

O‘ZBEK TILINING MEDIA SOHASIDAGI O‘RNI: TELEVIDENIYA, RADIO VA PODKASTLAR

Toshpo‘latova Shodiya Xusniddin qizi

Alisher Navoiy nomidagi o‘zbek tili va adabiyoti universiteti 4-kurs talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada o‘zbek tilining zamonaviy media maydonidagi o‘rni — televideniya, radio va podkastlar misolida tahlil qilinadi. Media platformalarining rivojlanishi tilning funksional imkoniyatlarini kengaytirgani, yangi uslubiy qatlamlar paydo bo‘lishiga sabab bo‘lgani ilmiy yondashuv asosida ko‘rsatib o‘tiladi. Televizor nutqining rasmiy va aniqlikka asoslangan xususiyatlari, radio nutqining jonli va tabiiyligi hamda podkast tilining erkin va suhbatga yaqin uslubi solishtirib o‘rganiladi.

Kalit so‘zlar: O‘zbek tili, media tili, televideniya, radio, podkast, uslub, kommunikatsiya, zamonaviy leksika.

KIRISH

Bugungi kunda media odamlar hayotining ajralmas qismiga aylangan¹⁹². Avvallari axborot manbalari cheklangan bo‘lsa, hozir har bir insonning qo‘lida telefon, unda esa yuzlab platformalar bor: televideniya, radio, YouTube, ijtimoiy tarmoqlar, turli yangi saytlar, va albatta podkastlar. Bu o‘zgarishlar tilning ham kundalik hayotdagi o‘rnini o‘zgartirdi. Endi til nafaqat muloqot vositasi, balki ommaga ta’sir ko‘rsatish quroli sifatida ham ishlatiladi.

O‘zbek tilining media sohasidagi mavqeyi oxirgi o‘n yillikda keskin oshdi. Telekanallar soni ko‘paydi, kontent sifati yaxshilandi¹⁹³, internet nashrlar o‘zbek tilini faol qo‘llay boshladi. Eng muhimi — yoshlar ham o‘zbekcha kontent yaratib, uni ommaga taqdim eta boshladilar. Bloggerlar, podkasterlar, jurnalistlar, boshlovchilar — barchasi tilning rivojiga o‘z hissasini qo‘shmoqda.

Masalan, 2010-yillarda ko‘p odamlar ruscha kontentni ko‘proq “iste’mol” qilgan bo‘lsa, 2020-yillardan boshlab o‘zbekcha kontentning o‘ziga xos “bozor”i shakllandi¹⁹⁴. Bu tilning kommunikativ imkoniyatlarini yanada kengaytirdi. Shuningdek, televideniya va radio ham zamonaviylashib, tilning turli uslublarini uyg‘unlashtira boshladi.

Keling, bu jarayonlarni uch asosiy media platformasi misolida ko‘rib chiqamiz.

I. Televideniya o‘zbek tili

Televideniya O‘zbekistonda hanuzgacha eng ta’sirli media vositalardan biri¹⁹⁵. Har kuni millionlab odamlar TV orqali yangiliklar, ko‘rsatuvlar, seriallar va tok-shoularni tomosha qiladi. Ayniqsa, O‘zbekistonda milliy seriallar va kinolarga bo‘lgan talab katta. Televideniyaning ta’siri shunchalik kuchliki, odamlar ko‘p narsani aynan TVdagi nutq orqali o‘rganadi.

Televideniya tili qanday shakllanadi?

Televideniya nutqi odatda uch guruhga bo‘linadi¹⁹⁶:

1. Yangiliklar tili – rasmiy, aniq, me’yoriy;
2. Tahliliy dasturlar tili – mantiqli, izchil, murakkabroq;
3. Ko‘ngilochar dasturlar tili – erkin, xalqona, hissiyotli;

Bu uchala uslub tilning turli qatlamlariga ta’sir qiladi.

Masalan: “Bugun poytaxtda xalqaro forum boshlandi...”, “Mutasaddilarning aytishicha...”, “Hodisa yuzasidan tergov harakatlari davom etmoqda...”.

¹⁹² Mamajonov A. Axborot kommunikatsiyalari va media madaniyati. – Toshkent: Innovatsiya, 2022.

¹⁹³ Xudoyorov D. Televideniya jurnalistikasi: nazariya va amaliyot. – Toshkent: O‘zbekiston Milliy universiteti, 2018.

