

Zamonaviy ommaviy axborot vositalarining lingvomadaniyati

Anvardinova Ozoda Zokirjon qizi
ll1218970@gmail.com

Doktarant

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Annotatsiya. Maqolada bugungi kunda ommaviy axborot vositalari tomonidan yo'l qo'yilayotgan adabiy til me'yorlari haqida gap boradi. Unda chet tilidan kirib kelgan so'zlarning ishlatilishi tahlil va tanqid qilingan. Maqolada nima uchun asl tildagi ba'zi so'zlar va iboralar ishlatilmayapkani va ulaning o'rniga yangicha kirib kelgan so'zlar milliy lug'atimizdagi noyob so'zlarning yoqolib ketishiga sabab bo'lishi ko'rib chiqilgan. Ushbu muammolarni hal qilish uchun yechimlar taqdim etilgan. Bundan tashqari, aynan ommaviy axborot vositalari ko'plab til egalari uchun til normasi haqidagi tasavvurlarning asosiy manbai bo'lib xizmat qiladi, til ta'mini shakllantiradi. To'rtinchi homkimyat sanalgan ommaviy axborot vositalaridagi turli chiqishlarning adabiy til me'yorlariga rioya qilishi o'sib kelayotgan yosh avlodga namuna bo'libgina qolmay, milliy tilimizning o'ziga xos modeli yoqolmasligini ta'minlaydi.

Kalit so'zlar: ommaviy axborot vositalari, til me'yorlari, o'zlashtirmalar, qo'shimchalar, nutq madaniyati, nutqiy xatolar.

Лингвистическая культура современных средств массовой информации.

Анвардинова Озода Закирджонова.

ll1218970@gmail.com

Докторант

Узбекский государственный университет мировых языков

Аннотация. В статье говорится о стандартах литературного языка, используемых сегодня средствами массовой информации. Анализируется и критикуется использование иностранных слов. В статье рассматривается, почему некоторые слова и словосочетания в языке оригинала не используются, а также почему вместо них вошли новые слова, что привело к исчезновению уникальных слов в нашем национальном словаре. Предусмотрены решения для решения этих проблем. Кроме того, именно средства массовой информации служат для многих носителей основным источником представлений о языковой норме, формируют языковой вкус. Соблюдение норм литературного языка при различных выступлениях в средствах массовой информации, которое считается четвертым правом, не только служит примером для молодого поколения, но и гарантирует, что уникальная модель нашего национального языка не сгорит.

Ключевые слова: средства массовой информации, языковые нормы, приобретения, дополнения, речевая культура, речевые ошибки.

Linguistic culture of modern mass media

Anvardinova Ozoda Zokirjon qizi

ll1218970@gmail.com

Doctoral candidate

Uzbekiston State World Languages University

Annotation. The article discusses the literary language norms adopted by the mass media today. It analyzes and criticizes the use of words imported from foreign languages. The article

examines why some words and expressions in the original language are not used, and the new words that have replaced them cause the disappearance of unique words in our national dictionary. Solutions are provided to solve these problems. In addition, it is the mass media that serve as the main source of ideas about language norms for many language owners and form language tastes. The adherence to literary language norms in various media outlets, which are considered the fourth pillar of democracy, not only serves as an example for the younger generation, but also ensures that the unique model of our national language is not lost.

Keywords: *media, language norms, appropriations, additions, speech culture, speech errors.*

Zamonaviy jamiyatda lisoniy, ijtimoiy-psixologik va madaniy hayotni belgilashda ommaviy axborot vositalarining o'rnini katta. Ommaviy axborot vositalari hayotimizga mustahkam kirib, odamlarning tafakkuriga ham, dunyoqarashiga ham, zamonaviy madaniyatga ham o'z ta'sirini o'tkazmoqda. Aynan ommaviy axborot vositalari tili lisoniy mavjudlikning asosiy shakllaridan biri hisoblanadi, chunki u eng zamonaviy tarqatish vositalariga ega bo'lib, adabiy me'yorga faol ta'sir ko'rsatib, milliy tilning o'ziga xos modeli rolini o'ynaydi.

