

ЗАМОНАВИЙ РЕКЛАМАЛАР ТИЛИ ВА УСЛУБИ

Мустақимова Қундуз Собировна

Бухоро муҳандислик - технология институти
ўзбек ва рус тиллари кафедраси ўқитувчиси

Сайфуллоев Азизбек Амрилло ўғли

БухДУ изланувчиси

АННОТАЦИЯ. Реклама кундалик ҳаётимиз ва маданиятимизнинг ажралмас қисмидир. Реклама матнлари маданий-лингвистик жамият аъзоларига маълум бир коммуникатив таъсир кўрсатиш усуллари сифатида, лингвистик, психолингвистик ва социологик тадқиқотлар объекти ҳисобланади.

Асосий матн. Иқтисодчилар орасида “Реклама – бизнеснинг асоси” деган таъриф юради. Дарҳақиқат, ишлаб чиқарилган маҳсулот, тақдим этилаётган хизматнинг харидор назарига тушишида рекламанинг ўрни беқиёс. Юртимиз ишбилармонлари томонидан рекламага катта эътибор берилаётгани ҳам бежиз эмас. Бугун кўчаларимизни безаб турган улкан бильбордлар, афишалар фикримиз далилидир. Бироқ уларнинг матни она тилимиз қоидаларига қанчалик мос? Бозору кўчаларимизни тўлдирган шиорлар, реклама ва эълонлар матнини нуқсондан холи дея оламизми? Афсуски, йўқ. “Давлат тили ҳақида”ги қонуннинг йигирманчи моддасида “Лавҳалар, эълонлар, нархномалар ва бошқа кўргазмали ҳамда оғзаки ахборот матнлари давлат тилида расмийлаштирилади ва эълон қилинади ҳамда бошқа тилларда таржимаси берилиши мумкин” дея қатъий белгилаб қўйилган. Аммо лавҳалар, эълонлар, нархномалар ҳамма жойда ҳам ушбу талабга мос тарзда расмийлаштириляпти, деб бўлмайди. Назаримда, маҳаллий давлат ҳокимияти идоралари қошида фаолият кўрсатувчи реклама-ахборот фаолияти бўйича комиссиялар ташқи ахборот воситаларининг мазмуни, ахлоқ-одоб воситаларига мослиги, тил меъёрларига амал қилингани юзасидан мунтазам мониторинг юритади.

Статистик маълумотларига кўра, шаҳримиз кўчаларида жойлаштирилган тижорат рекламаларининг давлат тилидагиси фақат 25,5 фоизни, давлат тили ва бошқа тиллар аралаш қўлланилгани 57,7 фоизни, фақат савдо белгиси акс этган рекламалар

DAVLAT TILI – IJTIMOIIY TARAQQIYOT VA MILLIY YUKSALISH MEZONI

эса 8,3 фоизни ташкил этади. “Реклама тўғрисида”ги қонуннинг 20-моддасига биноан, “Муайян шахс эгаллаб турган бинонинг ташқи томонида, бинога кириш жойида шу шахс тўғрисида жойлаштирилган ёки мазкур шахснинг маҳсулоти ҳақида шу бино витринасидаги ахборот (пешлавҳа) реклама деб ҳисобланмайди ва бунинг учун маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг рухсатини олиш талаб этилмайди”. Бугун шахримиздаги хато рекламаларнинг асосий қисми ана шундай – реклама саналмайдиган пешлавҳаларда учраётгани кишини ўйлантиради.

Бугун юртимизда жамоат транспорти фаолияти самарали йўлга қўйилган. Йўналишли таксиларнинг узоғимизни яқин қилаётганидан ҳаммамиз мамнунмиз. Бироқ бундай автотранспорт воситаларидаги йўналишлар, мўлжаллар номи, турли эълонлар ва огоҳлантирувчи ёзувларнинг саводхонлик қоидаларига мутлақо жавоб бермаслиги киши таъбини хира қилади. Кун давомида битта жамоат транспорти хизматидан минглаб киши фойдаланишини эътиборга оладиган бўлсак, хато ёзув зарарининг кўлами ҳам кенгайиб боришини тасаввур қилиш қийин эмас. Шаҳарни айланар экансиз, “Ксерокопия”, “Оптом”, “Аренда”, “Химчистка” каби хорижий сўзларнинг ўзбек тилидаги “Ксеронусха”, “Улгуржи”, “Ижара”, “Кимёвий тозалаш” каби муқобиллари буткул истеъмолдан чиқариб ташланганига гувоҳ бўласиз, худди одамнинг исмини нотўғри аташдек нохуш ҳолатдир. Қолаверса, бу “Давлат тили ҳақида”ги қонуннинг 22-моддасига ҳам зид.

