



ТЕЛЕВИЗИОН ЭФИРДА ҚАҲРАМОН ПЕРСОНИФИКАЦИЯСИНИНГ ТИЛ УСУЛЛАРИ

Нилуфар Талибжановна Умирзакова

*Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар
университети мустақил тадқиқотчиси, ЎзМТРК “Ўзбекистон”
телерадиоканали катта муҳаррири*
nilufar74.1974@gmail.com

Аннотация: Мақолада зангори экрандаги телелойиҳаларда эфир нутқининг услубий жиҳатлари, нутқдаги нотўғри талаффуз оқибатлари таҳлил қилинган. Тилнинг энг муҳим вазифаси ахборот улашиш бўлса, унданда муҳимроғи коммуникатив бўлишида: мулоқот, аудитория ва коммуникатор, коммуникатор ва кўрсатув қаҳрамони, журналист ва дастур иштирокчилари, тақлиф қилинганлар ўртасида алоқа ўрнатиш ва қўллаб-қувватлашдаги жонли тил услубларининг тенденциялари мисоллар асосида ёритилган.

Таянч сўзлар: телевидение, эфир тили, коммуникация, забон, сўз, атама, лингвистика, иштирокчилар, қаҳрамонлар.

ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЕМЫ ПЕРСОНИФИКАЦИИ ГЕРОЯ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ЭФИРЕ

Нилуфар Талибжановна Умирзакова

*Независимый исследователь университета
Журналистики и массовой коммуникации
Узбекистана, УзНТРК, старший редактор телеканала «Узбекистан»*
nilufar74.1974@gmail.com

Аннотация: В статье анализируются стилистические аспекты эфирной речи в телепроектах на голубом экране, а также последствия неправильного произношения в речи. Важнейшей задачей языка является обмен информацией, то коммуникативным быть важнее: общение, аудитория и коммуникатор, коммуникатор и герой программы, журналист и участники программы, тенденции языковых стилей в установлении и поддержании общения между героями выделены на основе примеров.

Ключевые слова: телевидение, речь вещания, общение, язык, слова, термин, языкознание, участники, персонажи, герои.

Замонавий коммуникациянинг воситаси бўлган тил – нафақат «фикр куроли», балки инсон ва воқелик ўртасида кўприк эканлигини тушуниш учун шароит яратди. Унинг ўзи ҳам инсон ва унинг дунёсини яратувчи мустақил воқеликдир.



Замонавий телевидение тили бугунги кунда у зиддиятли ва мураккаб характерга эга. Телевидение тилига ижтимоий ўзгаришлар (ўтиш даври, ислохатлар), оммавий маданият, постмодернизм, ижтимоий тармоқлар ва бошқа турли омиллар таъсир кўрсатади. Натижада, телелойиҳалар тилига турли хил, ҳатто, кўпинча стилистиканинг бир-бирини инкор этувчи шакллари қоришиб кетади. Турғунлик даврининг ниҳоятда мафкуралашган, шаблонлар туфайли адабий тилдан бир оз узоқлашган ОАВ тили ва услуби пайдо бўлди. Мазкур ҳолатга сабаб, телевизион тилга бошқа миллатлар луғатидан кириб келган сўз ва метафоралардир. С. Шомақсудова тадқиқотларига кўра: «Сўз ўзлаштириш тил тараққиётининг қонуний кўринишидир; халқлар ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий, маданий-маърифий ва илмий алоқалар бир тилдан иккинчи тилга сўз ва атамаларнинг ўтиб туришини тақозо қилади» [1].

Тадқиқотчилар фикрига кўра, телевидение тили қуйидагича тавсифланади:

- сўзларга нисбатан аниқ баҳо берувчи муносабат;
- кўп сўзларни маълум ижтимоий гуруҳга мансуб шахсга тегишли рамзларга айлантириш;
- оммавий фойдаланишда тил меъёрларига путур етиши;
- сўз бойлигининг қашшоқлашиши, семантик жиҳатдан эътибордан четда қолган қимматли сўзлар ва фразеологик бирикмалар;
- луғатдаги унутилган сўз ва тушунчаларни қайта тиклаш;
- «қарзга олиш синдроми» (керакли ва кераксиз сўзларни тилимизга ўзлашиши);
- (аббревиатуралар, исмлар) номларда эстетик диднинг йўқолиши;
- тил қонунларининг бузилиши;
- информацион ва эскпрессив тил воситаларини ишлаб чиқиш ва апробациядан ўтказиш [2].

