

TILIMIZDAGI TIKANLAR

Ubaydullayeva Jamila Xurramovna

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti o'qituvchisi,

Ko'charova Dildora Karim qizi

Denov tadbirkorlik va pedagogika institute Boshlang 'ich ta'lim va sport
tarbiyaviy ishi yo'nalishi talabasi

Annotatsiya

Maqolada reklama peshtaxtalari va afishalarida hamda gazeta -jurnallarda kuzatiladigan imloviy, grammatik, uslubiy xatolar tahlil qilindi va ularga yechim taklif etildi.

Kalit so'zlar: Davlat tili to'g'risidagi qonun, x va h, ajnabiy nomlar, Sh, Ch, ng harf birikmalari.

Davlat tili masalasi har bir millat uchun juda dolzarb mavzu bo'lib, xalqning tarixi, bugungi yashash tarzi, kelajakdagi orzu-umidlari ham til bilan bog'liq. Shu sababdan ham davlat tili me'yorlariga amal qilish har qanday davr uchun ham dolzarb mezon bo'lib qolishi kerak. Oxirgi yillardagi holatdan kelib chiqib aytish mumkinki, yurtimiz peshtaxtalaridagi yozuvlarning yotlashib ketganligi, hatto ayrim rasmiy hujjatlardagi imloviy xatolar yosh avlodni o'z ona tiliga bo'lgan muhabbatining susayishiga xizmat qilyapti. Bugungi globallashuv davrida barcha sohalarda o'zgarish, yangilanishlar kuzatilmoqdaki, bu jihatlarni o'zbek tilining islohada ham kuzatish mumkin. Bugungi kunda tilimizni rivojlantirish, yashovchanligini ta'minlash, uni dunyo hamjamiyatiga tanitish va "kompyuter savodi"ni chiqarish borasida salmoqli harakatlar boshlangan. Albatta, har bir millatning tili uning yuzi, ruhi hisoblanadi. Ma'rifatparvar Abdulla Avloniy aytganidek "milliy tilini yo'qotmoq millat ruhini yo'qotmoqdir". Chindan ham tilimizning sofliigi va tozaligini ta'minlashda har birimiz mas'ulmiz. Bugungi kunda o'zbek tilidan foydalanishning huquqiy asoslari yaratilgan bo'lsada, afsuski, har kim o'z bilganicha foydalanmoqda. O'zbekiston Respublikasining "Davlat tili to'g'risida"gi qonunning 7-moddasida: "Davlat tili rasmiy amal qiladigan doiralarda o'zbek adabiy tilining amaldagi ilmiy qoidalari va normalariga rioya etiladi.

Davlat o'zbek tilining boyitilishi va takomillashtirilishini ta'minlaydi, shu jumladan unga hamma e'tirof qilgan ilmiy-texnikaviy va ijtimoiy-siyosiy atamalarni joriy etish hisobiga ta'minlaydi.

Yangi ilmiy asoslangan atamalar jamoatchilik muhokamasidan keyin va Oliy Majlis palatalari tegishli qo'mitalarining roziligi bilan o'zbek tiliga joriy etiladi"¹, – deb belgilangan. Shunday

¹ (7-moddaning uchinchi qismi O'zbekiston Respublikasining 2004-yil 3-dekabrdagi son Qonuni tahririda — O'R QHT, 2004-y., 51-son, 514-modda)

bo'lsa-da, yo'l yoqalaridagi do'konlar, salobatli to'yxonalar, choyxona-yu oshxonalar peshtoqlaridagi yozuvlarda uchraydigan xatolar va g'alizliklar g'ashingizni keltiradi. "Beatress", "Modamochka", "Bellona", "Sindrella", "Dubai", "Золотая бочка", "Арбат", "Три медвед" kabi. Yurtimizning qaysi shahriga bormaylik, shu yo'sindagi nomlardan ko'zimiz "quv naydi". Ba'zilarini qaysi tildan olinganini bilmaganing uchun talaffuz qilishga ham qiynalasan. Chunki bu nomlar senga begona, tezda xayolingdan ko'tariladi, qalbingga kirib bormaydi. Ko'chani o'zidayoq qolib ketadi. Qiziq, shu yurtida tug'ilib, o'sib-ulg'ayib, mablag' orttirib, muhtasham imorat barpo etibsan-u, nega uni boshqa tilda nomlaysan?

