

O'ZBEK VA NEMIS OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA BAYRAM MAVZUSINING TIL VA USLUB NUQTAYI NAZARIDAN TAHLILI

Yunusaliyeva Nozimaxon Zuxriddin qizi

Farg'ona davlat universiteti Chet tillari fakulteti nemis tili yo'nalishi 3 - kurs
23.113 guruh talabasi ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9208-5708> E-mail: nozimaxon57@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada o'zbek va nemis ommaviy axborot vositalarida bayram mavzusining til va uslub jihatlarining o'xshash va farqli tomonlari tahlil qilingan. Tadqiqotning maqsadi - ikki xalq madaniy tafakkurida bayram tushunchasining til orqali qanday ifodalanishini va uning kommunikativ vazifasini aniqlashdan iborat. Ishda qiyosiy-tipologik, semantik-pragmatik hamda diskursiv tahlil metodlari qo'llanildi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, o'zbek OAVlarida bayramlar jamoaviylik, totuvlik va qadriyatlarni ulug'lash vositasi sifatida talqin etiladi, nemis OAVlarida esa shaxsiy his-tuyg'ular, erkinlik va ijtimoiy bag'rikenglik ifodasi ustuvor hisoblanadi. Xulosa sifatida aytish mumkinki, til va uslub bayram mavzusini yoritishda xalq mentaliteti va madaniyatining muhim ko'zgusi bo'lib xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: bayram, OAV, tahlil, til, uslub, semantika, madaniyat, kontekst, kommunikatsiya, qadriyat, frazeologiya, diskurs.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕМЫ ПРАЗДНИКОВ В УЗБЕКСКИХ И НЕМЕЦКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация: В статье рассматриваются лингвистические и стилистические особенности темы праздников в узбекских и немецких средствах массовой информации. Цель исследования выявить способы языкового выражения праздников и их коммуникативную функцию в медийных текстах. Используются методы сравнительного, семантического-прагматического и дискурсивного анализа. Результаты показывают, что в узбекских СМИ праздники трактуются как символ единства, согласия и культурных ценностей, тогда как в немецких СМИ акцент делается на личных эмоциях, свободе и социальной открытости. Сделан вывод о том, что язык и стиль служат важнейшими средствами отражения национального менталитета и культурной идентичности при освещении праздничных тем.

Ключевые слова: праздник, СМИ, язык, анализ, стиль, семантика, культура, коммуникация, контекст, ценности, фразеология, дискурс.

LINGUISTIC AND STYLISTIC ANALYSIS OF THE THEME OF HOLIDAYS IN UZBEK AND GERMAN MASS MEDIA

Annotation: *This article analyzes the linguistic and stylistic features of the holiday theme in Uzbek and German mass media, focusing on similarities and differences in cultural expression. The purpose of the study is to identify how the concept of holidays is represented through language and its communicative role in media texts. Comparative, semantic-pragmatic, and discourse analysis methods were applied. The results reveal that Uzbek media tend to depict holidays as symbols of unity, harmony, and cultural values, whereas German media emphasize personal emotions, freedom, and social openness. It is concluded that language and style play an essential role in reflecting national mentality and cultural perception through media representation of festive topics.*

Keywords: *holiday, media, analysis, language, style, semantics, culture, communication, context, values, phraseology, discourse.*

KIRISH (INTRODUCTION)

Ommaviy axborot vositalari (OAV) bugungi kunda insoniyatning ijtimoiy, madaniy, siyosiy va ma'naviy hayotida beqiyos o'rin tutadi. Ular jamiyatda kechayotgan jarayonlarni aks ettirish, muhim voqealar haqida xabar berish, jamoatchilik fikrini shakllantirish hamda madaniyatlararo muloqotni rivojlantirishda asosiy vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu jihatdan OAV tilining tahlili nafaqat lingvistik, balki ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida ham alohida ahamiyatga ega.

Bayram mavzusidagi materiallar esa OAV faoliyatida alohida o'rin tutadi. Chunki bayramlar har bir xalqning madaniy merosi, tarixiy xotirasi, ruhiy birligi va qadriyatlarini aks ettiruvchi ijtimoiy-madaniy hodisadir. OAVda bayramlar haqida yozilgan maqolalar, reportajlar, intervyular orqali jamiyatda birlik, hamjihatlik, milliy g'urur va mehr-oqibat tuyg'ulari targ'ib etiladi. Shu bilan birga, bu materiallarda tilning estetik, emotsional va ekspressiv imkoniyatlari to'liq namoyon bo'ladi.