Bugungi kunda hayotimizni ommaviy axborot vositalarisiz tasavvur qila olmaymiz. Biz doimo televizor orqali yangiliklarni kuzatib boramiz, matbuotdagi qiziqarli maqolalarni o'qiyamiz, internetda do'stlar bilan muloqot qilamiz. Yoshlar ommaviy axborot vositalariga faol murojaat qilmoqda. U butun dunyoda sodir bo'layotgan voqealardan xabardor bo'lishni istaydi.

Ommaviy kommunikatsiyaning yagona tizimiga birlashtirilgan ommaviy axborot vositalari (OAV) ijtimoiy funksiyalarning umumiyliigi va kommunikativ jarayonning o'ziga xos tuzilishi tufayli texnologik jihatdan maksimal darajada odamlarning axborot ehtiyojlarini universal va tezkor qondirish qobiliyatiga ega. Shu bilan birga, ularning ongi va xulq-atvoriga ta'sir o'tkazish, ularning dunyoqarashi va dunyoqarashini shakllantirish, ularning dialektik "yig'indisi" ijtimoiy-madaniy qadriyatlarining barqaror tizimini tashkil qiladi. Shu bilan birga, ommaviy axborot vositalari o'quvchi omma (auditoriya) ning lingvomadaniyatiga, bir tomondan, ularga xos bo'lgan lingvistik amaliyot va ikkinchi tomondan, lingvistik bilimlarni tarqatish orqali ta'sir ko'rsatadi.

Yuqorida aytib o'tilganidek, nutqiy portret shaxsning individual va kasbiy sifatlarining muhim xarakteristikasidir. Afsuski, so'nggi paytlarda zamonaviy o'spirinlarning nutqi kam va pala-partish, shuningdek, iboralar qurilishi darajasida kesik ekanligi tobora ko'proq qayd etilmoqda. Tushunarli bo'lish istagi o'z fikrlarini chiroyli va to'g'ri ifodalash istagidan yuqori turadi. Zamonaviy yoshlar nutqida sodir bo'layotgan jarayonlarga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi? Albatta, asosiy ta'sir etuvchi omil muloqot muhiti hisoblanadi. O'smirning atrofidagi nutq madaniyatining umumiy darajasining pasayishi uning nutq madaniyatining pasayishiga olib keladi. Zamonaviy dunyo va jamiyat aql bovar qilmaydigan darajada dinamik va tez rivojlanmoqda, yangi tendensiyalar va tendensiyalar zamonaviy insondan reaksiya va harakatlar tezkorligini talab qilmoqda, nutq ko'plab qisqa iboralar bilan to'lib toshmoqda. Ikkinchidan, internetdan foydalanish imkoniyati cheklanmaganligi sababli, o'smirlar kam o'qishni boshladilar.

Umuman olganda, madaniyat ideallariga xizmat qilgan jurnalistika global axborot jamiyati bo'sag'asida ijtimoiy-kommunikativ xarakterdagi ko'plab xavotir va xavotirlarni ochib berishga hamda shaxsni, guruhni, jamiyatni moddiy va ma'naviy taraqqiyotga yetaklovchi bilish uchun real imkoniyatlarni berishga qodir. Jurnalistlar faoliyati aniq maqsadlardan – odamlarni xabardor qilish, bilimlarni tarqatish, jamoatchilik fikrini shakllantirish, fuqarolarni tarbiyalashdan tashqari, yanada chuqurroq, ijtimoiy va tarixiy jihatdan belgilangan maqsadni ko'zlaydi: sivilizatsiyalashgan jamiyatni tashkil etishning yangi turini yaratish va takomillashtirish.

Rimlik faylasuf, shoir va davlat arbobining inson nutqi haqidagi fikrlariga qo'shilmaslik qiyin. Odamning tashqi ko'rinishi birinchi taassurot qoldiradi, bu taassurot suhbat davomida butunlay buzilishi yoki aksincha tuzatilishi mumkin. Ta'rifga ko'ra, "nutqiy portret" – bu inson tilining o'ziga xos xususiyatlari majmui bo'lib, uning nutq madaniyati darajasini ko'rsatadi. Inson nutqi bizga inson

haqida ko'p narsalarni bilishga yordam berishi mumkin: nutq orqali insonning jinsi va yoshi, yashash joyi, millati, ma'lumot darajasi, shuningdek, madaniyat va tarbiya darajasini aniqlash mumkin.

