bizga tegishli emas" ("Ishonch" gazetasidan). Keltirilgan misollarda **buni, ular, bizga, bu**, kabi kishilik va ko'rsatish olmoshlari sarlavhadan keyingi matnga ishora qilmoqda, bu bilan muallif to'g'ridan-to'g'ri matnga ishora qilmasdan, balki, bilvosita ushbu niyatni amalga oshirmoqda. Deyksisni qo'llashdan asosiy maqsad esa o'quvchini diqqat e'tiborini maqolga qaratib, muammo nima haqida ekanligi va matnni oxirigacha o'qishga qiziqtirishdir.

Anafora hodisasi ham sarlavhalarda unumli foydalanilgan (stilistik vositadan farqli ravishda, pragmatikada o'zidan oldingi aytilgan so'z yoki jumalaning keyingi gapda takroridir). "Maktab oshxonasi: u talabga javob beradimi? "Aholini ro'yxatga olish: u qanday amalga oshiriladi" ("Farg'ona haqiqati" gazetasidan). "Iste'molchi savatchasi" uni optimallashtirish iqtisodiy va tibbiy omillar bilan chambarchas bog'liq" ("Xalq so'zi" gazetasidan). **U, uni** kabi ko'rsatish olmoshlari o'zidan oldin kelgan so'z birikmalariga, "*maktab oshxonosi*", "*aholini ro'yxatga olish*", "*Iste'molchi savatchasi*" kabilarga ishora qilinib, anafora hodisasini yuzaga keltirmoqda.

Shuningdek, nutqiy muloqot jarayonida so'zlovchi, tinglovchi va nutq vaziyati ta'sirida nutqiy akt paydo bo'ladi...Nutqiy aktlar mazmunan rang-barangdir. Jumladan, ular *xabar, darak, so'roq, tahdid, iltimos, va'da, minnatdorlik, qo'rqitish, buyruq, masxaralash, mensimaslik, erkalatish* kabi turli mazmuniy strukturalardan tashkil topadi [10]. Nutqiy aktlar garchi so'zlovchi va tinglovchi orasida biror-bir maqsad asosidagi so'zlashuvdan kelib chiqsada, biz sarlavhalarda ularning roli va turlarini ko'rib chiqishga harakat qildik. Nutqiy aktlarning pragmatik funksiyalari quydagilardan iborat: reprezentativ (bildirmoq, xabar qilmoq, eslatmoq, ko'rsatmoq), direktiv (undash, buyruq, talab, axborotni talab qilish, topshiriq, ko'rsatma), kommissiv (va'da, qasamyod, kelgusida qaysidir faoliyatni bajarishni o'z oldiga asosiy maqsad qilib oladi), Ekspressiv (minnatdorlik, tabrik, ayblash, tanqid qilish, shikoyat qilish, maqtoq, salomlashish, istamaslik, kechirim, afsus), Deklarativ (yangi narsalarni e'lon qilish; mavqe, lavozim va sh.k, tasdiqlash, qaror qabul qilish, tayinlash, ozod qilish, buyurish va tavsiya qilish). Quyidagi jadvalda esa ularni makro va mikro funksiyalarga ajratib, tartibladik:





Endi esa nutqiy aktlar funksiyalarini publisitik matn sarlavhalarida tahlil qilib chiqsak, dastlab, representativ ya'ni xabar funksiyasiga nazar tashlasak, funksiyalar ichida sarlavhalarda eng ko'p uchragani aynan shu representativ funksiyasi bo'ldi, chunki sarlavhalarning asosiy maqsadi xabar berishdir. Buni misollar bilan yanada oydinlashtirsak; "Festivaloldi tadbirlari mahorat darslari bilan boshlandi", "Hadichaxon Karimova 70 yoshga to'ldi", "Navbatdan tashqari sessiyada hokim tayinlandi" (Farg'ona haqiqati" gazetasidan), "Markaziy Osiyo ekspert-tahlilchilari tarmog'i tuziladi" ("Xalq so'zi" gazetasidan). Bu keltirilgan misollarda xabar mazmuni ko'rinib turibdi. Direktivlarga esa "Uydagilarga yetkazsangiz, battar bo'ladi", ("Darakchi" gazetasidan), "Ta'lim faqat vosita emas, manba bo'lishi kerak" ("Ma'rifat gazetasidan), "Kim ko'p kitob o'qiydi?", "Bilimni har kuni yangilash zarur" ("Ma'rifat gazetasidan), "AQSH Suriyadagi fuqarolar urushiga qarshi turishi kerak" ("BBC" gazetasidan). Birinchi sarlavhada tahdid ma'nosi, keyingilarida esa undash ma'nosi hosil bo'lmoqda. Kommissiv yoki majburiyat aktlari: "Bunday ko'rgazma yaqin 30 yilda takrorlanmaydi" Luvrdagi ko'rgazma kuratori, "Urush kengaysa, Germaniya o'z hududini kengaytirishga tayyor", "Prezidentdan sizlar uchun mukofot ajratishini so'rayman" 5 karra jahon chempioni bo'lgan amputant futbolchilarga vazir va'da bermoqda ("Darakchi" gazetasidan), "Suriyalariklar birinchi yangi yilni Qo'shma Qirollikda o'tkazmoqchi" ("BBC" gazetasidan). Ushbu misollarda esa kelgusida sodir bo'ladigan ish-harakat va'da ko'rinishida namoyon bo'lmoqda. Navbatdagi akt ekspressivdir: "Suriya mojarosi: Aleppo hujumi 300 000 tinch aholini yo'q qilishi mumkinligidan qo'rqadi", Suriyalik qochqinlar: Belfastga kelgan oilalar xavfsiz bo'lgani uchun minnatdor" ("BBC" gazetasidan), "Yo'lsizlar minnatdor", "Elga xizmat ko'rsatganimizdan mamnunmiz" ("Ishonch" gazetasidan) "Ohangarondon" aksiyadorlik jamiyati xalqimizni yangi yil bilan tabriklaydi" ("O'zbekiton ovozi" gazetasidan), "Unvon muborak bo'lsin" ("Farg'ona haqiqati" gazetasidan). Ekspressiv nutqiy aktda asosan his-tuyg'uga keng o'rin berilganligi sababli, sarlavhalarda, *qo'rqish, minnatdorlik, mamnunlik* kabi birliklar ko'proq o'rin olgan. Deklarativ aktda esa biz ko'proq *e'lon qilish, qaror qabul qilish, tayinlash, ozod qilish, buyurish va tavsiya qilish* aktlarni uchratishimiz mumkin; "Obama Suriyaga qo'shimcha 250 ta maxsus harbiy qo'shin yuborilishini e'lon qild" ("CNN" gazetasidan).

Xulosa

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash joizki, publisistik matn sarlavhalarining lisoniy va pragmatik xususiyatlarini yana ko'plab o'rganishimiz mumkin, biroq keltirilgan tahlillardan quyidagilarni jamlasak: 1) Bugungi kunda gazeta va jurnallarning rang-barangligi va mavzuning xilma-xilligi natijasida lisoniy birliklarni tahlil qilishda pragmatik yondashuvga ham tayanmog'imizni taqazo etmoqda; 2) Sarlavha tanlash jarayonida uning lingvistik jihatdan muqobilligi hamda o'quvchiga ta'sir etish doirasi, qiziqtiruvchanligi, shu bilan birga muammoning dolzarbligi hisobga olinmoqda; 3) Sarlavhalarda deysis, anafora va nutqiy aktlar funksiyasini o'rganish o'zbek tilshunosligida nisbatan yangi hamda kam o'rganilgan sohalardan biri bo'lib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. A. Q Usmonov. Bog'lovchilarining pragmalingvistik xususiyatlariga doir;
2. Akhmedova Dilzoda. Pragmatic aspect of publicistic headlines in English; «Молодой учёный». № 29 (163) Филология. Июль 2017;
3. Anik Nur Qomariyah. A Pragmatic Study of Jakarta Post and Jakarta Globe News Headlines After Indonesian General Election 2019// International Journal of Humanities, Arts and Social Sciences;
4. D. Kaxarovna Pragmatika tushunchasi va uning tarjima-dagi talqinini o'rganish, // "Science