Замонавий ўзбек адабий тили серқирра ва омилкор. Миллий ва адабий тил таркибига кирувчи барча меъёрлар маъносини сақлаган ҳолда, ўз фаолиятини давом эттирмақда. Асосий миллатни бирлаштирувчи омил оммавий ахборот воситаларининг тилидир, жумладан телевидениени ҳам.

Телеэфир тилининг ҳозирги ҳолати замонавий жамиятда мавжуд бўлган вазиятни акс эттиради, бунинг таъсирида эса социологларнинг фикрича, кундан кун роли ошиб бораётган ўрта синф вакиллари шаклланмоқда [3].

Агар биз адабий тилнинг ривожланиш тенденцияларини кузатсак, жумладан, телевидениеда ҳам, замонавий телевизион нутқ заифлашиш ва содаллашиш арафасида. Бугунги кунда телевидение ўзининг лингвистик муҳитида, авваллари, унчалик муҳим бўлмаган ва адабий тилдан ташқарида бўлган соҳаларнинг ривожланиши билан тавсифланади. Жаргон, шева каби нутқдаги воситалар қайта ишланади, ўзлаштирилади ва анъанавий нейтрал ва адабий тил билан бир қаторда қўлланила бошлайди.

Тадқиқотларимиз шуни кўрсатдики, «Dunyo bo'ylab» телеканали орқали эфирга узатилган «Янги кунда яна биргамиз» тележурнали мисолида билвосита баҳолаш тавсифланди: аудиториянинг интеллектуал даражасини баҳолаш, муҳокамага



кўйилган мавзу бўйича томошабин томонидан берилган саволнинг долзарблиги, ўзига хослиги, асосга эгаллиги орқали амалга оширилади: *«Мантиқий савол; Ҳақиқатан ҳам ўзига хос; Бу мавзу қизиқ, баҳслашишга арзийди; Яхши савол; У биз билан эди; Қийин савол; Қанчалар мужмал савол; Ёқимли сўз ва ажойиб савол; Таклиф аввалига қутилмагандек туюлди, сўнг биз жуда қизиқдик»* ва ҳ.к.

Сўнгги йилларда кўрсатув иштирокчиларининг ўзи ижобий баҳолаш объектига айланмоқдалар. Телелойиҳа иштирокчиси деганда, аввало дастур қаҳрамони ва студиядаги иштирокчилар, шу билан бирга, кўнғироқ қилган экран ортидаги томошабин назарда тутилади. Мисол сифатида «O'zbekiston» телеканалининг «Ойдин ҳаёт» туркум дастурининг навбатдаги сонларидан бирини[4] таҳлилга тортамиз. 27 июнь Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни бўлгани учун, асосий суҳбатдош сифатида журналистлар таклиф қилинган. Дастур тўғридан тўғри эфирга узатилганлиги боис томошабин телефон орқали студия билан боғланиб иштирок этаётган халқ вакиллари ҳақида фикр билдириб, табриклаб, жойи келса танқид ҳам қилганлигини кузатиш мумкин. Диққатга сазовор жойи шундаки, экран ортидаги фахрий журналистлар билан ҳам телефон орқали боғланиб, студиядаги иштирокчилар уларни табриклаш имкониятига эга бўлдилар.