Nutq madaniyati ham alohida shaxs, ham butun jamiyat madaniyatining ko'rsatkichlaridan biridir. Madaniy merosga, shu jumladan, o'zbek tiliga nisbatan qanchalik ehtiyotkorona munosabatda bo'lsak, milliy madaniyat ham shunchalik uzoq saqlanib qoladi. Tilning insonga ta'siri, uning tafakkur tarzi va xulq-atvori bevosita ommaviy kommunikatsiya vositalari bilan bog'liq. Uning bo'sh vaqtini to'ldirish va dunyoning holati haqida ma'lumot berish orqali ommaviy axborot vositalari uning dunyoqarashi va zamonaviy madaniyatiga ta'sir ko'rsatadi. Shuning uchun zamonaviy Rossiyada jamiyatda yuqori axborot-lisoniy madaniyatni shakllantirish, til an'analari va nutq madaniyatini saqlab qolish masalasi ayniqsa dolzarbdir (foxford.ru, 2000; 15).

Aynan ommaviy axborot vositalarida nutq madaniyati teleradio eshittirishlarning professional darajasini, ularning publitsistik va badiiy to'laqonliligini aniqlashga imkon beradigan asosiy xususiyatlardan biridir. Va birinchi navbatda, uni boshlovchilar nutq madaniyatining xususiyatlari belgilaydi. Mustaqillikning ilk yillarida radio yoki televidenie diktoring nutqi me'yorning shakshubhasiz namunasi edi. Nutqiy xatolar deyarli uchramadi. Afsuski, bugungi kunda bunday deyish mumkin emas, ammo ayrim teleradiokanallarda diktorlarning nutq xatolarini oldini olish choralari ko'rilmoqda.

Aholining savodxonligini oshirishda ommaviy axborot vositalarining tili muhim o'rin tutadi. Senzuraning bekor qilinishi jonli efirda spontan og'zaki nutqning paydo bo'lishiga, turli ma'lumot va madaniyat darajasiga ega bo'lgan shaxslarning muloqotda ishtirok etishiga olib keldi (Vishneva & Shaginyan, 2016; 61-64). Natijada ommaviy axborot vositalarida madaniy-nutqiy darajaning pasayishi tabiiy ravishdazamonaviy jamiyatdagi o'zbek tilining holatiga ta'sir qiladi. So'nggi o'n yillikda ommaviy axborot vositalari tilining o'ziga xos xususiyatlaridan biri chet tillardan va birinchi navbatda ingliz tilidan asossiz o'zlashmalarning ko'pligidir. Inglizcha asossiz o'zlashmalar hozir hamma joyda: siyosatda, matbuotda, reklamada, radio va televideniada, tadbirkorlar, yoshlar nutqida qo'llaniladi. Ona tilimiz asta-sekin ifloslanib bormoqda.

O'zbek tilidagi his-xayajonga to'la undovlar tobora kam ishlatiyapti. Mashhur "vau" allaqachon ularning o'rnini egallagan. Professional sohada operatorlar, qabul qiluvchilar, agentlar, ma'murlar, kadrlar deyarli qolmagan. Hammasi – menejerlar, distribyutorlar, marketologlar, dilerlarga alishgan. Hatto tirnoq servis ustalari ham endi manikyurchilar deb atala boshlandi. Ko'pincha, bunday o'zlashmalar allaqachon ruslashgan so'zlar o'rniga ishlatiladi: sendvich (buterbrod), xit (shlyager), layn, va boshqalar. Tobora ko'proq shaxsiy qo'riqchini "bodigard", qo'riqchini esa "sekyuriti", deb atashadi. O'yinchi "geymer"ga aylandi. Moda bo'lish – bu trendda bo'lish demakdir.

Atrofimizni yaxlit "house": "townhouse", "coffee house", "gril house", shuningdek va hatto "home kredit" lar o'rab olganini sezmay qoldik. Do'kon so'zi endi deyarli uchramaydi. Hamma joyda Karzinka va megamollar bor. Biz bu so'zlarga o'rganib qolganmiz. Ammo ko'pchilik uchun tushunarsiz bo'lib qolayotgan yana ko'plab narsalar mavjud: xeshteg, krossorfinq, anderrayter, fandrayer, kraudfanding, layfxak, vorkshop, emoji va boshqalar.