Kuzatuvlarimizni Surxondaryo viloyatidagi ayrim bino nomlari va peshtaxta yozuvlarini tahlil qilish bilan boshladik. "TANXO STYLE". Shu o'rinda yuqorida keltirilgan qonun moddasini eslaylik. Unda "...hamma e'tirof etgan ilmiy-texnikaviy va ijtimoiy-siyosiy atamalar joriy etilishi ..." haqida so'z yuritilgan. Agar haqiqatdan ham shu moddaga tayanib ish tutilsa, nega bunaqa shartli nomlar ko'payib ketmoqda? Ularni nazorat qiluvchi biror bir nazorat tashkiloti yo'qmi? Binoga berilgan nomning yarmi o'zbekcha yarmi inglizcha so'z bo'lgani yetmagandek imloviy xatolik ham bor. "TANXO STYLE" emas "TANHO STYLE" yozilishi kerak. Shu nomni "TANHO USLUB" yoki "YAGONA USLUB" deb qo'yish mumkin edi-ku! Sof o'zbekcha nom qo'yishning nimasi yomon?

Yo'l-yo'lakay "MDF ESHIKLAR VA MEBEL" nomi ostidagi binoga ko'zimiz tushdi. Bizga ma'lumki, o'zbek tilida ko'plik qo'shimchasini qo'shish ikki xil: Birinchisi, sanalayotgan bo'lakning har ikkalasiga ham ko'plik qo'shimchasini qo'shish ya'ni "MDF ESHIKLAR VA MEBELLAR". Ikkinchisi, sanalayotgan bo'lakning oxirgisiga qo'shiladi va qolgan bo'laklarga ham tegishli deb qaraladi ya'ni "MDF ESHIK VA MEBELLAR" tarzida. Ammo bu binodagi yozuvda "uchinchi usul" da ko'plik qo'shibdi. Yuqoridagi reklamadan bu yerda MDF eshiklar va bir turdagi mebel ishlab chiqarilarkan degan mulohazaga ham borish mumkin. Qo'shimchalardan yuqoridagi ko'rinishda foydalanish grammatik xatolik sanaladi.

Yana bir binoning peshtoqiga "Xusni –Marjon" KTFX qarashli ustaxona" deb yozilgan. Bunda ham imloviy ham uslubiy xatolik bor. Agar to'g'ri yozmoqchi bo'lsak "Husni-Marjon" KTFX ga qarashli ustaxona" deb yozish kerak. Kelishik qo'shimchasini yozmaslik natijasida jumlada uslubiy g'alizlik kelib chiqqan. "Xo'jalik mollari 1001 mayda chuyda" nomiga ham e'tiborimizni qaratdik. Odatda o'zbek tilida juft otlar orasiga doimo chiziqlik qo'yib yoziladi. Masalan, mayda-chuyda, choy-non, idish-tovoq kabi. Yuqoridagi yozuvda esa bu qoidaga amal qilinmagan.