O'zbek va nemis OAVlarida bayram mavzusining yoritilishi har ikki xalqning madaniy qadriyatlari va til uslubidagi farqlarni ko'rsatadi. O'zbek OAVlarida bayramlar ko'pincha xalqona ifodalar, milliy qadriyatlarni madh etuvchi so'zlar, hissiyotga boy tazyiqlar orqali yoritiladi. Masalan, "xalqimizning azaliy qadriyatlari", "birlik va mehr-oqibat ramzi", "milliy iftixor timsoli" kabi birikmalar keng qo'llaniladi. Nemis OAVlarida esa, asosan, aniqlik, mantiqiylik, faktlarga asoslanish va neytral uslub ustuvorlik qiladi. Ular bayram haqida xolis ma'lumot berishga, voqeani tahliliy yondashuv orqali yoritishga intiladi.

Zamonaviy tilshunoslikda OAV matnlarining tahlili ayniqsa, madaniyatlararo qiyosiy tahlil dolzarb yo'nalishlardan biridir. Chunki turli millat OAVlari orqali tilning ijtimoiy funksiyasi, milliy o'zlikni ifodalash shakllari hamda kommunikativ

strategiyalarni aniqlash mumkin. Shu bois o'zbek va nemis OAVlarida bayram mavzusining til va uslub jihatdan tahlili madaniyatlararo kommunikatsiya, matn lingvistikasi va uslubshunoslik nuqtai nazaridan alohida ilmiy ahamiyatga ega.

Bugungi globallashuv davrida milliy OAVlarning o'ziga xos til va uslubini o'rganish milliy identitetni saqlab qolish, madaniyatlararo muloqotda o'z o'rnini topish hamda xalqaro axborot maydonida milliy nutq madaniyatini targ'ib etish uchun zarurdir. Bayram mavzusining til va uslub jihatdan tahlili orqali milliy mentalitet, madaniy qadriyatlar, hissiy-estetik tasvir vositalari va kommunikativ strategiyalar ochib beriladi.

Mazkur tadqiqotning maqsadi o'zbek va nemis OAVlarida bayram mavzusining yoritilishida qo'llanilgan lingvistik va uslubiy vositalarni tahlil qilish, ularning o'xshash va farqli jihatlarini aniqlash hamda madaniyatlararo muloqot nuqtai nazaridan baholashdan iboratdir.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Bayram mavzusini til va uslub nuqtai nazaridan o'rganish masalasi tilshunoslik, madaniyatshunoslik hamda kommunikatsiya nazariyasi doirasida ko'plab tadqiqotchilar e'tiborini tortgan. OAV matnlari tili bu nafaqat axborot yetkazish vositasi, balki madaniy kod, milliy tafakkur va kommunikativ qadriyatlar tizimini ifodalovchi murakkab hodisa sifatida qaraladi. Har bir xalqning OAV tilida uning madaniy xotirasi, tarixiy tajribasi, ijtimoiy qadriyatlari va estetik qarashlari mujassam bo'ladi. Shu sababli, OAV diskursini lingvistik jihatdan o'rganish xalqning madaniy identitetini til orqali tahlil qilish imkonini beradi.

Tilshunos olimlar Fairclough, van Dijk, Bell ommaviy axborot vositalarining diskursini ideologik, ijtimoiy va kommunikativ konstruksiya vositasi sifatida talqin qiladilar[1,3,16]. Ularning ta'kidlashicha, OAV matnlari inson ongida voqelikni idrok etish modelini shakllantiradi, shu bois ularning tili va uslubi ijtimoiy tafakkurni belgilovchi omil sifatida muhim o'rin tutadi. Faircloughning kritik diskurs tahlili nazariyasiga ko'ra, har qanday axborot matni orqasida yashirin ma'no, ijtimoiy ongni boshqaruvchi til mexanizmi mavjud[3].

