

OAVDA ZAMONAVIY O'ZBEK TILI MUAMMOLARI

Niyazova Munisa Mirjalol qizi

Annotatsiya. Maqola bosma nashrlar, televidenie va radio dasturlari, Internet kabi zamonaviy ommaviy axborot vositalari oynasida nutq madaniyati va ўzбек tili madaniyatining zamonaviy rivojlanishi muammolarini ko'rib chiqishga bag'ishlangan. Maqolada, shuningdek, axborot sifatining insonning muloqot va ma'lumotni idrok etish madaniyatini rivojlantirishga ta'siri muammolari ko'rib chiqiladi. Bundan tashqari, maqolada tashkilot tomonidan axborot xabarlarini malakali shakllantirish jihatlari ko'rib chiqiladi. Ijtimoiy tarmoqlar, forumlar va boshqalar kabi norasmiy axborot manbalarining Internetdagi ta'siri alohida ko'rib chiqiladi. Bu muammo nihoyatda dolzarbdir, chunki media makon til madaniyatini barkamol shakllantirish nuqtai nazaridan deyarli nazorat qilinmaydi, so'zlovchilar avlodlari o'zgaradi, buning natijasida ma'lumotlarni taqdim etish madaniyati rivojlanadi. Sovet Rossiyasida hozirgi vaqtda rivojlangan va ma'lumot berishning yangi madaniyati deyarli yo'qolgan. Shu bilan birga, kasbiy va ilmiy doiralarda ushbu muammoga etarlicha e'tibor berilmayapti, buning natijasida bu holat rivojlanmoqda.

Kalit so'zlar: ўzбек tili, ommaviy axborot vositalari, aloqa, uslub, madaniyat.

Ushbu maqolada “Ommaviy axborot vositalari” atamasi birmuncha kengroq bo‘lgan ommaviy axborot vositalari, jumladan, tashkilotlar uchun aloqa vositasi bo‘lgan forumlar va ijtimoiy tarmoqlar kabi rasmiy internet nashrlari bo‘lmagan internet resurslarini nazarda tutadi. Shuningdek, ushbu maqoladagi ommaviy axborot vositalari televidenie, radio, gazetalar, jurnallar, kitoblar va boshqalar kabi ommaviy axborot manbalari orqali uzatiladigan har qanday ma'lumotni anglatadi.

Zamonaviy ommaviy axborot vositalari jamiyatdagi lingvistik, ijtimoiy-psixologik va madaniy vaziyatni ko'p jihatdan belgilaydi. Insonni dunyo holatidan xabardor qilib, uning bo'sh vaqtini to'ldiradigan ommaviy axborot vositalari uning tafakkurining butun tuzilishiga, dunyoqarash uslubiga, bugungi kun madaniyatining turiga ta'sir qiladi.

Bugungi kunda ommaviy axborot vositalarining tili lingvistik mavjudlikning asosiy shakllaridan biri hisoblanadi. Ommaviy aloqa matnlarini tahlil qilish ma'ruzachilarning lingvistik qobiliyatlari va ma'lum bir davrda kuzatilgan adabiy tillarning rivojlanish tendentsiyalari to'g'risida xulosa chiqarish imkonini beradi.

Ommaviy axborot vositalarining tili yuksak obro‘-e'tibor va eng zamonaviy tarqatish vositalariga ega bo‘lib, “axborot jamiyati”da milliy tilning o‘ziga xos modeli rolini o‘ynaydi, adabiy me‘yor, til didi va xohish-istaklariga faol ta'sir ko'rsatadi.

Bir tomondan, ommaviy muloqot tili o'ziga xos tarzda adabiy tilni boyitadi, uni baholovchi iboralar bilan to'ldiradi, nozik, ko'pincha aforistik nutqni shakllantiradi [1].

Boshqa tomondan, me'yordan turli og'ishlar, jargon va xorijiy so'zlar bilan to'lib-toshgan ayrim ommaviy axborot vositalari tilining salbiy rolini ko'rmaslik mumkin emas. Aynan ommaviy axborot vositalarida ўзбек tilining til normasini o'zgartirishning faol jarayonlari sodir bo'ladi.

Tashkilotlarning turli ommaviy axborot vositalaridagi axborot kommunikatsiyalari jamiyatning til madaniyatini rivojlantirishning muhim omili hisoblanadi, ammo klassik ommaviy axborot vositalaridan farqli o'laroq, ularni shakllantirishda ko'pincha maxsus ma'lumotga ega bo'lmagan past malakali kadrlar qatnashadi. Bu biznes sifatidagi zamonaviy reklama va jamoatchilik bilan aloqalar bozorining o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq. Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi aloqalarini odatda "past" va "yuqori" segmentlarga bo'lish mumkin. "Yuqori" segment klassik ommaviy axborot vositalari va rasmiy onlayn nashrlar bilan aloqalarni o'z ichiga oladi. "Past" segmentga ijtimoiy tarmoqlar, forumlar, onlayn nashrlar bo'lmagan turli xil axborot saytlari kiradi. "Yuqori" segment bilan ishlash uchun, qoida tariqasida, tajribali odamlar jalb qilinadi, ko'pincha ommaviy axborot vositalarida ishlagan va ommaviy axborot vositalarida aloqalari bo'lgan, hurmatga sazovor va jurnalistlarning ish jarayoni va muloqot madaniyati bilan tanish bo'lgan professional jurnalistlar. Pulni tejash uchun "past" sohada ishlash uchun ko'pincha universitetlarda o'qishni tugatgan yoshlar, talabalar va axborot bilan ishlashda zarur bilim va tajribaga ega bo'lmagan boshqa xodimlar ishlatiladi.