OAVni to'rtinchi hokimiyat deb atash bejiz emas. Har bir inson kundalik hayotida televideniE, radio yoki matbuot orqali beriladigan nutqning kuchli ta'sirini his qiladi. Aynan ular ko'pchilik til sohiblari uchun til me'yorlari haqidagi tasavvurlarning asosiy manbai bo'lib xizmat qiladi va til didini shakllantiradi. Imkon qadar "chiroyliroq" gapirish istagi shunday oddiy jumlanani ham o'zgartirib yuboradiki, "unga savollar bering" degan gap "unga savollar to'plang" ko'rinishiga aylanadi. OAV vakillari tomonidan til muhitining ifloslanishi nutq madaniyatiga salbiy ta'sir ko'rsatmay qolmaydi. Ko'plab o'zbek tili sohiblarida, shu jumladan oliy ma'lumotli kishilarda ham, og'zaki va yozma nutqdagi qo'pol xatolar uchun tabiiy uyat hissi yo'qoldi.

Vahti-vahti bilan jilovsizlanishga aylanadigan tilning ozodligi, tegishli javobni ololmaydigan til xatolarining ko'payishi lisoniy mas'uliyat hissini o'tmaslashtiradi. Jurnalistlar, boshlovchilar va diktorlar, dastur mualliflari auditoriya bilan keng muloqotga kirishar ekan, uni beixtiyor tarbiyalab,

o'zlari taklif etayotgan tilning talaffuz me'yorlarini o'zlashtirishga majbur qiladilar. Dastlab axborot va badiiy mahsulotni qayd etish, translyasiya qilish, konservatsiya qilish, ko'paytirishning sof texnik usullari sifatida paydo bo'lgan ommaviy axborot vositalari tez orada ommaviy ongga ta'sir ko'rsatishning qudratli vositasiga aylandi. Ommaviy axborot vositalarida to'g'ri rus tili televizion va radioeshittirishlarning professional darajasini, ularning publitsistik va badiiy to'liqligini belgilaydi. Aynan ommaviy axborot vositalari til me'yorlarini sezilarli darajada belgilaydi va aynan ular birinchi navbatda nutq madaniyatini oshirish bo'yicha ongli ishlarni amalga oshirishi kerak.

Zamonaviy ommaviy axborot vositalari, ayniqsa, televidenie bu vazifani to'liq bajarmayapti o'z ta'limiy funksiyasini o'lchaydi. Televizion ekranlarda ko'ngilochar dasturlarning ko'pligi nutqqa mutlaqo salbiy ta'sir ko'rsatuvchi eshittirishlar uchramoqda (bu ko'rsatuvlarning qahramonlari nutqni har qanaqasiga buzib ko'rsatadilar) (Boboyeva, 1976; 34-36).

Nutq madaniyati ham alohida shaxs, ham uning madaniyatining ko'rsatkichidir va umuman butun jamiyat. Madaniylikka qanchalik ehtiyotkorona munosabatda bo'lish kerak insoniyat tomonidan to'plangan merosga, shu jumladan rus tili bo'lsa, milliy madaniyat shuncha uzoq saqlanib qoladi. Savodli odamlar uchun til bilan o'ynash xavf tug'dirmaydi. Akademik V.G. Kostomarov tilining tanazzulga uchrashi masalasiga javob berdi: "Bizni qutqarish kerak, tilni emas" (Beskorovaynaya, 2004; 74). Til o'zgaraydi, dedi u yaxshi tomonga ham, yomon tomonga ham emas.

Aholining savodxonligini oshirishda OAV tili muhim o'rin tutadi. Senzuraning bekor qilinishi jonli efirda spontan og'zaki nutqning paydo bo'lishiga, turli ma'lumot va madaniyat darajasiga ega bo'lgan shaxslarning muloqotda ishtirok etishiga olib keldi. Natijada ommaviy axborot vositalarida madaniy-nutqiy darajaning pasayishi tabiiy ravishda zamonaviy jamiyatdagi rus tilining holatiga ta'sir qiladi. So'nggi o'n yillikda OAV tilining o'ziga xos xususiyatlaridan biri chet tillardan va birinchi navbatda ingliz tilidan va hatto ko'proq darajada Amerika ingliz tilidan asossiz o'zlashmalarning ko'pligidir. Inglizcha asossiz o'zlashmalar hozir hamma joyda: siyosatda, matbuotda, reklamada, radio va televideniya, tadbirkorlar, yoshlar nutqida qo'llaniladi. O'zbek tili asta-sekin ifloslanib bormoqda.