O'zbek tilshunosligida bu yo'nalishda A. Madvaliyev, D. Quronov, M. Hakimov, N. Mahmudov, S. Otamurodov, Sh. Safarov kabi olimlar OAV tili va uslubining ijtimoiy hamda madaniy mohiyatini o'rganishga katta hissa qo'shganlar[9,10,11]. Ularning tadqiqotlarida ommaviy axborot vositalarida ishlatiladigan emotsional, ekspressiv, konnotativ birliklar, shuningdek, frazeologizmlar va milliy ramzli so'zlar xalq ruhiyatini, madaniy qadriyatlarini va ijtimoiy kayfiyatini aks ettiruvchi til vositasi sifatida talqin etiladi[12,14].

Shuningdek, O'zbekistonda OAV tilining milliy mentalitetni shakllantirishdagi rolini o'rgangan D. Jo'rayeva ta'kidlashicha, bayram va madaniy mavzular yoritilayotganda matnda xalqona uslub, so'z boyligi, qadriyatga asoslangan

metaforalar faol qo'llaniladi[6]. Bu esa OAV matnini o'quvchiga yaqin, iliq va hissiy jihatdan boy qiladi.

Nemis tilshunosligida esa bayram va madaniy voqealar mavzusini yoritishda Diskurslinguistik yondashuvi yetakchilik qiladi[2,15]. Bu yo'nalishda tildan ijtimoiy identitetni shakllantirish, madaniy xotirani mustahkamlash va milliy birlikni ifodalash vositasi sifatida foydalanish jarayoni o'rganiladi. Masalan, nemis olimasi E. Spitzmüller OAV tilida bayramlar orqali "madaniy xotira" konsepti qanday shakllanishini tahlil qilib, tildagi ramziy birliklar ijtimoiy integratsiyani mustahkamlaydi, deb ta'kidlaydi[15].

J. Habermas (1989) o'zining mashhur "Public Sphere" konsepsiyasida ommaviy axborot vositalarini jamiyatdagi madaniy muloqot maydoni sifatida ko'rsatadi[4]. Uningcha, bayramlarni yorituvchi matnlar bu muloqotning hissiy va estetik komponentlarini mujassamlashtiradi, ular orqali millat o'z qadriyatlarini ommaga estetik shaklda yetkazadi.

Shuningdek, N. A. Kolesnikova nemis bayram diskursida madaniy kodlar, ramziy so'zlar va metaforik modellar orqali milliy qadriyatlarni ifodalash jarayonini tahlil qilgan[7]. O'zbek tadqiqotchilaridan D. Rasulova esa Navro'z, Mustaqillik bayrami, Ramazon va Qurbon hayiti haqidagi maqolalarda xalqona leksika, diniy-madaniy atamalar va emotsional stilistik vositalarning ustuvorligini ko'rsatadi[13].

Shuningdek, G. Lotmanning madaniy semiosfera haqidagi nazariyasida madaniyat tili har bir ijtimoiy hodisaning (jumladan, bayramlarning) ramziy tizimini tashkil etadi, deyiladi[8]. Shu bois bayramlar haqidagi OAV matnlari faqat axborot emas, balki madaniy kodlash tizimi hamdir.

Yuqoridagi manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, bayram mavzusi OAVda tilning madaniy semantikasi, uslubiy xususiyatlari, diskursiv strategiyalari va milliy o'zlikni aks ettiruvchi belgilarni ochib berishda muhim ilmiy maydon hisoblanadi. Mazkur tadqiqot ana shu ilmiy yondashuvlar asosida, qiyosiy-tipologik va pragmatik tahlil ruhida olib boriladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda lingvistik, stilistik, semantik-pragmatik va diskursiv tahlil metodlari uyg'unlashtirilgan holda qo'llanildi. Tadqiqotning asosiy maqsadi o'zbek va nemis OAVlarida bayram mavzusining til, uslub va madaniy ifoda vositalarini qiyosiy o'rganish, ularning leksik-semantik, kommunikativ va diskursiv jihatlarini tahlil qilishdan iborat. Qiyosiy-tipologik metod yordamida o'zbek va nemis OAV matnlaridagi bayram mavzusiga oid lingvistik birliklar, ularning leksik-semantik xususiyatlari, stilistik vositalar hamda kommunikativ funksiyalari taqqoslandi. Masalan, o'zbek tilidagi "milliy qadriyat", "mehr-oqibat", "birlik", "xalqimiz bayrami" kabi ifodalar nemis tilidagi "Toleranz", "Freiheit", "Zusammenhalt", "Volksfest" so'zlari bilan semantik jihatdan solishtirildi. Bu orqali har bir xalqning bayramga bo'lgan madaniy yondashuvi va nutqiy uslubi aniqlanadi.