Yoshlarning hozirgi avlodi norasmiy axborot manbalariga tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda, chunki bunday manbalarda ular yanada ixcham va o'yin-kulgilar bilan aralashib ketgan[2]. Bunday resurslar bilan ishlashni tashkil qilishda tashkilotlar kam malakali va arzonroq ishchi kuchidan foydalanadi, bu esa savodxonlik va axborot sifatining pasayishiga olib keladi. O'z mahsulotlarini ilgari surish yoki obro'sini saqlab qolish jarayonida tashkilotlar tomonidan tarqatiladigan ma'lumotlarga ko'pincha xorijiy so'zlar kiritiladi, mavjud atamalar va tushunchalar buzib tashlanadi. Bularning barchasi ўзбек tilining o'zgarishiga olib keladi va zamonaviy jamiyatdagi barcha muloqot madaniyatiga ta'sir qiladi.

Radio va televideniye kabi ommaviy axborot vositalari haqida gapirganda, zamonaviy ko'rsatuv va filmlar tili rivojiga ta'sirini ta'kidlamaslik mumkin emas. Ko'pchilik televizor yoki radiodan fon deb ataladigan narsa yaratish uchun foydalanadi, masalan, mashinada yoki oshxonada ovqat pishirish paytida [3]. Bu vaqt 18.00 dan 24.00 gacha bo'lgan vaqt oralig'iga to'g'ri keladi va asosiy praym-taym bo'lib, ayni paytda eng ko'p reytingga ega dasturlar va filmlar namoyish etiladi, ammo ularning sifati juda ko'p narsani talab qiladi, chunki ular ko'pincha ovozga qo'yilgan murakkab bo'lmagan seriallarni ifodalaydi. suhbat uslubi, ularda ko'pincha so'kinish so'zlar va iboralar mavjud, adabiy nutq deyarli yo'q. So'nggi bir necha yil ichida so'zlarni buzib, noto'g'ri talaffuz qiladigan layoqatsiz televidenie diktorlari soni sezilarli darajada oshdi, bu

ayniqsa, yangiliklar dasturlarida sezilarli.

Radioda vaziyat biroz yaxshiroq, chunki ovoz ma'lumot uzatishning yagona vositasidir, tematik va yangiliklar dasturlarida noto'g'ri talaffuz yoki so'zlardan foydalanish holatlari juda ko'p, ammo shunga qaramay, mavjud. chet tillaridan tushlarni olishni ko'paytirish tendentsiyasi.

Tashkilotning axborot siyosatining vositalaridan biri va tilning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillardan biri sifatida reklamaga e'tibor bermaslik mumkin emas. Reklama sohasida ko'pincha so'zlarning shaklini o'zgartirish yoki til qoidalariga mos kelmaydigan yangi so'zlarni yaratish usullari qo'llaniladi.

Ushbu usullardan foydalanish juda yaxshi amaliyot deb hisoblanmaydi, ammo reklama qilinadigan tovarlar va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, mijozlarning xohish-istaklarini hisobga olgan holda, taqiqlangan emas.

Muloqotning "yuqori" segmentiga qaytadigan bo'lsak, rasmiy onlayn nashrlarga, ayniqsa, Internetda keng tarqalayotgan yangiliklar tasmalariga e'tibor qaratish lozim[4]. Yangiliklar tasmalarining mashhurligi va shunga mos ravishda foyda olishning kaliti voqealar va hodisalar haqidagi ma'lumotlarni tezkor nashr etishda yotadi. Bu nashr etilgan ma'lumotlarning sifatsiz tahrirlanishining sababi. Agar bosma nashr chop etishdan oldin tekshirishning bir necha bosqichlaridan o'tsa, yangiliklar tasmasi xabarlari eng yaxshi holatda faqat korrektor tomonidan ko'riladi. Natijada, yangiliklar lentalarida imlo, tinish belgilari va stilistik xatolar to'lib-toshgan.

Yuqoridagi ma'lumotlarni tahlil qilgandan so'ng, hozirgi bosqichda ўзбек tilining rivojlanishi va uning jamiyat madaniyatiga ta'siri, yumshoq qilib aytganda, qoniqarsiz holatda ekanligi haqida qonuniy xulosa chiqarishimiz mumkin. Til bilan ishlash madaniyati pasayib bormoqda, nashr etilgan axborot bilan ishlashning elementar qoidalari buzilgan, til muloqotida adabiy xususiyat sezilarli darajada yo'qolgan.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Jo'rayev R.H., Taylaqov N.I., Rasulova G.A. Uzluksiz ta'lim tizimi uchun multmediali elektron darsliklar yaratishga oid ilmiy-metodik talablar. Uzluksiz ta'lim. - Toshkent, 2005. - №2. - B. 14 -27.
2. Olimov Q.T. Maxsus fanlardan o'quv adabiyotlari yangi avlodini yaratishning nazariy-uslubiy asoslari: Ped. fanlari doktori il. dar. olish uchun yozil. disser. avtoreferati. - Toshkent: O'MKHTTKMOUQTI. 200.
3. Аванесов Д.С. Мультимедиа - технологии в образовании: понятия, средства методы. М.: Издательство ТОЛТО, 2014. - с. 300.
4. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Модели влияния в социальных сетях // Управление большими системами. - 2009. - № 27. - С. 205-281.