

da ham “*Qishloq*” ma’nosini ifodalovchi mustaqil leksema sifatida qo’llaniladi [5, b. 56].

Noqardosh tildan o’zlashgan “**Zo’r**”(forscha- kuch) so’zini tilimizda zid ma’no kasb etuvchi ikki xil leksema sifatida tushunish mumkin. Ya’ni “**Zo’r**” so’zining semantikasida “**A’lo**” ma’nosi ham “**qiyin**” ma’nosi ham mavjud. Masalan, Ahvollar qalay? –zo’r, shukur! Bugun ancha yaxshiman. Behuda harakat va urinish zo’ridan bel chiqadi. Hozir zo’rg’a yuribman [1, b. 220].

Xulosa qilib aytganda, til xalq mulki ekan, kommunikatsiya jarayonida so’zlarning qabul qilinishi leksemalarning qay holatda anglashilishi ham xalq tafakkuri bilan bog’liq masaladir. Leksema ma’nolarining qay darajada kengayib yoki torayib borishi asrlar davomida tilga ta’sir etuvchi turli omillar natijasidir. Ammo qaysiki so’z bo’lmasin, leksik jihatdan denotativ ma’nosidan qanchalar uzoqlashmasin, baribir uning ilk ma’nosi tadqiq obyekti sifatida ahamiyatli bo’lib qoladi.

Bibliografik roy’xat

1. Begmatov E. va boshqalar –O’zbek tilining izohli lug’ati. Davlat ilmiy nashryoti, Toshkent, 1998.
2. Dadaboyev X. Xolmonova Z. Turkiy tillarning qiyosiy-tarixiy grammatikasi Toshkent, 2015.
3. M Qoshg’ariy “Devoni lug’otit-turk” . Toshkent-1963 II jild.
4. Shamsiddinov R. va boshqa “O’zbekiston tarixi” “Sharq” nashriyot- matbaa aksiyadorlik kompaniyasi Toshkent – 2017.
5. Yunus Berdaq O’zbekcha- turkcha izohli lug’at – “O’zbekiston” 1993.

XALQARO MEDIA MAKONDA FAKE NEWS TURLARI VA ULARNING TAHLILI

A. Joldasbaeva

*Magistrant,
Jurnalistika universiteti va Ommaviy kommunikatsiyalar O’zbekiston,
Toshkent, O’zbekiston*

Summary. This article gives examples of the experience of using the Factchecking platform in a modern media structure. The article also presents the disadvantages and advantages in this area, the author gives his recommendations.

Keywords: fact checking; fake news; news; Kazakhstan; Kyrgyzstan; Uzbekistan.

Bugungi kunda jahon aholisining anchagina qismi Internet global axborot tarmog’idan keng foydalanadi. Smart Insights kompaniyasi tomonidan o’tkazilgan Global Social Media Research Summary 2019 tadqiqoti natijalariga ko’ra 2019 yil yanvar oyida internet foydalanuvchilari soni 4,021 mlrd (dunyo aholisining 53 foizi) kishiga yetgan bo’lib, bu o’tgan 2018 yilga nisbatan 7 foiz ko’pdir. Ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari soni 3,196 mlrd kishini (dunyo

aholisining 42 foizi) tashkil etgan bo'lib, bu 2018 yil bilan solishtirganda 13 foizga ko'p. Dunyo aholisi soni 7,5 mlrddan ortgani hisobga olinsa, bu ko'rsatkichlar internet va undagi ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari soni yildan-yilga sezilarli ravishda o'sib borayotganini bildiradi. Internet jahon axborot tarmog'i va ijtimoiy tarmoqlar axborot iste'molchilari uchun asosiy manba bo'lib qolmoqda. Elektron ommaviy axborot vositalari ham o'zlarining tegishli profil va kanallari orqali ma'lumot tarqatmoqda. Buning sababi barcha o'z vaqtini internetda ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazishga sarf qilayapti. Ammo chuqurroq nazar tashlanadigan bo'lsa, internet va undagi ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi, vaqt va makon tushunchalariga yondashuvning o'zgarishi va globallasuv jarayonining kuchayishidan ba'zi birovlar boshqa maqsadda foydalanmoqda. Ularning ba'zilari bu orqali piar yaratmoqchi bo'lsa, ba'zilari kimlardir obro'sizlantirishni, aholi o'rtasida vahima uyg'otishni, turli bo'htonlar tarqatib, davlat hokimiyati organlari obro'sini to'kishni maqsad qilgan. Olib borilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, Internetda, xususan, ijtimoiy tarmoqlarda har kuni millionlab yolg'on xabarlar tarqatiladi. Ularning oqibatlarini ham turlicha. Ba'zilari hech qanday ahamiyatga ega bo'lmasa, ba'zilari esa ishonarliligi bilan vaziyatning keskin tus olishiga sabab bo'ladi. Shu sababli dunyo davlatlari Internetda tarqatilayotgan yolg'on xabarlar qarshi kurashish, ularning salbiy oqibatlarini bartaraf etish bo'yicha fikr yuritmoqda.