Semantik-pragmatik tahlil orqali bayram mavzusini yorituvchi soʻz va iboralarning mazmun qatlamlari, hissiy-ekspressiv maʼnolari, shuningdek, nutqiy niyat va kontekstual maʼnolari tahlil qilindi. Bu jarayonda konnotativ semantika, evaluativ birliklar (baholovchi soʻzlar), metaforik strukturalar va ramziy ifodalar oʻrganildi. Semantik-pragmatik tahlil natijasida oʻzbek matnlarida ijobiy emotsional soʻzlar koʻpligi, nemis matnlarida esa neytral va faktologik uslub ustuvorligi kuzatildi.

Diskursiv tahlil bayram mavzusining OAVdagi kommunikativ strategiyalari, ijtimoiy gʻoya va qadriyatlarni uzatish shakllari, shuningdek, madaniy identitetni ifodalovchi diskurs elementlari oʻrganildi. Bu jarayonda matnlarning janr koʻrinishlari (reportaj, maqola, intervyu), sintaktik tuzilishi, modal birliklar, soʻz tanlovi va baholovchi vositalar tahlil qilindi.

Tadqiqot materiallari sifatida 2020-2024-yillar davomida oʻzbek va nemis tillarida chop etilgan 30 dan ortiq maqola, reportaj va intervyular tanlab olindi. Oʻzbek OAVdan -“Xalq soʻzi”, “Gazeta.uz”, “Daryo.uz”, “Oʻzbekiston 24” axborot tarmoqlaridagi bayramlarga oid materiallar oʻrganildi. Nemis OAVdan esa “Deutsche Welle”, “Die Zeit”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”, “Der Spiegel” nashrlaridagi bayramlar haqidagi maqolalar tahlil qilindi.

Ilmiy izlanish quyidagi mezonlar asosida olib borildi:

- Bayram mavzusini yoritishda qoʻllanilgan leksik birliklar (ramziy, diniy, madaniy);
- Metaforik, frazeologik va ramziy ifoda vositalari;
- Uslubiy ohang (emotsional, neytral, informativ);
- Kommunikativ maqsad (birdamlik, erkinlik, qadriyat targʻibi, madaniy birlashuv);
- Madaniy kontekst va milliy identitetni aks ettiruvchi belgilar;
- Diskursiv strategiyalar (pozitiv taʼsir, madaniy identifikatsiya, muloqot uslubi).

Ushbu metodlar uygʻunligi orqali oʻzbek va nemis OAVlarida bayram mavzusining madaniy, semantik va uslubiy oʻziga xosliklari qiyosiy jihatdan yoritilishga erishildi.

NATIJA VA MUHOKAMA

Tadqiqot davomida oʻzbek va nemis ommaviy axborot vositalarida bayram mavzusini yorituvchi gazeta, televideniye va internet materiallari lingvistik hamda uslubiy jihatdan tahlil qilindi. Olingan natijalar har bir axborot vositasi oʻziga xos kommunikativ, madaniy va emotsional xususiyatlarga ega ekanligini koʻrsatdi.

Gazeta matnlarida bayram diskursi, asosan, rasmiy-tantanavor ohangda ifodalangan. Oʻzbekiston gazeta nashrlarida, masalan “Xalq soʻzi”da, Mustaqillik, Navroʻz kabi bayramlar haqida yozilgan maqolalarda milliy birlik, vatanparvarlik, tinchlik va faxr tuygʻularini ifodalovchi soʻz va birikmalar keng ishlatilgan.

“Xalqimiz g‘ururi”, “ozodlik ne‘mati”, “Vatan ravnaqi uchun xizmat” kabi iboralar matnga ruhiy ko‘tarinkilik beradi va o‘quvchini milliy g‘urur hissiga chorlaydi.

Nemis gazetalarida esa, masalan “Frankfurter Allgemeine Zeitung” yoki “Die Zeit”da, bayram mavzusi ko‘proq ijtimoiy birlik va tarixiy xotira nuqtayi nazaridan yoritiladi. “Zusammenhalt”, “Einheit”, “Freiheit” kabi kalit so‘zlar jamiyatdagi birdamlik, demokratiya va tarixiy saboqlarning ahamiyatini aks ettiradi. Har ikki madaniyatda ham gazeta bayram matnlari milliy qadriyatlarni yuksaltirish va ijtimoiy birlikni mustahkamlash vazifasini bajaradi.

