

**SHIRINOVA Mexrigiyo**

*f.f.f.d. (PhD) BuxDU o‘zbek tilshunosligi va  
jurnalistika kafedrasi o‘qituvchisi,  
[shmexrigiyo@mail.ru](mailto:shmexrigiyo@mail.ru)*

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada telenutq tushunchasi va unga berilgan ta’riflar izohlangan. Telenutq medianutqning bir ko‘rinishi ekanligi, bu tushuncha ostida televideniya namoyish etiladigan barcha telemahsulotlar tushunilishi zarurligi ta’kidlangan. Telenutq tarkibiga kiruvchi mediamatnlar sanab o‘tilgan.

**Kalit so‘zlar:** telenutq, medianutq, ommaviy axborot vositalari, teleboshlovchilar nutqi, sharhlovchilar nutqi, reklama nutqi, kino nutqi.

**Abstract.** This article explains the concept of telespeech and its definitions. It was emphasized that telespeech is a form of media speech, and it is necessary to understand all television products shown on television under this concept. The media texts included in the telecast are listed.

**Key words:** TV speech, media speech, mass media, speech of TV presenters, speech of commentators, advertising speech, film speech.

Ommaviy axborot vositalari ommaga, xalqqa, umuman, butun jamiyatga xizmat qiluvchi axborot almashinuv quroli sanaladi. Texnika yaralibdiki, insoniyat mazkur vositalardan foydalanib kelmoqda. Bugungi kunda ommaviy axborot vositalariga bo‘lgan ehtiyoj, talab oshsa oshganki, also kamaygani yo‘q. Shuning uchun OAVning barcha turlari o‘z yo‘nalishi bo‘yicha jadal rivojlanishda davom etmoqda. Ma’lumki, radio, televideniye, matbuot, internet OAVning muhim tarkibiy qismidir. Har bir tarkibiy qism o‘ziga xos tilda, nutqda so‘zlaydi, chunki axborot qaysi usul-u vosita bilan o‘z muxlisiga yetkazilmasin, tilga murojaat qilishga, u bilan “hisoblashish”ga majburdir.

Medianutq – mediamatnlar vositasida yuzaga keladigan ommaviy axborot vositalarining nutqidir. Bu keng qamrovli tushuncha bo‘lib, uning tarkibiga telenutq, radionutq, matbuot nutqi, internet nutqi kabilarni kiritish mumkin. Telenutq – medianutqning bir ko‘rinishi, tarkibiy qismidir. Hozirgi kunda mediamatn deganda media ishlab chiqarishning aniq natijasi, mediamahsulot nazarda tutiladi, bu axborotdan iborat va medianing istalgan turi va janrida (gazetadagi maqola, teleko‘rsatuv, videoklip, reklama xabari, film va boshq.) bayon etilgan xabar bo‘lib, ommaviy auditoriyaga yo‘naltiriladi [Мельник, 27]. Mediamatn lison va mediashaklning o‘zaro birligidan hosil bo‘ladi. U lisoniy va mediabelgilarning dialektik birligidan iborat bo‘lib, medianutqning uch darajasi: so‘zlardan iborat matn, videoqator va grafik tasvir darajasi, ovoz jo‘rligi darajasi bilan taqdim etiladi [Добросклонская, 2020: С.27].

Televideniye – OAVning turlari orasida keng qamrovliligi, ommabopligi, ko‘ngilocharligi kabi bir qator xususiyatlari bilan ajralib turadigan audiovizual

## O‘zbek tili milliy va ta’limiy korpusining nazariy va amaliy masalalari

vosita, u og‘zaki nutq (ba‘zan yozma nutq) va kadrlar ketma-ketligidan iborat jonli tasvirlarni birlashtiradi. Televideniye ga yuklangan mazkur vazifa bevosita til, nutq orqali yuzaga keladi. Manbalarda telenutqning o‘rniga “televizion nutq”, “televideniye tili”, “mediatili”, “audiovizual til”, “ekran tili” kabi tushunchalar ishlatilishini kuzatish mumkin.