Ammo shunga qaramasdan axborotlar oqimida soxta uydirma xabarlarini saralashni va to'xtatishning imkoni yo'q. Negaki fake xabarlar shunchalik "haqiqat" qobig'iga bezangan bo'lib, ularni umumiy axborot oqimidan ajratish qiyin. Mutaxassislar fikriga ko'ra fake xabarlar quyidagi turlarga bo'linadi:

- Yolg'on sarlavhalar;
- Noaniq yangiliklar;
- Dezinformatsiya;
- Diskreditatsiya;
- Tuhmat, uydirma xabarlar;
- Hate speech
- Satira, yumor

Yolg'on sarlavhalar – ko'rinishidan vahimali, auditoriyani o'ziga tez jalb qiladigan, "Shok xabar", "Buni o'qimasangiz bo'lmaydi", "Tezkor yangilik" sarlavhalari ostida beriladi. Sarlavha ichiga kirganingizda bo'shliq yoki aniq ma'lumot berilmaydi. Shuningdek, bunday sarlavhalarda manzil ko'rsatilmaydi. Bunday fake xabarlar ko'pincha saytga odam to'plash uchun qo'llaniladi.

Noaniq yangiliklar – yangilikning qayerda va qachon e'lon qilinganligi aniq emas. Bunday yangiliklar tarmoqda uzoq vaqtgacha aylanib yuraveradi. Masalan, bunday toifadagi xabarlar bola og'risi haqidagi postlar, har xil hayriya yoki yordam so'raydigan e'lonlar, noto'g'ri axborot, mashhur insonlarning vafoti haqidagi mish-mishlar, kimnidir jinoyat sodir etishda ayblovlar kiradi. AQSH hukumati bunday noaniq yangiliklarga auditoriyani chalg'itmaslik uchun www.stopfake.org platformasi orqali aniqlab, saytlardan o'chiradi. 2018 yili facebook ijtimoiy tarmog'i orqali bunday xabarlarining 10 mlnga yaqini tarmoqdan

o'chirildi. Noaniq yangiliklar doimiy tarzda tarmoqda aylanib yuradi va "yangiligi"ni yo'qotmaydi. Chunki ma'lumotning asosi yo'q. Bunday yangiliklarning maqsadi inson ong ostiga psixologik ta'sir qilishi, aholi o'rtasida vahima uyg'otishdir.

Dezinformatsiya – axborotning ma'nosini o'zgartirgan holda berish ham fake news tarkibiga kiradi. Dezinformatsiya – qarama-qarshi tomonga yoki biznes sherigiga hamkorlikni yanada takomillashtirish, axborot sifatini nazorat qilish va vaziyatning yo'nalishini, qora bozorning potensial mijozlarini aniqlash uchun ataylab beriladigan noto'g'ri ma'lumotdir. Shuningdek, bunday axborotlar manipulyatsiya vositasi sifatida ishlatiladi. Masalan, ma'lumotlarning to'liq yoki to'liq emasligi, kerakli ma'lumot berilmaganligi, kontekstni buzilishi, ma'lumotlarning ma'nosini o'zgartirish orqali auditoriyaga uzatish. Bugungi kunda internet makonida tarqalayotgan yolg'on, chalg'ituvchi xabarlarining turlari ko'paydi. Ular tashviqotu hazil, ermagu "soxta yangilik" shaklida bo'lib, ko'pincha siyosiy yoxud tijoriy maqsadlarni ko'zlagan bo'ladi. O'z muxoliflarining obro'sini to'kish maqsadida hukumatlarning tashviqot materiallarini tarqatishi yangilik emas. Bunday axborotlarning ikkinchi nomi "buzuq axborotlar" deb ataladi. Bugungi raqamlashgan dunyoda dezinformatsiya muammosiga ta'rif berishda jurnalistlar "buzuq axborot" degan termini ishlatishni ilgari surmoqda. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda siyosatchilar yoki mashhur yulduzlar qilmagan ishlarini qildim deb intervyu bergan videolari tarqalishi mumkin. Bunday videolarni "deepfakes" deb nomlashadi. Bu haddan ziyod degan ma'noni anglatadi. Aslida bunday videolar va undagi qahramonlar ham haqiqiy emas.