- and Education" Scientific Journal / ISSN 2181-0842;
5. Dilnoza Sobirova. PUBLITSISTIK MATN SARLAVHALARINING VAZIFALARI XUSUSIDA AYRIM MULOHAZALAR;
 6. Herbert H. Clark Bridget Bly. Pragmatics and Discourse, -Academic Press, New York, - 1995;
 7. Desri Wiana1, Ade Irma Khairani. An Analysis of Speech Acts on Headlines Medan Newspaper// Advances in Social Science, Education and Humanities Research;
 8. Fareed Hameed Al-Hindawi, Abid Hmood Ali. A Pragmatic Study of CNN and BBC News Headlines Covering the Syrian Conflict// Advances in Language and Literary Studies;
 9. G.Yule, Stephen Levinson, Pragmatics, Cambridge University Press 1983;
 10. G.U. Rustamova. LINGVISTIK PRAGMATIKANING BIRLIKLARI// Филологические науки;
 11. Herbert H. Clark Bridget Bly. Pragmatics and Discourse, -Academic Press, New York, - 1995;
 12. Innocent Chilwa. News Headlines as Pragmatic Strategy in Nigerian Press Discourse// The International Journal of Language Society and Culture;
 13. Kalbike Esenova. PRAGMALINGUISTIC STUDIES IN LINGUISTICS, Editions du JIPTO / Académie Internationale CONCORDE, 2017;
 14. Laura Alba-Juez, Лаура Альба-Хуэс. The History of English/Historical Outlines from Sound to Text; DISCOURSE ANALYSIS AND PRAGMATICS: THEIR SCOPE AND RELATION// Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 43—55;
 15. Muhhammad, Hakimov., Gaziyeva Maftuna; Pragmalingvistika asoslari/“Classic” nashryoti/Farg‘ona-2020,-420 bet;
 16. Мухаммад ХАКИМОВ, УЗБЕК ПРАГМАЛИНГВИСТИКАСИ АСОСЛАРИ, , «Akademnashr», Тошкент-2013;
 17. M.Xalilova. “O‘zbek tili stilistikasi asoslari”//o‘quv qo‘llanma.Farg‘ona nashryoti,2009-yil,- 104 bet;
 18. Saodat Sultonsaidova, O‘lmas Sharipova. o‘zbek tili stilistikasi: - T.: “YURIST-MEDIA MARKAZI” nashryoti, 2009;
 19. Syafryadin. PRESUPPOSITION ANALYSIS IN HEADLINES OF JAKARTA POST NEWSPAPER: A CONTENT ANALYSIS RESEARCH// Professional Journal of English Education) p-ISSN 2614-6320 Volume 5, No. 5, September 2022;
 20. ШАХРИЕР САФАРОВ, ПРАГМАЛИНГВИСТИКА, Тошкент – 2008;
 21. Tursunova Javhar Bakir qizi. PRESUPPOZITSIYA VA U SEMANTIK YOKI PRAGMATIK HODISAMI...?// Innovvations in technology and science,ISSN 2171 381-X, Volume 1, Issue 1;
 22. Yorqinjon Odilov. Globalashuv davri publisitikasi tilining taraqqiyoti, Nodirabegim nashryoti.Toshkent -2020;
 23. Xudoyberdiya Og‘iloy, Tarjima pragmatikasining o‘ziga xos xususiyatlari, Bitiruv malakaviy