Telenutq – televideniye uchun xos bo‘lib, ekranda namoyish etiladigan barcha mediamahsulotlar nutqi sanaladi. Ommaviy axborot vositalari tilini o‘rgangan olim O.V.Aleksandrovaning fikricha, “telekommunikatsiya shunday axborot almashinuviki, unda turli guruh va tabaqalarga mansub millionlab odamlar axborotni qabul qiladi va undan foydalanadi. Televizion diskurs, bu – kompleks sistemadir” [Александрова]. Haqiqatdan ham, telenutqni yuzaga keltirgan muallif (teleboshlovchilar, jurnalistlar, rejissorlar, aktyorlar, sharhlovchilar...) tomoshabinni yoshiga, jinsiga, ijtimoiy kelib chiqishiga, kasbiga, qiziqishiga qarab guruhlarga ajratolmaydi va faqat o‘ziga tegishli tomoshabinni oldindan belgilay olmaydi. Nisbatan telenutq muallifi tomoshabinning aksariyati qaysi toifaga tegishli ekanligini ayta olishi mumkin, xolos. Masalan, “Bolajon” telekanalida namoyish etiladigan ko‘rsatuvlarning tomoshabini ko‘proq bolajonlar ekanligini bilamiz, ammo kattalar ham mazkur ko‘rsatuvlarga befarq emasligini unutmazlik zarur.

Telenutq – ommaviy nutq bo‘lganligi bois ko‘plab soha vakillarini qiziqtirib kelmoqda. Jumladan, tilshunoslar ham tilshunoslikning turli aspektlarida tadqiqot obyekti sifatida o‘rganishmoqda. Telenutqni maxsus tadqiq etgan olim S.V.Svetana “Televizion nutq: funksiyalari va strukturasi” nomli monografiyasida televideniye nutqini o‘rganadi va “televizion nutq” tushunchasini ilmiy termin sifatida fanga olib kiradi. U telematnlarni kuzatish va tahlil etish natijasida quyidagi xulosaga keladi: “telenutq ommaviy kommunikativ nutqning ko‘rinishi sifatida ahamiyatga molik, uning asosiy konstruktiv prinsipi televideniye da ma’lumotni uzatishdagi uch sathning bog‘liqligi bilan belgilanadi (tasvir–ovoz–nutq)” [Svetana, 1976: B.33].

Tasvir-ovoz-nutq uchligi telenutq uchun bir-birini taqozo etuvchi muhim omillardir. Ulardan bittasi ishtirok etmasa, telenutq yuzaga chiqmaydi. Yoki mazkur omillardan biri sust bo‘lsa ham, telenutq o‘z maqsadiga erishmaydi. Telenutq ommaning kundalik turmush tarzidagi nutqqa hamda publisistik uslub talablariga mos bo‘lishi zarur. S.V.Svetana ta’kidlaganidek, “Televizion chiqish og‘zaki nutq qonunlari asosida vujudga keladi, demak, televizion chiqish uchun ham, har qanday og‘zaki chiqish mezonlari asos hisoblanadi”.

Telenutq tahlilga tortilgan aksariyat ishlarda telenutq deganda faqat teleboshlovchilar, teleko‘rsatuvlar nutqi tushinilgan va o‘rganilgan. Bizningcha, telenutq deganda, teleekranda namoyish etilgan, tomoshabin ko‘z o‘ngida gavalangan barcha nutq anglanishi kerak. Ilmiy adabiyotlardagi tadqiqotlarni kuzatgan holda quyidagi fikrni aytish mumkin. Telenutq 2 ma’noda qo‘llaniladi:

1. Keng ma’noda: televizorda namoyish etilgan barcha telemahsulotlarning nutqi.
2. Tor ma’noda: faqat teleboshlovchilar nutqi.