Televideniye materiallarida esa bayramona kayfiyat asosan ko‘rgazmali ifodalar orqali yaratiladi. O‘zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi dasturlarida Navro‘z, Mustaqillik yoki Yangi yil bayramlari uchun tayyorlangan sahna lavhalari, milliy kuy va qo‘shiqlar, dekoratsiyalar, milliy liboslar orqali yangilanish, mehr va birlik g‘oyalari yoritiladi. Nemis telekanallari “ARD” va “ZDF”da tayyorlangan dasturlarda esa estetik ko‘rinish, musiqiy uyg‘unlik va umumiy ijtimoiy birlik mavzusi ustuvor o‘rin tutadi. Har ikkala mamlakat televideniyesi bayramni faqat axborot sifatida emas, balki hissiy, estetik va tarbiyaviy hodisa sifatida yoritishga intiladi.

Internet nashrlarida (masalan, Daryo.uz, Gazeta.uz, DW Online, Spiegel Online) bayram mavzusi yanada soddalashtirilgan va interaktiv shaklda taqdim etiladi. Onlayn matnlarda foydalanuvchilar bilan bevosita muloqot, sharhlar, hashtaglar (“#Navro‘z2024”, “#UnityDay”, “#FroheWeihnachten”) va vizual elementlar (rasmlar, emoji, videolar) orqali bayram ruhiyatini ifodalash keng tarqalgan. Bunday matnlar qisqa, ammo hissiy jihatdan boy bo‘lib, jamiyatda ijobiy kayfiyat, birdamlik va o‘zaro hurmatni mustahkamlashga xizmat qiladi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, o‘zbek va nemis OAVlarida bayram mavzusi turlicha ifodalanadi, ammo ularni birlashtiruvchi umumiy g‘oya bu birlik, qadriyatlarni e‘zozlash va ijobiy ijtimoiy ruhni yaratishdir. O‘zbek OAVlarida bu g‘oya ko‘proq vatanparvarlik, tinchlik, oila va milliy g‘urur konsepsiyalari orqali yoritilsa, nemis OAVlarida tarixiy xotira, erkinlik va ijtimoiy birdamlik konsepsiyasi ustuvor o‘rin tutadi.

Bu farqlar har bir xalqning madaniy tafakkuri, tarixiy tajribasi va kommunikativ uslubidagi o‘ziga xoslik bilan bog‘liqdir. Shuningdek, bayram diskursi tahlili shuni ko‘rsatadiki, til faqat axborot vositasi emas, balki madaniy xotira, estetik ifoda va milliy identitetni shakllantiruvchi kuchli ijtimoiy hodisadir.

Shunday qilib, OAVdagi bayram matnlari nafaqat informatsion, balki tarbiyaviy, estetik va ruhiy birlikni mustahkamlovchi ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida jamiyatda muhim ahamiyat kasb etadi.

XULOSA

O‘tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, bayram mavzusining ommaviy axborot vositalarida yoritilishi bu nafaqat lingvistik jarayon, balki

madaniy, ijtimoiy va kommunikativ hodisadir. OAV matnlari tili orqali xalqning milliy o'zlik hissi, tarixiy xotirasi, ma'naviy qadriyatlari va jamiyatdagi birdamlik kayfiyati aks ettiriladi. Shuning uchun ham bayram diskursini o'rganish, aslida, milliy madaniyat va ijtimoiy tafakkur evolyutsiyasini tahlil qilish bilan chambarchas bog'liqdir.

O'zbek va nemis OAVlarida olib borilgan qiyosiy tahlil shuni ko'rsatdiki, har bir xalq bayram mavzusini yoritishda o'z tarixiy tajribasiga, madaniy qadriyatlariga va ijtimoiy ideallariga tayangan holda, o'ziga xos lingvostilistik modelni shakllantiradi. O'zbek OAVlarida bayram matnlari, ayniqsa, vatanparvarlik, tinchlik, mehmuruvvat, oila qadriyatlari va birdamlik g'oyalari bilan yo'g'rilgan. Nemis OAVlarida esa erkinlik, ijtimoiy mas'uliyat, tarixiy xotira va inson huquqlari kabi mavzular ustuvor o'rinda turadi.