- ishi; Samarqand -2014;
24. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Metonimiya>
 25. <https://fayllar.org/ozbekiston-respublikasi-oliy-va-orta-maxsus-talim-vazirligi-al-v41.html?page=2>
 26. Gaziyeva M. The pragmatics of the prosodic means// International Scientific Journal ISJ Theoretical & Applied Science Philadelphia, USA. – 2021. Volume – 7. Issue – 5. May 30. P. 229-234
 27. Gaziyeva M. The Scientific Paradigm Of Acoustic Phonetics// Academic Leadership (Online Journal) ISSN: 1533-7812, Vol-21-Issue-05-May-2020, 137-143 page
 28. Gaziyeva M. On the Matters of the Phonosyntactics//Anglisticum- International Journal of Literature, Linguistics and Interdisciplinary Studies. Volume 7, Issue 5. – Kosovo (Macedonia), 2018
 29. Gaziyeva M., Jonridova S. ON THE CONTENT STRUCTURE OF THE TEXT// International Scientific Journal ISJ Theoretical & Applied Science Philadelphia, USA. – 2021. Volume – 104. Issue – 12. December 30. P. 487-490
 30. Gaziyeva M., Burханова M. About Innovative Methodology In Mother Tongue Lessons//International Scientific Journal ISJ Theoretical & Applied Science Philadelphia, USA. – 2021. Volume – 104. Issue – 12. December 30. P. 501-504
 31. Gaziyeva M., Burханова M. Урғу – просодиканинг асосий элементи// Сўз санъати халқаро журналі, 2020, 1-сон, 2 жилд, 200-206.
 32. Gaziyeva, M., & Burханова, M. (2020, December). PROSODICS ON RESEARCH. In *Конференцији*.
 33. Газијева, М. & Бурханова, М. (2020). УРҒУ–ПРОСОДИКАНИНГ АСОСИЙ ЭЛЕМЕНТИ. *МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА*, 3(1).
 34. M Hakimov, M Gaziyeva Pragmalingvistika asoslari. Farg'ona – 2020
 35. M Gaziyeva the Scientific Paradigm Of Acoustic Phonetics. AcademicLeadership (Online Journal) – 2020
 36. Zokirov, M., & Isomiddinov, F. (2020, December). About the holes of language language dictionary. In *Конференцији*.
 37. Turdaliyevich, Z. M. (2022). To the Question of the Study of Arabisms in the Persian Language. *Spanish Journal of Innovation and Integrity*, 5, 566-570.
 38. Turdaliyevich, Z. M. (2022). About Grammatical or Morph syntactic Interference. *European Multidisciplinary Journal of Modern Science*, 4, 768-773.
 39. Turdaliyevich, Z. M. (2022). Analysis of Phraseological Units in Tohir Malik's Novel "Talvasa". *Spanish Journal of Innovation and Integrity*, 6, 364-368.
 40. Zokirov, M. T., & Dadabayeva, S. S. (2020). ABOUT THE ROLE OF LANGUAGES CONTACTS IN THE DEVELOPMENT OF LANGUAGES. *Theoretical & Applied Science*, (4), 687-691.
 41. Зокиров, М. Т. (2017). ТИЛШУНОСЛИК ВА ТАРИХ. *Актуальные научные исследования в современном мире*, (4-2), 45-49.



42. Зокиров, М. Т. (2015). Об общей характеристике билингвизма. *Учёный XXI века*, (7-8 (8-9)), 24-27.
43. Turdaliyevich, Z. M. (2022). YOZUVNING KELIB CHIQISH TARIXI. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 2(9), 56-62.
44. Turdaliyevich, Z. M., & Muzaffar, M. (2022). INGLIZ TILIDAGI REKLAMA MATNLARIDA ANTROPONIMLAR QO ‘LLANISHI XUSUSIDA. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 2(8), 121-124.
45. Turdaliyevich, Z. M. (2022). BADIY NUTQ USLUBINING TARAQQIYOTI. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 681-685.