## O'zbek tili milliy va ta'limiy korpusining nazariy va amaliy masalalari

Agar telenutq lingvistik aspektda tadqiqot obyektiga olib o'rganilsa, keng ma'noda tadqiq etish ma'qul deb hisoblaymiz. Chunki telenutq faqat teleboshlovchilar nutqidan iborat emas. Ko'rsatuvlardan tashqari bo'lgan mediamahsulotlar ham televizorda namoyish etiladi hamda ommaga yetib boradi. Ba'zi telekanallarda umuman teleboshlovchi ishtirok etmaydi, bu mazkur telekanalda telenutq yo'q deganimi? Mantiqqa umuman to'g'ri kelmaydi. Har bir telekanalning o'ziga xos jihatlari mavjud va shu bilan birga, ushbu telekanallarni birlashtiruvchi umumiy mezonlar ham mavjuddir. Chunonchi, "Navo" telekanalida asosiy telenutq qo'shiqchilar vositasida, "Kinoteatr" telekanalida esa kino nutqi orqali tomoshabinga yetkaziladi.

Telenutq o'z mazmun-mohiyati va ko'lamiga ko'ra quyidagi tarkibiy qismlardan tashkil topgan:

1. Teleko'rsatuvlar nutqi.
2. Kinofilmlar va sahna asarlari nutqi.
3. Hujjatli filmlar nutqi.
4. Multifilmlar nutqi.
5. Reklama va anonslar nutqi.
6. Qo'shiqchilar nutqi.
7. Sharhlovchilar nutqi.

Mazkur tasnifda teleko'rsatuvlar nutqi ko'pchilikni tashkil etadi. Teleko'rsatuvlar nutqini quyidagicha tasniflash mumkin:

1. Axborot-informatsion ko'rsatuvlar nutqi.
2. Tok-shoular nutqi.
3. Ko'ngilochar, ma'naviy-axloqiy, musiqiy dam olish dasturlari nutqi.
4. Ijtimoiy-siyosiy, ma'naviy-ma'rifiy mazmundagi ko'rsatuvlar nutqi.

Tasnifdagi har bir ko'rsatuv nutqi yana ichki guruhlariga bo'linadi. Hozirgi kunda ko'rsatuvlarning rang-barang ko'rinishlari tomoshabinga yetkazilmoqda.

S.V.Svetana teleko'rsatuvlarning ikki turini ajratadi: tayyorlangan va tayyorlanmagan. Bu tip yuqoridagi tasnifga kiruvchi har bir ko'rsatuvlar uchun xosdir. Telenutqda ko'proq og'zaki-adabiy me'yorga murojaat qilish kuchli. Biz bu jarayonni zamonaviy televideniyaning belgilovchi omili sifatida e'tirof etilganini ko'pgina ishlarda kuzatdik.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, telenutqni lingvistik tadqiqot obyektini sifatida o'rganishga ehtiyoj mavjud. Ehtiyoj keng ma'nodagi telenutqni o'rganish orqali qondiriladi. Ya'ni faqat teleboshlovchilar nutqini o'rganish bilan chegaralanmaslik zarur. Jamiyatda yuz berayotgan tub o'zgarishlar televideniya ham o'z aksini topib bormoqda. Bu telenutqning doimiy tadqiq etilishi va tavsiyalar berib borilishi zarurligini anglatadi.

### Foydalanilgan adabiyotlar

1. Александрова О.В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества. // [evartist.narod.ru/text12/07.htm](http://evartist.narod.ru/text12/07.htm)

## **O‘zbek tili milliy va ta’limiy korpusining nazariy va amaliy masalalari**

2. Светлана С.В. Телевизионная речь: функции и структура. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976.- С.33.

3. Мельник Г.С. Медiateкст как объект лингвистических исследований.pdf

4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero 2020. - 180 с.