¹⁹⁴ Jo‘raboyeva N., Ergasheva G. Media lingvistik va kommunikatsiya nazariyasi. – Toshkent: “Yangi asr avlodi”, 2020.

¹⁹⁵ Karimov B. Ommaviy axborot vositalari tilining xususiyatlari. – Toshkent: Jamiyat, 2020.

¹⁹⁶ Xudoyberganova D. O‘zbek tili va zamonaviy kommunikatsiya jarayonlari. – Toshkent: TDPU nashriyoti, 2021.

Bu kabi gaplar rasmiy axborot uslubining deyarli tayyor qoliplari. Odamlar bu iboralarni hayotda ham ishlata boshlaydi: “forum”, “tahlil”, “natija”, “delegatsiya”, “muloqot”, “jurnalistlarga ma’lum qildi” kabi soʻzlar TV orqali keng tarqalgan.

Endi koʻngilochar dasturlardagi koʻp qoʻllaniladigan soʻz va iboralarga toʻxtalsak. Masalan, musobaqa yoki shou boshlovchisi: “Demak, hozir eng qiziqarli qismga yetib keldik!”, “Tomoshabinlarimizdan kelgan savollar juda koʻp ekan!”.

Bu misollardan koʻrinadiki, televideniya til doim harakatda. Bunday iboralar oddiy odam tiliga ham tez singadi. Televideniya taʼsirining yana bir tomoni seriallar ham tilga kuchli taʼsir qiladi. mahalliy seriallar orqali xalqona iboralar qayta jonlanadi. Oʻzbekistonda haligacha milliy seriallarga boʻlgan qiziqish va talab katta. Shuning uchun ham ularda ishlatiladigan soʻz va iboralar xalqda tez jonlanadi. Oddiy misol: “Toshingni ter”, “tufta”(sifatsiz), “topda”(yuqori choʻqqida), “oligarx” (boy) va hokazo.

II. Radioda oʻzbek tili

Radio hali ham juda katta auditoriyaga ega. Ayniqsa, haydovchilar, ish joyida fon sifatida tinglaydiganlar, uyda band boʻlgan ayollar orasida. Radioda tasvir boʻlmagani uchun boshlovchining ovozi, soʻz tanlashi, intonatsiyasi juda katta rol oʻynaydi. Shuning uchun radio tili koʻproq tabiiy, silliq va jonli boʻladi¹⁹⁷.

Radio boshlovchilari odatda suhbat ohangida gapiradi: “Mana, aziz tinglovchilar, bugungi dasturimizda...”, “hozir siz bilan birga juda qiziq mavzuni muhokama qilamiz.”, “telegram orqali savollaringizni kutib qolamiz.”. Bu iboralar oddiy hayotga juda yaqin, shuning uchun tinglovchi oʻzini suhbatning bir qismi deb his qiladi.

Radio orqali tarqalgan iboralar eʼtibor qaratamiz: “jonli efirdamiz”, “muloqotimizni davom ettiramiz”, “efirga qoʻngʻiroq qabul qilamiz”, “Bugungi mehmonimiz bilan...” Bu iboralar aksariyati odamlar orasida ham koʻp ishlatiladi. Radio nutqi tilning jonli holatini koʻrsatadi.

Radiodagi tildagi ijobiy jihatlar mavjud va bu tilning rivojiga xizmat qiladi. Bular:

- 1) parazit soʻzlar kam;
- 2) talaffuz aniq;
- 3) jumla qisqa;
- 4) soʻzlar emotsiyasiz emas, lekin meʼyorda.

Yana bir misol: “Eʼtiboringizni navbatdagi qoʻshiqqa qaratamiz” Bu ibora hatto boshqa sohalarda ham ishlatiladi: tadbirlarda, maktablarda, hatto oʻqituvchilarning nutqida ham qoʻllanadi.

III. Podkastlarda oʻzbek tili

Podkastlar Oʻzbekistonda nisbatan yangi media turi boʻlsa-da, qisqa vaqt ichida juda ommalashdi. Ayniqsa, 2020-yildan boshlab yoshlar orasida podkast tinglash odatga aylandi¹⁹⁸. Podkastlarning keng tarqalishiga internetning rivojlanishi, telefonlar qulayligi, odamlarning safar yoki ish jarayonida audio kontent tinglashga oʻtishi sabab boʻldi. Podkastlar tili televideniya yoki radio tilidan ancha farq qiladi. Bu platformada suhbat ohangi yetakchi boʻlgani uchun til ham erkinroq, tabiiyroq va baʼzida norasmiyroq boʻladi.