Ammo madaniy nutq nima, nutq madaniy yoki madaniy emasligini qanday aniqlash mumkin? Olimlar tomonidan madaniy nutqning bir nechta asosiy mezonlari ajratilgan. Quyida ulardan ba'zilarini ko'rib chiqamiz (Panin, 2004; 85):

- Nutqning to'g'riligi – muayyan davrda qabul qilingan adabiy-lisoniy me'yorlarga muvofiqlik.
- Nutqning aniqligi – yozuvchi yoki so'zlovchining fikrlariga mos keladi.
- Nutqning aniqligi – tinglovchi yoki o'quvchi tomonidan tushunarli bo'lishi. Mantiqiy nutq - mantiq qonunlariga muvofiqlik.
- Nutqning soddaligi – tabiiylik, bo'g'inning dabdabali emasligi. Nutq boyligi - qo'llaniladigan til vositalarining xilma-xilligi.
- Nutqning ixchamligi – ortiqcha so'zlarning, takrorlarning yo'qligi.
- Nutq sofligi – nutqda dialektal, jargon, xalqona, vulgar so'zlarning, shuningdek, agar ulardan foydalanishga hech qanday ehtiyoj bo'lmasa, chet tilidan kelib chiqqan so'zlarning bo'lmasligi.
- Nutqning jonliligi – ekspressivlik, obrazlilik, emotsionallikdir.
- Nutqning yoqimli jaranglashi – eshitish uchun yoqimli tovush talabiga javob berishi, ya'ni so'zlarning tovush tomonini hisobga olgan holda tanlanishi.

Xulosa ommaviy axborot vositalari tili tadqiq etilib, ommaviy axborot vositalarining ommaviy axborot iste'molchisiga ta'siri ko'rib chiqiladi. Ommaviy axborot vositalari tili, umuman, rus tili kabi, statik madaniy hodisa emas va doimiy ravishda deformatsiyaga uchraydi: yangi so'zlar va so'z shakllari paydo bo'ladi, turli neologizmlar kiritiladi va hokazo. Shu bilan birga, zamonaviy ommaviy axborot vositalari tilining salbiy xususiyatlaridan biri ham og'zaki, ham yozma muloqotda umumiy nutq madaniyatining yomonlashuvidir: bu yerda ko'pincha rus adabiy tili me'yorlarining qo'pol ravishda buzilishi, turli nutq xatolariga yo'l qo'yish, jargon va oddiy so'zlashuv leksikasidan

foydalanish, shuningdek, jurnalistlar nutqida feminivlar va okkazionalizmlarning asossiz qo‘llanilishiga duch kelish mumkin. Bunday hodisa umummilliy madaniyatning bir qismi sifatida rus tilining ahamiyati nuqtai nazaridan jamiyat uchun halokatlidir, chunki ko‘pincha auditoriya ommaviy axborot vositalari vakillarining savodsiz nutqini “o‘ziga singdiradi,” bu esa keyinchalik muqarrar ravishda aholining umumiy nutq madaniyatini shakllantiradi. Tadqiqot mualliflari taqdim etilayotgan kontent sifatiga ommaviy axborot vositalari vakillarining yanada mas’uliyatli munosabatda bo‘lishi zarur, degan xulosaga keladilar.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Beskorovaynaya, I.G. (2004). Assotsiativnyy eksperiment kak sposob rekonstruktsii fragmentov yazykovogo soznaniya. *Voprosy psixholingvistiki*, 2, 73-77.
2. Boboyeva, A. (1976). Gazeta tilining ba’zi grammatiko-stilisticheskikh xususiyatlari haqida. *Mukhbir*, 7, 34-36.
3. Foxford.ru. (2000). *Rechevoy portret. Russkiy yazyk, kultura rechi*. Foxford.
4. Panin, V.V. (2004). *Politicheskaya korrektnost’ kak kul’turno-povedencheskaya i yazykovaya kategoriya* (Doctoral dissertation).
5. Tseitlin, S.N. (2000). *Yazyk i rebenok: Lingvistika detskoy rechi*, 240.
6. Vishneva, L.I., & Shaginyan, I.A. (2016). Problemy funktsionirovaniya yazyka na sovremennom etape razvitiya nashego obshchestva. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 5(59), 61-64. Tambov: Gramota.