Миллат кўзгуси бўлган тилимизга беписанд муносабатнинг яна бир кўриниши жой номлари, бино ва иншоотларга билиб-билмасдан маъно-мантқадан холи номлар қўйиш тарзида намоён бўлмоқда. Албатта, ном қўйиш ҳар кимнинг шахсий иши, ўз виждонига ҳавола. Бироқ сиз танлаётган сўз ҳамманинг эътиборига тақдим этилишини инобатга олсак, бу борада ҳам бепарволикка йўл қўйиб бўлмаслиги аёнлашади. Қолаверса, “Реклама тўғрисида”ги қонунда ҳам бу борада меъёрий қоидалар мавжуд. Бугун маҳсулотини ўзбекча номлаётган, чиройли, замонавий бинолари пештоқига ўзбекча ном ёзиб қўяётган кишилар саъй-ҳаракати ҳар қанча олқишга муносиб. Бироқ ҳаммани ҳам бу борада ибратга лойиқ ишлар қиляпти, дейиш қийин. Масалан, ишлаб чиқараётган маҳсулотини “Пацание семки”, “Криешки”, “Тип-топ”, ресторанини “Дракон”, “Троука”, “Версал”, “Наполеон”, “XXX”, “Цар”, “Империал”, маиший хизмат кўрсатиш муассасасини “GAF”,

“LEADER”, “Carucel”, “Blinoff”, “Bistro”, дўкони “NAF-NAF”, “Вай-фай”, “Korzinka.uz” каби номлар билан атаётган инсонларга қандай баҳо бериш мумкин? Бундай номларни кўрган киши ўзига шундай саволлар бериши табиий: “Бу иморатлар Ўзбекистондами ёки бирор хорижий ўлкада? Шу қадар ажнабий от танлашдан асл муддао нима ўзи? Бундай сўзлар маънавий қадриятларимизга, хусусан, миллатимиз рамзи бўлган ўзбек тили қонуниятларига қанчалик мос? Бу каби номларни танлаётган инсонларда миллий ғурур, она тилимизга ҳурмат деган туйғу наҳотки бўлмаса?”.

Хўш, тилимиз кўркига доғ тушираётган бундай хато ва камчиликларга йўл қўймаслик, уларнинг олдини олиш учун нима қилмоқ лозим? Турли реклама ва эълонлар кўчаларимиз чиройига путур етказадиган эмас, аксинча, янада кўркамлаштиришга хизмат қилиши учун ишни нимадан бошлаган маъқул? Албатта, ҳеч қандай муаммо ўз-ўзидан пайдо бўлмайди. Шу маънода ҳаётимизда тилимизнинг чиройига доғ бўлиб тушаётган айрим камчиликлар келиб чиқишига сабаб бўлаётган омиллар ҳам борки, уларни аниқлаштирмасдан туриб, нуқсонларни бартараф этмоққа уриниш худди ташхис қўймасдан беморни тузатмоққа уринишга ўхшайди.

Хулоса: Биз бутун она тилимиз софлигига соя солаётган, бой тилимизни бахтсиз қилаётган иллатларнинг айримларинигина тилга олдик, холос. Аслини олганда эса бундай хато ва камчиликлар турмушимизда анчагина томир отган. Ҳаётда эришаётган ютуқ ва муваффақиятларимизнинг асл манбаси саботу иродамиз, азму шижоатимиз бўлгани сингари, нуқсонлар сабабини ҳам табиатимиздаги бепарволик, лоқайдлик, нописандлик, манманлик каби қусурлардан изламоқ даркор. Бизга беминнат хизмат қилувчи она тилимиз ривожига тўсиқ бўлаётган камчиликларни бартараф этишда ҳам холис бўлсак, жонкуярлик кўрсатсак, ҳамжихатлик билан иш тутсак, эзгу мақсадларимизга эришишимиз муқаррардир.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Sh.Z. Abdullayeva. Pul muomalasi va kredit. O'quv qo'llanma. –Т.: «ILM ZIYO» nashriyot uyi, 2013.
2. Sh.Z. Abdullayeva. Bank ishi. O'quv qo'llanma. –Т.: «Vneshinvetsrom», 2013.
3. Yo. Abdullayev, Sh. Yuldashev. Maliy biznes i predprinimatelstvo. – Т.: 2008. – 340 s.