«Sevimli TV» телеканали орқали эфирга узатиладиган «Sevimli yulduz» кўрсатувининг Ўзбекистон халқ артисти Озодбек Назарбековга бағишланган сонидан хонандалар ва созандалар ижро масаласида ўзлари ва ўзаро бир-бирларини баҳолайдилар. Бу ҳолатда, оғзаки баҳолашнинг икки тури – эстетик ва психологик муносабатнинг эмоционал шакли амалга оширилади: *«Ў, зўр савол; Бу кўшиқларнинг ҳаммаси халқнинг мулкига айланиб кетди; Ҳамиша файзи бор йигит бор; Озод ака шогирдларини чертиб-чертиб танлайдиларми, ҳаммаси «юлдуз» бўлади; ойнаи жаҳон ортида миллионлар қутишяпти, Озодбекни ўзи ҳам кўшиқ айтадимиз деб; асосий сеvimли юлдузимиз; Озодбек акани энергияси бутун зални қамраб олди; ноодатий ёндашув; студияга зиё таратиб ўтирган Зиёда бор; янграсин ўтли нолалар; сеҳрга маст бўлсин мухлислар; Супер!!!»* [5].

Коммуникация иштирокчиларининг ҳатти-ҳаракати камдан-кам ҳолларда баҳоланади ва бу ахлоқий муносабатда акс этиши мумкин: - *«Ҳозир патини юламиз, энг катта «мошенник» ўзинг-ку, интригант, албатта, бу дўстона ҳазил»* [6].

Фикрнинг ягона маъносини ифодалаш йўллари ва воситалари муаллифнинг қарорига мос равишда танланади ва муаллиф аудитория тасаввурида шакллантиришни истаган қаҳрамон образи ҳақидаги нуқтаи назарга мос келади. Ижобий ёки салбий баҳолашда овоз, интонация, мантиқий зарба муҳим роль ўйнайди.

Бизнингча, телевизион дискуссияни позитив йўналтиришда аудитория эътиборини бутун кўрсатувга, қисман кўрсатув қаҳрамонига қаратиш муҳим тактикалардан биридир.

Телевизион тилнинг ўзига хослиги унинг оғзаки равишда тақдим этилиши билан белгиланади. Бахтга қарши, бугунги кунда нутқ билан боғлиқ услубий воситалар ва



ранг-барангликдан фойдаланмаслик, маърузачиларнинг ўз нутқини назорат қила олмаслиги, оммавий мулоқотнинг муаммоси сифатида намоён бўлмоқда. Экран нутқида кенг тарқалган хатоларга қуйидагилар киради:

- овоз таркибининг мураккаблиги ёки оҳангдаги ўхшаш сўзлар оқибатида талаффузнинг бузилиши (келинг ўрнига келин, турп ўрнига туруп, курт ўрнига қурут);

- маънога нисбатан сўзнинг нотўғри ишлатиши (масалан, ташриф сўзининг келди ўрнига ишлатилиши. Ташриф – олий мақомга эга шахсларга нисбатан ишлатилади. Масалан, баъзан мактабга ота-оналар келди ўрнига, ташриф буюришди дегандек. Ёки баҳс сўзини спортчиларга нисбатан куч синашиш ёки мусобақа қилиш маъносида ишлатилиши);

- шаклдан фойдаланишдаги хатоликлар (масалан, кашф қилдилар ўрнига кашфиёт қилдилар; ўқиш ўрнига ўқимоқлик);

- мутаносиблик – сўз бирикмаларида кўплик ва birlikнинг нотўғри қўлланилиши (20 нафар учувчи ўрнига 20 нафар учувчилар);

- сўзларни оғзаки нутқда қисқартириш ёки соддалаштириш, шевадаги нутқни оммавий нутқ ўрнида қабул қилиш мумкин эмас (исмлар Нилуфарни Нилу, Баҳодирни Баҳо, Севинчни Сева; дим яхши – жуда яхши ўрнига, ашагда – у ёқда ўрнига);

- телевизордаги тилбузарлик (сериаллардаги телефонда сўзлашувлар, масалан Ўктамни чакириб бера оласизми ўрнига Ўктамни мумкинми, ишлар яхшими деганда “норм” дейиш).

Телевизион нутқ таҳлили, шубҳасиз, дискурсив ёндашувни талаб қилади. У янграётган нутқ билан биргаликда гетероген эсктралингвистик омиллардан паралингвистик (имо-ишора, мимика, пластика) омилларни ҳисобга олишни тақозо этади, чунки буларсиз телеэкран нутқини тасаввур қилиб бўлмайди[7].

