

**INGLIZ VA O'ZBEK TELEVISION NUTQIDA MUROJAAT  
BIRLIKLARINING RITORIK XUSUSIYATLARI (“YOU” VA “SIZ”  
MISOLIDA)**

***Zokirova Shaxzoda Nodirjon qizi***

*Ingliz tilini o'qiish metodikasi*

*№ 2 kafedrası o'qituvchisi, O'zDJTU*

Email: [shnzokirova@mail.ru](mailto:shnzokirova@mail.ru)

**Annotatsiya:** Mazkur tezisda televideniye diskursining institutsional va ommaviy xarakteri sharoitida auditoriya bilan aloqa o'rnatishning asosiy vositalaridan biri bo'lgan murojaat birliklari, xususan, ingliz tilidagi **“you”** hamda o'zbek tilidagi **“siz”** birliklarining kommunikativ-pragmatik funksiyalari qiyosiy planda yoritiladi. Bunda teleboshlovchi nutqining adresatga yo'naltirilganligi, auditoriyani jalb etish mexanizmlari, muloqotda yaqinlik va masofa balansini boshqarish, shuningdek, ishontirish va ta'sir ko'rsatish strategiyalarini faollashtirish jarayonida **“you/siz”** birliklarining roli nazariy (pragmatika, dialogiklik, mediadiskurs) hamda amaliy misollar asosida tavsiflanadi.

**Kalit so'zlar:** televideniye nutqi, murojaat birliklari, **“you”**, **“siz”**, adresat, kommunikativ strategiya, pragmatika, diskurs, auditoriya, ritorika.

Zamonaviy televideniye nutqi, bir tomondan, axborotni tez va ommaviy tarzda yetkazish vazifasini bajarar ekan, ikkinchi tomondan, auditoriyaning e'tibori, ishonchi va munosabatini shakllantirishni ko'zlaydigan murakkab kommunikativ amaliyot sifatida namoyon bo'ladi; shu bois teleboshlovchi nutqida uchraydigan murojaat birliklari nafaqat grammatik birlik maqomida, balki nutqning adresatga qaratilganligini kuchaytiruvchi pragmatik markerlar sifatida ham talqin etiladi<sup>1</sup>.

Shu jihatdan, ingliz tilidagi **“you”** hamda o'zbek tilidagi **“siz”** birliklari

---

<sup>1</sup> Safarov Sh. Pragmalingsvistika. – Toshkent: Fan, 2008. – 300 b.  
[www.tadqiqotlar.uz](http://www.tadqiqotlar.uz)

televideniye diskursida auditoriyani “ko‘rinmas suhbatdosh” sifatida konstruksiyalashga xizmat qiladigan, ya’ni boshlovchi va tinglovchi o‘rtasida masofaviy muloqot bo‘lishiga qaramay, “go‘yoki yuzma-yuz” aloqa effekti yuzaga kelishiga sabab bo‘ladigan kommunikativ vositalar sirasiga kiradi. Bunda “you/siz” birliklarining qo‘llanishi, ayniqsa, efirning interaktivligi kuchaytirilayotgan holatlarda (masalan, voqea rivojiga sharh berish, tomoshabinni kuzatuvchi sifatida faol pozitsiyaga qo‘yish, ma’lumotni birgalikda “ko‘rib chiqish” ohangini yaratish) tez-tez uchrashi bilan izohlanadi.

Tilshunos olim V.V. Vinogradov nutqda murojaat birliklari kommunikativ aloqani tashkil etuvchi asosiy vositalardan biri ekanligini ta’kidlab, “murojaat shakllari nutqning adresatga yo‘naltirilganligini ifodalovchi muhim elementdir” deb yozadi<sup>2</sup>. Ushbu fikr televideniye nutqi uchun ayniqsa muhimdir, chunki teleboshlovchi o‘z nutqini keng auditoriyaga yo‘naltiradi.

Ingliz televideniye matnlarida “you” ko‘pincha neytral va umumadresat birlik sifatida qo‘llanib, auditoriyani nutqqa “jalb etish” strategiyasini ishga soladi; masalan, boshlovchi “**As you can see...**”, “**You may notice...**”, “**We’re going to show you...**” singari konstruksiyalar orqali tomoshabinni voqelikni birgalikda kuzatayotgan hamkor sifatida pozitsiyalaydi, natijada mazkur murojaat shakli ma’lumotni qabul qilish jarayonini psixologik jihatdan yengillashtirishi va diqqatni markazlashtirishi mumkin<sup>3</sup>.

Boshqacha aytganda, “you” birliklari “auditoriya – boshlovchi” munosabatini soddalashtirayotgandek ko‘rinib-da, aslida u efirning institutsional tabiatini “yaqinlik” illuziyasi orqali yumshatib, media nutqining ishontiruvchi ta’sirini kuchaytiradi.