Diskreditatsiya – voqeaning ahamiyatini pasaytirib ko'rsatish ham fake news tarkibiga kiradi. Diskreditatsiya – fransuz tilidan olingan bo'lib, obro'sizlantirish, obro-e'tiborni yo'qotish degan ma'nolarni bildiradi. Ko'pincha bu termin siyosatda qo'llaniladi. Siyosiy shaxsning obro'siga putur yetkazish, uni kamsitish, imijiga ta'sir o'tkazish uchun uydirma axborotlarni tarqatish yoki faoliyatini pasaytirib ko'rsatishdir.

"Nafrat tili" (hate speech) – qonunan ta'qib qilinuvchi, "biror guruhga nisbatan, ayniqsa kommunikatsiya zo'ravonlikni tug'dirishi mumkin bo'lganida, nafratni ifodalashdan boshqa ma'noga ega bo'lmagan kommunikatsiya"dir. U boshqa irq, etnik mansublik, milliy kelib chiqish, jins, e'tiqod, jinsiy qarashlarga ega odamlarni "biz" va "ular"ga ajratuvchi nafratga chorlov yoki tahqirlashning har qanday shakli, ko'rinishi sifatida namoyon bo'lishi mumkin. Hate speech ijtimoiy stereotiplar, soxta tasavvurlar va kamsitish kabi hodisalarga asoslanadi. Soxta tasavvur va kamsitishga asoslangan kommunikatsiya ikki shaklda namoyon bo'lishi mumkin: "baqiroq", yaqqol namoyon bo'lgan shakli – u asosan dunyoning aksariyat mamlakatlarida qonunan ta'qib qilinadi va yorqin namoyon bo'lmagan, sezilmaydigan yoki aniqrog'i, hammaga ham sezilavermaydigan shaklidir. Xabarlar go'yoki g'ayriixtiyoriy ravishda yuboriladi.

Bibliografik roy' xat

1. Alyssa Newcomb (November 15, 2019). "Facebook, Google Crack Down on Fake News Advertising". NBC News. Retrieved March 29, 2019.
2. "Explained: What is Fake news? | Social Media and Filter Bubbles". *Webwise.ie*. June 21, 2018. Retrieved March 25, 2019.

СИРОЖИДДИН САЙИИД ШЕЪРИЯТИДА МУМТОЗ АДАБИЁТ АНЪАНАЛАРИ

К. А. Одилжонова

Талаба,
Андижон давлат университети,
Андижон, Ўзбекистон

Summary. This article analyzes the classical lyrical genres from the work of Sirojiddin Sayyid. In particular, the features of expressing themes and ideas, the writer's skills in such genres as gazal, muhammas, turtle, fard are highlighted.

Keywords: tradition; innovation; gazal; muhammas; tahmis; fard; turtlik; ruby; aruz; thematic composition.

Ҳозирги ўзбек шеърияти янги тамойиллар ҳамда ғоялар асосида ривожланишда давом этмоқда. Мазкур давр шеърияти поэтик янгиланишларни бошидан кечириш билан бирга мумтоз адабиётимиз анъаналари ҳам изчил ривожланиб бормоқда. Ҳозирги ўзбек шеъриятида ғазал, рубоий, фард, мухаммас, тўртлик каби мумтоз лирик жанрларида ҳам ижод қилиб келаётган шоирлардан бири Сирожиддин Саййиддир. Шоир ғазал ва мухаммасларида, асосан, ишқий-интим ҳамда ижтимоий, фалсафий мавзу етакчилик қилса, рубоий, тўртлик ҳамда фардларида мумтоз адабиётдаги ухровий мазмуннинг содда талқинини беришга интилади.

Маълумки, ғазал ягона вазнга эга бўлган қофиядош байтлардан таркиб топади. Биринчи байт (матлаъ) даги ҳар икки мисра қофиядош бўлади (а-а), кейинги байтларнинг иккинчи мисралари ана шу байтга қофиядош бўлиб келади (б-а, в-а, г-а). Ғазалда қофиядан (муқаффо ғазал) ташқари радиф ҳам ишлатилиши (мураддаф) мумкин. Бундай ғазалда қофиялар радифдан олдин келади. Ғазалнинг хотимавий байти мақтаъда шоирнинг тахаллуси келади [1, б. 287]. Лекин Сирожиддин Саййид ижодидаги ғазалларда тахаллус учрамайди. Бизнингча, бу ҳолатни замонавий ғазалчиликда ғазал сўнггида тахаллус қўйишга эҳтиёж қолмаганлиги билан изоҳлаш мумкин.

Сирожиддин Саййид ижодида 40 га яқин ғазаллар мавжуд бўлиб, улардан 7 таси муқаффо ғазал, қолган барчаси мураддаф ғазал саналади. Шоир ўз ғазаллари билан замонавий ғазалнависликни янги босқичга кўтарди. У ўз ғазалларида анъанавий ишқий ҳамда тасаввуфий мавзуларни