Мутахассис сифатида оғзаки жанрда фаолият олиб борувчи тележурналистлар сўзларнинг талаффузига катта эътибор қаратишлари лозим. Телелойиҳаларда ишлатилган сўзлардаги хатоликлар қимматга тушади, шунинг учун кўрсатувлардаги маърузачилар, мутахассислар, муаллиф-журналистлар, дастур иштирокчилари ва қаҳрамонлари ўз нутқларини назорат қилишлари лозим. Шундагина уларнинг нутқи адабий тил нормаларига жавоб бериб, аудитория томонидан қабул қилинади.

Шундай қилиб, телевидение томонидан қўлланиладиган асосий шартли белги сўз эканлигини эътироф этган ҳолда, алоҳида таъкидлаш керакки, видеоконтент матн компоненти билан экранда намоёйиш этилаётган образ хусусиятлари билан таъминланган ва тасвирланган. Телевизион нутқ аудитория билан мулоқотга киришганда диалог эффектини яратади, бу эса ўз навбатида томошабинларда ишонч уйғотади. Телевизион маълумотларнинг экран билан узвий боғлиқлигига қарамай, видеоқаторнинг кетма-кетлиги воқеалар моҳиятини англаб, телевизион контентдаги семантик юк кўпинча матнга тушади. Демак, матнга қўйиладиган талаблар – ёрқинлик, аниқлик, англаш учун қулайлик ва қисқалик. Тадқиқотчилар турли жанр ва нутқ конструкцияларини ўзлаштирган телевизион нутқнинг тил воситалари таркибининг ҳар хиллига эътибор беришади.



Сўнги ўн йилликларда телевидениеда ўз-ўзидан пайдо бўлган, очик ва бузилган нутқнинг кенг тарқалганлиги, бу эса адабий тил меъёрларини бузилишига олиб келаётганлигини асосий тенденциялардан бири десак, янглишмаймиз. Телевизион нутқнинг замонавий хусусиятлари орасида куйидагиларга бўлган талабни келтириш мумкин: типик нутқ тизилмалари, шаблонлар, аббревиатуралардан ва қисқартмалардан фойдаланиш, қисқартирилган луғатдан фойдаланиш, шевалар, ўзлаштирилган нутқни ўзиники қилиб олиш.

Журналистнинг маҳорати – қаҳрамон образини яратиш учун экспрессив воситалар композициясини тўғри танлаш, умумий услуб, камера ва микрофон олдида табиий ва самимий нутқ учун шароит яратиш қобилиятига боғлиқлигини аниқладик. Муаллифлик нуқтаи назари туфайли қаҳрамон телеэкранда «гапирувчи манекен» сифатида эмас, балки жамиятда рўй бераётган ўзгаришларни акс эттирувчи фаол, жонли, реал кўринишга эга бўлади. Қаҳрамон афсона тимсолини эмас, замондош портретини тавсифлаши керак.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Шомақсудова С. Матндаги нутқий бирликлар: ўқув кўлланма. – Т.: Университет, 2021. – Б.38.
2. Лабутина В.В. Языковая компетенция современного тележурналиста. Учеб. пособие. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2019. –С. 11-12.
3. Караулов Ю.Н. Язык СМИ как модель общенационального языка // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. М., 2021. – С.89.
4. «O‘zbekiston» телеканаллари эфири. «Ойдин ҳаёт» дастури. Муаллиф – Зокирова Н. 27.06.2022. 09:00
5. Sevimli TV эфири. «Севимли юлдуз». Муаллиф – Аслиддинов Н. 08.01.2023. 22:00
6. Zo‘r TV эфири. «Ўғирланган никоб». Муаллиф – Хўжақулов М. 28.05.2022. 22:00
7. Тешабаева Д.М. Медиалингвистика ва таҳрир. – Т.: «O‘zbekiston» НМИУ, 2019. – Б.203.