Shahardagi paynet shoxobchalaridan birida "Biz bilan to'lash osont" deb yozib qo'yilganligiga nima deysiz? Axir so'z oxirida "t" tovushi eshitilmaydi-ku. Yana bir holat, 01.385 SEA HYUNDAI rusumli davlat tashkilotlaridan biriga qarashli avtomashinaning orqa qismida "Yo'l qoidasi umir foydasi" deb yozilgan. Nahotki, davlat idoralari va tashkilotlarida ishlaydigan xodimlar "umir" emas "umr" yozilishini bilishmasa? Viloyatimizning

Jarqo'rg'on-Qumqo'rg'on-Sho'rchi tumanlari yo'nalishidan yurganimizda yo'l yoqalarida hudud va mahalla nomlarini ifodalovchi ustun taxtalarida **x** va **h** tovushlari umuman farqlanmaganligini va imlo qoidalarida juda qo'pol tarzda buzilganligiga guvoh bo'ldik. Eng achinarlisi bu ustunlar yillar davomida shunday holatda turganligi. Ularga e'tibor qaratadigan biror jo'mard yo'q.

Xalqaro ko'rgazma uchun tayyorlangan reklama afishasida "Ta'lim va mutaxassislik XIX-Xalqaro ko'rgasmasiga xush kelibsiz" yozuvi aks etgan. Imlo qoidalariga ko'ra, rim raqamlaridan so'ng chiziqli qo'yilmaydi, "ko'rgasma" emas "ko'rgazma" tarzida yozilishi kerak. Mazkur tadbir xalqaro bo'lgandan keyin tabiiyki, unda chet eldan ham ishtirokchilar qatnashishadi. Agar ular orasida o'zbek tilini biladigan shaxslar bo'lsa, o'zbek tiliga berilgan e'tibor haqida qanday xulosaga kelishi mumkin? Bir qarashda arziyas bo'lib ko'rinadigan kichik xatoliklar tilimiz ildizini kesuvchi boltadir. Agar sanayversak bunday xatolar soni oshib boraveradi. Yuqorida biz aynan zikr etib o'tayotgan reklama afishalari vaqt o'tishi bilan olib tashlanishi mumkin, ammo uning o'rniga joylashtirilajak reklamalar xatosiz yozilishiga hech kim kafolat berolmaydi. Biz hali e'tiborimizni tortadigan katta obyektlardagi holatlar haqida gapiryapmiz. Ijtimoiy tarmoqdagi yozuvlar haqida gapirishga iymanasan kishi. Ko'chalarimizni to'ldirib turgan reklamalarimizda son-sanoqsiz xatolar turgan bir vaqtda kishidan juda tezkorlikni talab qiladigan ijtimoiy tarmoq yozuvlari haqida fikr yuritish kulgili. Eng achinarli holatlardan biri gazeta va jurnallarimizning sarlavhalarini bosh harf bilan yozish jarayonida kuzatiladi. Bu jarayonda Sh, Ch, ng (doimgi mavzu) harf birikmalarining yozilishi doimo xato. Gazeta va jurnallarda **SH**, **CH**, **NG** tarzida beriladi. O'zbek tilining lotin yozuviga asoslangan alifbosida yuqoridagi harf belgilari mavjud emas. **Sh**, **Ch**, harf birikmalarining **h** qismi kichik yozilishi kerak bosh harflar bilan yozilganda ham. Keyingi **ng** harf birikmasi faqat so'z o'rtasi va oxirida kela olishi va so'z boshida kela olmaganligi bois uning bosh harf ko'rinishi mavjud emas. Shunday ekan nega biz bu birikmani **Ng** yoki **NG** tarzida yozyapmiz, qaysi qoida asosida yozyapmiz? Bunday xatoliklarni yurtimizning markaziy shaharlarida juda ko'plab uchratish mumkin. Biz hech kimni ayblamoqchi emasmiz, bularning sabablarini qidirib, bosh qotirmoqchi ham emasmiz. Shunchaki, bor haqiqatni so'zlab, ogohlikka da'vat etmoqchimiz, xolos.