Podkasterlar tinglovchi bilan hali koʻrishmagandek, lekin yaqin doʻstday gaplashadi: “Bugungi epizodimiz juda qiziq mavzu haqida.”, “Endi kelin, shu joyda toʻxtab, bir narsani tushuntirib beraman.” “Oʻzim shaxsan shunaqa holatda juda koʻp qiynalganman...” “Tinglovchilardan kelgan savollar orasida eng koʻp uchragan mavzu...” Bu iboralar gapni rasman emas, balki suhbatga yaqin tarzda yetkazishga xizmat qiladi.

Podkastlarda ingliz tilidan oʻtgan va zamonaviy mavzularga xos soʻzlar juda koʻp ishlatiladi:

“kontent”, “format”, “motivatsiya”, “platforma”, “trend”, “feedback”, “auditoriya”, “qamrovi”, “mentalitet”, “target guruh”, “stress manbalari”, “psixologik trener”

¹⁹⁷ Turaqulova O. Radio tili va nutq texnikasi. – Toshkent: Ilm Ziya, 2015.

¹⁹⁸ Hasanov M. Podkastlar va raqamli media kommunikatsiyasi. – Toshkent: Yangi nashr, 2023.

Bu soʻzlar hozirgi avlod tilida koʻp uchraydi, ayniqsa internet bilan bogʻliq mavzularda koʻp tarqalgan. Podkastlar koʻpincha mavzularni chuqur tahlil qiladi: shaxsiy rivojlanish, psixologiya, IT, biznes, madaniyat, taʼlim, tarix va boshqalar. Shu sababli tilning mavzuga qarab boyishi tabiiy.

Masalan, psixologiya haqida podkastda: “Odamning ong ostiga qancha bosim tushsa...”, “Bu jarayonni tahlil qilganda koʻramizki...”, “Stressning asosiy sababi – notoʻgʻri fikrlash modeli”.

Biznes haqida podkastlarda: “Startupni boshlashda eng katta xatolik — strategiya yoʻqligi.” “Marketingda auditoriya segmentatsiyasi juda muhim”.

IT podkastlarda: “Algoritm degani — muammoni yechishning bosqichma-bosqich rejasi.” “Kodni optimallashtirish orqali resurslar tejab qolinadi.”

Podkastlar yoshlar orasida oʻzbek tilida zamonaviy mavzular haqida gapirishni,

oʻz fikrini ochiq bayon qilishni, murakkab mavzularni sodda tilga tushirishni, auditoriya bilan muloyim ohangda gaplashishni oʻrgatmoqda. Bu esa tilning zamonaviy koʻrinishiga katta hissa qoʻshmoqda.

XULOSA

Oʻzbek tilining media maydonidagi oʻrni soʻnggi yillarda sezilarli darajada mustahkamlandi. Televideniya adabiy til uslubining saqlanishiga xizmat qilsa, radio ogʻzaki nutqning tabiiyligini koʻrsatadi, podkastlar esa zamonaviy, erkin va suhbatga yaqin til koʻrinishini shakllantirmoqda. Uchala platformaning ham tilga doir oʻz hissasi bor: biri talaffuzni mustahkamlaydi, biri muloqot madaniyatini rivojlantiradi, biri esa yangi avlod tilini shakllantiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abduazizov A. Oʻzbek tili stilistikasiga kirish. – Toshkent: Oʻqituvchi, 2016.
2. Joʻraboyeva N., Ergasheva G. Media lingvistika va kommunikatsiya nazariyasi. – Toshkent: “Yangi asr avlodi”, 2020.
3. Xudoyberganova D. Oʻzbek tili va zamonaviy kommunikatsiya jarayonlari. – Toshkent: TDPU nashriyoti, 2021.
4. Xudoyorov D. Televideniya jurnalistikasi: nazariya va amaliyot. – Toshkent: Oʻzbekiston Milliy universiteti, 2018.
5. Turaqulova O. Radio tili va nutq texnikasi. – Toshkent: Ilm Ziya, 2015.
6. Karimov B. Ommaviy axborot vositalari tilining xususiyatlari. – Toshkent: Jamiyat, 2020.
7. Mamajonov A. Axborot kommunikatsiyalari va media madaniyati. – Toshkent: Innovatsiya, 2022.
8. Hasanov M. Podkastlar va raqamli media kommunikatsiyasi. – Toshkent: Yangi nashr, 2023.