O‘zbek televideniye nutqida esa “siz” birliklari nafaqat adresatga yo‘naltirilganlikni ifodalaydi, balki milliy-madaniy muloqot me’yorlari bilan uzviy bog‘langan holda hurmat, rasmiylik va ijtimoiy masofa komponentlarini ham o‘zida mujassamlashtiradi; shu sababdan teleboshlovchilar “**Hurmatli**

<sup>2</sup> Виноградов В.В. Русский язык: Грамматическое учение о слове. – Москва: Наука, 1972. – 614 с.

<sup>3</sup> Fairclough N. Media Discourse. – London: Edward Arnold, 1995. – 214 p.

tomoshabinlar, siz hozir...”, “Sizning e’tiboringizga...”, “Aziz yurtldoshlar, siz bilan...” kabi murojaat formulalari orqali auditoriya bilan muloqotning etik doirasini belgilab, bir vaqtning o’zida ijodiy-ritorik “yaqinlik” hissini saqlashga intiladilar<sup>4</sup>.

Demakki, o’zbek efir tilida “siz” birliklarining ustuvorligi, ko’pincha, auditoriyani “hurmat qilinayotgan jamoa” sifatida tan olish, shuningdek, rasmiy-ommaviy muloqot sharoitida nutqning madaniy legitimligini ta’minlash bilan izohlanadi.

Qiyosiy nuqtai nazardan qaralganda, ingliz tilida “you” murojaat birliklarining TV tipidagi (formal/informal) qat’iy farqlanishi bo’lmagani sabab, ushbu birlikning televideniye diskursida pragmatik diapazoni kengroq bo’lib, u ham rasmiy, ham yarim norasmiy ohangda birday ishlayveradi; o’zbek tilida esa “siz”ning “sen”ga nisbatan rasmiy-hurmatli formasi kuchli bo’lgani uchun, televideniye kabi ommaviy kommunikatsiya muhitida aynan “siz” norma sifatida faol qo’llanadi, natijada auditoriya bilan muloqotda ehtiyotkorlik va etik mezonlar barqaror saqlanadi<sup>5</sup>.

Boshqa tomondan, murojaat birliklarining kommunikativ roli faqat “auditoriyani chaqirish” bilan cheklanmaydi, chunki ular, odatda, nutq aktlari tizimida ma’lum illokutsion kuchni ham kuchaytiradi: masalan, “you” / “siz” bilan boshlangan jumlar ko’pincha ogohlantirish, tavsiya, chaqiriq, tushuntirish yoki e’tibor qaratish kabi aktlarni pragmatik jihatdan aniqroq qiladi. Bu holat M.Baxtinning dialogiklik haqidagi qarashlari bilan hamohang bo’lib, har qanday nutq, hatto monolog ko’rinishida bo’lsa ham, o’z mohiyatiga ko’ra adresatga qaratilganligi sababli, murojaat birliklari matnning “dialogik energiyasi”ni oshiruvchi vosita sifatida ishlaydi<sup>6</sup>.

Xulosa sifatida aytish mumkinki, televideniye nutqida “you” va “siz” birliklari auditoriya bilan psixologik-kognitiv aloqa o’rnatish, nutqning adresatga

<sup>4</sup> Mahmudov N., Rafiyev A., Yo’ldoshev I. Nutq madaniyati va davlat tilida ish yuritish. – Toshkent, 2013. – (nashr ma’lumotlari).

<sup>5</sup> Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

<sup>6</sup> Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – Москва: Искусство, 1986. – 445 с.

yoʻnaltirilganligini kuchaytirish, interaktivlik effektini yuzaga keltirish hamda ishontirish strategiyalarini faollashtirish kabi bir qator muhim kommunikativ vazifalarni bajaradi; shu bilan birga, ingliz tilida “you” koʻproq universal, neytral adresatsiya vositasi sifatida ishlatilsa, oʻzbek tilida “siz” birliklari hurmat va rasmiylik semantikasini saqlagan holda, milliy-madaniy muloqot meʼyorlarini televideniye diskursiga koʻchiruvchi pragmatik mexanizm sifatida namoyon boʻladi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati**

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – Москва: Искусство, 1986. – 445 с.
2. Виноградов В.В. Русский язык: Грамматическое учение о слове. – Москва: Наука, 1972. – 614 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Fairclough N. Media Discourse. – London: Edward Arnold, 1995. – 214 p.
5. Safarov Sh. Pragmalingvistika. – Toshkent: Fan, 2008. – 300 b.
6. Mahmudov N., Rafiyev A., Yoʻldoshev I. Nutq madaniyati va davlat tilida ish yuritish. – Toshkent, 2013.