

OAV TUSHUNCHASI VA UNING DOLZARBLIGI

*M. Diyorova*¹*Annotatsiya:*

Ushbu maqolada yangi media va ommaviy axborot vositalarining paydo bo'lishi bilan jurnalistik uslub tushunchasi ham o'zgarib, gazeta-jurnalistik uslubga, ommaviy kommunikatsiya uslubiga, hozirgi bosqichda esa tarmoq jurnalistik uslubiga o'tayotganligi haqida tushuncha berilgan.

Kalit so'zlar: media, diskurs, OAV, kommunikatsiya, matnshunoslik

doi: <https://doi.org/10.2024/6vs44n97>

Jahonda yigirmanchi asrning ikkinchi yarmida boshlangan axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi zamonaviy hayotning barcha jabhalarini mediallashuvining kuchayishiga olib keldi, bu esa o'z navbatida ommaviy axborot vositalarida nutqdan foydalanishning tez o'sishiga omil bo'ldi. Bugungi kunda ommaviy axborot matnlari yoki media matnlari til mavjudligining eng keng tarqalgan shakllaridan biridir. Aynan shu narsa medialingvistikaning nutq mediasi amaliyotini o'rganishga kompleks yondashuv sifatidagi dolzarbligini belgilaydi, bu nafaqat ularning tashqi xususiyatlarini tushunishga, balki ularni yaratish, tarqatish va ta'sir qilishning ichki mexanizmlarini ommaviy auditoriyaga ochib berishga imkon beradi.

Dunyoda mediatilshunoslikning ommaviy axborot vositalari tilini o'rganishga yangi tizimli yondashuv sifatidagi dolzarbligi ommaviy axborot vositalari matnlari yoki mediamatnlari bugungi kunda tilning eng keng tarqalgan shakllaridan biri ekanligi bilan izohlanadi. Darhaqiqat, 20-asrning ikkinchi yarmi va 21-asrning boshlari nutqdan foydalanishning yangi sohasi, ommaviy kommunikatsiyaning jadal rivojlanishi bilan tavsiflanadi. An'anaviy ommaviy axborot vositalarining jadal rivojlanishi: bosma, radio, televideniye, yangi kompyuter axborot texnologiyalarining paydo bo'lishi, jahon axborot makonining globallasuvi so'zlarni ishlab chiqarish va tarqatish jarayoniga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Bu murakkab va ko'p qirrali jarayonlarning barchasi nafaqat ilmiy tushunishni, balki media tilini amaliy o'rganish uchun yangi paradigmalarni ishlab chiqishni ham talab qiladi.

Mamlakatimizda ommaviy axborot vositalari nutqning eng ta'sirchan va maqbul shakli, jamoatchilik fikri, qarashlari va kayfiyatlarini shakllantirishning samarali mexanizmi sifatida namoyon bo'layotganligi e'tirof etilmoqda. OAV ko'payib borgani sari adabiy tilda ham ma'lum o'zgarishlar, aniqrog'i, tilda so'zlashuv uslubi ta'siri ustunlik qilayotgani kuzatilmoqda. OAV ta'sirida yuzaga kelgan tildagi bunday "o'zgarishlar" tilshunoslik nuqtai nazaridan diqqatga molik.

¹ *Diyorova Mahliyo Shuhrat qizi, Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti*

Bugungi kunda ilg'or texnologiyalar rivoji tufayli OAV tushunchasi Internet, bloglar, ijtimoiy tarmoqlar va Internet saytlariga kuchib bormoqda. Auditoriya esa davriy nashrlardan ko'ra Internet tarmoqlaridagi media bloglar va yangiliklarni tezkor xabarlarini o'qishni avzal ko'rmoqda. Ilmiy adabiyotlarda «ommaviy axborot vositalari» va «OAV» atamaları ko'pincha bir xil mazmunda qo'llaniladi. Birinchisi uchta ma'noni o'z ichiga oladi:

1) axborot materiallarining maxsus turi (yangiliklar, tahliliy ma'lumotlar, boshqa jurnalistik matnlar, audio va video dasturlar) asosi sifatida dolzarb va ijtimoiy ahamiyatga ega axborot;

2) jamiyat uchun ahamiyatli faktlar, hodisalar va jarayonlar yetkaziladigan ommaviy auditoriya;

3) axborot auditoriyaga yetkaziladigan aloqa kanallari. Ommaviy kommunikatsiya deganda "ijtimoiy mavqega ega bo'lgan murojaat qiluvchining (jurnalist, siyosatchi va boshqalar) ommaviy ongga ta'sir qilish maqsadida ommaviy axborot vositalari (OAV) orqali yuborilgan ijtimoiy ahamiyatga ega xabar " tushuniladi.

OAV tili haqida D.Teshaboyeva shunday deydi: "Til – OAVning asosiy xabar berish quroli bo'lib xizmat qiladi. Shu boisdan ham uni, avvalo, lingvistik tomondan o'rganish zarurati mavjud. Biroq ma'lumotlarni qabul qilish, albatta, bir qancha boshqa gumanitar fanlar bilan ham bog'liq. OAV tilini tadqiq etish uni qabul qilish masalasi bilan aloqador holda olib borilsa, bu borada yanada xolis fikr yuritish mumkin

Demak, ommaviy axborot vositalarining tili milliy tilda kechayotgan barcha jarayonlarning in'ikosidir. Birinchidan, Internet va ommaviy axborot vositalarining butun jamiyatga ta'siri ostida, o'rnatilgan nutq normalari o'zgarimoqda: til o'zining milliy o'ziga xosligini saqlab qolgan holda, tarmoqdagi ommaviy axborot vositalarining yangi nutq modellarini o'zlashtiradi. Ikkinchidan, ommaviy axborot vositalari tili ma'lumotnomalar va milliy til lug'atlarida mustahkamlangan adabiy meyorlarning harakatlantiruvchi kuchi bo'lib xizmat qiladi. Yuqoridagilarni umumlashtirgan holda, biz ommaviy axborot vositalarining nutq amaliyoti bir tilning hodisalarini va bir vaqtning o'zida bir nechtasini qiyosiy jihatdan lisoniy tadqiq qilish uchun empirik material uchun eng yaxshi variant deb hisoblaymiz, bu bizga umumiy va xususiylikni aniqlash imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

[1]. Володина, М. Н. Язык массовой коммуникации как основное средство информационного воздействия на общественное сознание / М. Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., 2003. – С. 6–24. 4б. 10б

[2]. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – Изд. стер. – М.: КРАСАНД, 2020а. – 286 с.185б

[3]. Ерофеева, И. В. Медиатекст как носитель национальных ценностей / И. В. Ерофеева // Медиатекст: стратегии – функции – стиль. – Орел, 2010. – С. 101–109. – 103б

[4]. Конрад, Н. Предисловие / Н. Конрад // Большой японско-русский словарь / под ред. Н. И. Конрада. – М., 1970. – С. 5–10

[5]. Солганик, Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития / Г. Я. Солганик // Мир русского слова. – 2008. – № 2. – С. 9–18. : - 12–13б

[6]. Клушина, Н. И. Национальный стиль и медийный вариант языка / Н. И. Клушина // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2018б. – № 4(193). – С. 26–31 - 29б