Statistik ma'lumotlarga qaraganda, Litva davlatida milliy tilga hurmat shu qadar kuchli ekanki, mamlakat ko'chalarida birorta ham boshqa tilda yozilgan e'lon yoki reklama uchramas ekan. Turkiyada ham milliy tilga hurmat havas qilarli darajada. Turk atamashunoslari boshqa tildan kirib kelayotgan har bitta atamaning, imkon qadar, turkcha muqobilini topishga harakat qilishadi. Qolaversa, turk restoranlarida faqat turkcha qo'shiqlar qo'yiladi. Bunaqa ma'lumotlarni yana ko'plab misol qilib ko'rsatish mumkin.

Yana bir masala, bugungi kunda mahalliy telekanallarimizdagi ko'rsatuvlarning nomlari ham to'raligicha ajnabiylashib ketyapti. "Knoc out", "Adrenaline", "The cover up", "Bojalar Community", "Shukur shou" kabi. Yana o'sha gap, qani bizning milliy tilga bo'lgan

hurmatimiz? Bu ko'rsatuv o'zbeklar uchun mo'ljallangan-ku, boshqa millatlar uchun mo'ljallanmagan. Kichik maqolamiz davomida xatoliklarni sanab o'tishdan maqsad: avvalo, har bir kishi o'z tilini sevsin undan to'g'ri foydalansin, shu tilda so'zlashdan, korxonalariga, farzandlariga milliy tilda nom qo'yishdan qo'yishdan uyalmasin. Biz bu fikrlarimiz bilan boshqa tillardan umuman so'z kirib kelmasin demoqchi emasmiz. Til taraqqiyoti davomida iqtisodiy, ilmiy va texnologik sohalar bilan bog'liq atamalar kirib kelishi va ularga muqobil nomlar chiqmasligi evaziga ularni to'g'ridan to'g'ri qabul qilinishi tabiiy. Ammo biz nomlayotgan inshootlarga qanday nom berish o'zimizning xohishimizga bog'liq. Boshqa yurtlardan kelgan sayyohlarni ham bizning zamonaviy binolarimiz emas, bizning milliy uslubda qurilib, milliy nom berilgan, milliylik aks etib turgan binolarimiz ko'proq qiziqtirishi hammamizga ma'lum.

Mayli davr talabi ekan boshqa tillarni o'rganamiz, ammo boshqa tilni o'rgandik deb o'zligimizni ham unutib qo'ymaylik. Allomalardan biri shunday deydi: "Kishi boshqa tilni o'rganib, shu tilda bilimli bo'lishi mumkin, faqat o'z tilidagina mukammal bo'ladi". Shunday ekan, biz, avvalo, o'z tilimizda mukammal bo'laylik. O'ylashimizcha, reklama agentliklarida o'zbek tili qoidalaridan xabardor shaxslar ishlaganiga xatolar imkon qadar kamayadi. Nafaqat reklama agentligida, balki boshqa rasmiy tashkilotlarda ham malakali tilshunoslar ishlashi noqulay vaziyatlar oldini oladi. Shuningdek, mavjud **Atamashunoslik qo'mitasi** faoliyatini tiklash, peshtoqlarida o'zbek tili qoidalariga amal qilinmay yozilgan korxona va tashkilot, maishiy xizmat ko'rsatish shoxobchalari mutasaddilariga choralar ko'rish taklifini bergan bo'lardik. Xalqimiz bekorga: "Chumchuq so'ysa ham qassob so'ysin", – demaydi. Dunyoga mashhur **Microsoft office** kompaniyasi ishchilarining 35 foizini tilshunoslar tashkil qilishi ham fikrimiz isbotidir. Zero, tilimiz sofliğini ta'minlash, uning dovruq'ini dunyoga yoyish har birimizning burchimizdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING QONUNI **Davlat tili haqida** (yangi tahriri) Toshkent sh., 1995-yil 21-dekabr, 167-I-son
2. O'zbek tilining imlo lug'ati (19000 dan ortiq so'z) "Ilm-ziyo-zakovat" Toshkent – 2020
3. O'zbek tilining imlo lug'ati (85000 dan ortiq so'z) "Akademnashr" Toshkent – 2013.