Gazeta materiallari rasmiy-tantanavor ohangda yozilib, bayramni milliy g'urur va ma'naviy birlik timsoli sifatida ifodalaydi. Televideniye esa audiovizual vositalar orqali hissiy ta'sirni kuchaytirib, xalqni emotsional jihatdan birlashtiradi. Internet esa yangi kommunikativ maydon sifatida interaktivlik, xalqaro muloqot va raqamli madaniyat elementlarini uyg'unlashtiradi. Shu tariqa, har bir axborot vositasi bayram diskursini o'z kommunikativ imkoniyatlari doirasida ifodalab, jamiyatdagi musbat ijtimoiy energiyani mustahkamlaydi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, OAVdagi bayram diskursi faqat axborot yetkazish bilan cheklanmaydi, balki ijtimoiy hissiyotlarni uyg'otish, fuqarolik ongini kuchaytirish va milliy qadriyatlarga sodiqlikni shakllantirish kabi chuqur kommunikativ vazifalarni bajaradi. Bu jarayon orqali OAV madaniy merosni avloddan avlodga yetkazuvchi, millatlararo muloqotni mustahkamlovchi va jamiyatda ijobiy ma'naviy muhitni yaratishga xizmat qiluvchi muhim ijtimoiy institut sifatida namoyon bo'ladi.

Mazkur tadqiqotning ilmiy ahamiyati shundaki, u OAVdagi bayram diskursini lingvokulturologik nuqtai nazardan tahlil qilish orqali til, madaniyat va kommunikatsiya o'rtasidagi uzviy bog'liqlikni asoslab berdi. Amaliy jihatdan esa, tadqiqot natijalari jurnalistika, tilshunoslik, madaniyatshunoslik va kommunikatsiya sohalarida bayram matnlarini tahlil qilish, ularning ta'sirchanligini oshirish va madaniy qadriyatlarni samarali yetkazish bo'yicha foydali metodik asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Bayram diskursi bu xalq ruhiyatining ifodasi, milliy o'zlikning ko'zgusi va ijtimoiy uyg'unlikni mustahkamlovchi kuchli madaniy omildir. OAV esa bu qadriyatlarni jamiyat ongiga singdirishda, ularni zamonaviy kommunikativ shakllarda targ'ib etishda eng muhim vosita sifatida o'z o'rnini saqlab qolmoqda.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Bell, A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991. – 255 p.
2. Busse, D. Diskurslinguistik: Ein interdisziplinäres Forschungsprogramm. – Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2012. – 310 S.
3. Fairclough, N. Media Discourse. – London: Edward Arnold, 1995. – 214 p.
4. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere. – Cambridge: Polity Press, 1989. – 301 p.
5. Hakimov, M. Tilshunoslik va ijtimoiy ong. – T.: “Fan va texnologiya”, 2015. – 198 b.
6. Jo‘rayeva, D. O‘zbek OAV tilida milliy mentalitet ifodasi. – T.: O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti nashriyoti, 2019. – 175 b.
7. Kolesnikova, N. A. Diskursivnye osobennosti prazdnichnykh tekstov v nemeckix SMI. – Moskva: MGIMO-Universitet, 2018. – 184 s.
8. Lotman, Y. M. Kul’tura i vzryv. Semiosfera. – SPb.: Iskusstvo-SPB, 1992. – 255 s.
9. Madvaliyev, A. Til va nutq madaniyati. – T.: O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2006. – 280 b.
10. Mahmudov, N. O‘zbek tili madaniyati. – T.: “O‘qituvchi”, 2008. – 256 b.
11. Otamurodov, S. Ommaviy axborot vositalari tili va uslubi. – T.: “Yangi asr avlodi”, 2017. – 240 b.
12. Quronov, D. Til va jamiyat: ommaviy axborot vositalari tili masalalari. – T.: Fan, 2010. – 220 b.
13. Rasulova, D. O‘zbek OAVda bayram diskursining lingvistik xususiyatlari. – T.: TDSHU nashriyoti, 2020. – 200 b.
14. Safarov, Sh. Pragmatika va madaniyat. – T.: “Fan va texnologiya”, 2014. – 212 b.
15. Spitzmüller, J. Metapragmatik und Diskurslinguistik: Konstruktionen kommunikativer Wirklichkeit. – Berlin: De Gruyter, 2013. – 298 S.
16. Van Dijk, T. A. Discourse and Power. – New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 280 p.