



NUTQNING ISHONCHLILIK TAMOYILI

Djurakulova Gulnoza Shavkatovna

O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy

kommunikatsiyalar universiteti dotsenti, Phd

Annotatsiya. Ushbu maqola notiq va uning nutqiga qo'yiladigan talablar haqida. Maqolada notiqning ma'lumot beruvchi nutqlarni tayyorlash va taqdim etish bo'yicha mas'uliyatli bo'lishi zarurligi, ommaviy nutq matnlarida nutqda maqsadning ifoda etilishi, ob'ektiv yondashuv notiqqa ishonchni oshirishi keng qamrovda tahlil etildi.

Kalit so'zlar: nutq, notiq, ishonch, maqsad, ma'lumot berish

Аннотация. В данной статье подробно рассматривается оратор и требования к его речи. В статье подробно анализируется необходимость ответственности ораторов за подготовку и представление информативных речей, выражение цели в речи в текстах публичных выступлений, объективный подход к повышению доверия к оратору.

Ключевые слова: речь, оратор, доверие, цель, информирование

Annotation. This article discusses in detail the speaker and the requirements for his speech. The article analyzes in detail the need for the responsibility of speakers for the preparation and presentation of informative speeches, the expression of the purpose in speech in the texts of public speeches, an objective approach to increasing confidence in the speaker.

Keywords: speech, speaker, trust, purpose, informing

Notiq nutqi har qanday monologik og'zaki nutq emas, balki tinglovchilarni ma'lum harakatga chorlovchi yoki ularda qandaydir g'oyalar, tasavvurlar tizimini uyg'otishga qaratilgan maxsus vazifa bajaruvchi nutqdir. Ritorik mahorat notiqdan aniq dalillarni keltirish, aktyorlik qobiliyati, tashqi ko'rinishdagi xoslik va psixologik bilimlarni talab etadi. Har bir notiqning o'ziga xos ifoda uslubi, so'zlashuv taktikasi va sahnada ijro mahorati bo'ladi. Ba'zilar nutq qiyinchiliklarini yengib, notqlik mahoratiga erishsalar, boshqalar uchun bu tug'ma iste'dod hisoblanadi.

Tarixda nomi qolgan shaxslarning deyarli ko'pchiligi yetuk notiq hisoblangan. Ular omma oldida o'zini tuta olishi va so'zlash mahorati bilan o'z fikr-g'oyalarini ularga yetkazib, ularni yagona maqsad sari yetaklagan. Masalan, o'z davrida Jaloliddin Rumiy, Husayn Voiz Koshifiy, Sezar, Napoleon, Robesper, Cherchill kabi tarixiy siymolar ritorik mahorati bilan xalqini birlashtirib, yagona maqsad sari yo'naltira olgan bo'lsa, Ilon Mask, Stiv Jobs, Angela Merkel, Boris Jonson, Nik Vuychich kabi zamondoshlarimiz bugungi kunda o'z faoliyatlarida notqlik mahoratlarini qo'llashmoqda.





Ko'pchilik ommaviy nutq matnlarida nutqning uchta umumiy maqsadi muhokama qilinadi: ma'lumot berish, ishontirish va xushnudlik berish. Garchi bu umumiy maqsadlar nazariy jihatdan bir-biridan farq qilsa-da, amalda ular bir-biriga mos keladi. Hatto ma'lumot beruvchi nutqni talab qiladigan holatlarda ham (tushunishni kuchaytiradi), ko'pincha ishontiruvchi va qiziqarli elementlar mavjud. Birinchidan, notiq tinglovchilarni taqdim etilgan faktlar to'g'riligiga ishontirishga harakat qilganligi sababli, barcha ma'lumotli nutqlar isbotli tarkibiy qismga ega. Ikkinchidan, yaxshi yozilgan nutq, jozibali illyustratsiyalar, rang-barang til, g'ayrioddiy faktlar va kuchli vizual tasvirlar orqali hatto eng quruq, texnik ma'lumotni ham qiziqarli qilishi mumkin.

Shunga qaramay, ma'lumot beruvchi nutqingizni rejalashtirishda sizning asosiy maqsadingiz tinglovchilarning bilimini xolis tarzda oshirish bo'ladi. Misol uchun, afsonalar haqidagi nutqda sizning aniq maqsadingiz quyidagicha bo'lishi mumkin: "Mening nutqim oxirida tinglovchilarim afsona nima ekanligini, afsonalar qanday tarqalishini va bugungi holatini to'liq tushunishadi". Nutqingiz ma'lumot beruvchi yoki ishonarli ekanligini aniqlashda siz tanlagan mavzu materialga bo'lgan yondashuvingiz kabi muhim. Tasavvur qila olasizmi, qanday qilib sehr kuchi, ildiz hujayralarini tadqiq qilish, federal kamomad yoki gibril avtomobillar haqida ma'lumot berish yoki ishontirish uchun nutqlar yozilishi mumkin? Ma'lumot beruvchi nutqlar imkon qadar xolis, adolatli va sodda bo'lishi kerak. Siz tinglovchilaringizdan chora ko'rishni yoki ularni fikrini o'zgartirishga ishontirmayapsiz. Siz ularga biror narsa o'rgatyapsiz va ularga ma'lumot bilan nima qilishni o'zlari hal qilishlariga imkon berasiz. Nutqingizni yozayotganda, materialning barcha tomonlarini taqdim eting va barcha bir-biriga bog'liq bo'lmagan faktlarni, shaxsiy fikrlarni va his-tuyg'ularni olib tashlashga harakat qiling.

Ob'ektiv yondashuv ham notiqning ishonchini oshiradi. Ishonchlilik tinglovchilarning notiq mavzu bo'yicha gapirishga yaxshi tayyorlangan va malakali ekanligini anglatadi. Ishonchning ikki turi mavjud:

- nutq so'zlashdan oldin sizdagi obro'-e'tibor (oldingi ishonch)
- nutqingiz davomida sizga nisbatan uyg'ongan ishonchlilik (keyingi ishonch).

Ko'p hollarda tinglovchilar notiq haqida oldindan ma'lumotga ega bo'lmaydilar, shuning uchun ular nutqdagi isbot va dalillarning sifati haqida xulosa chiqaradilar.





Bundan tashqari, ular notiqning ishonchli ma'lumot manbai ekanligini aniqlash uchun unga kuzatishadi va tinglashadi.

Auditoriya a'zolarida obro'si yoki ishonchliligi yo'q deb hisoblagan notiqni tinglash uchun hech qanday motivatsiya yo'q - notiqni masxara qilishdan tashqari.

Ushbu tuzoqqa duch kelmaslik uchun notiq sifatida o'zingizning ishonchingizni oshirishning kamida uchta usuli mavjud:

- tajribangizni o'rnatish,
- tinglovchilaringizga sizni tanib olishiga yordam berish,
- haqiqatni gapirayotganingizni ko'rsatish.

Nima haqida gapirayotganini bilmaydigan, biz bilan aloqasi yo'q yoki insofsizdek taassurot qoldiradigan so'zlovchilarni tinglamasligimiz sog'lom fikrga o'xshaydi. Biroq, ma'lumot beruvchi nutqlarni rejalashtirishda biz mavzuga shunchalik yopishib olamizki, ishonchlilik elementlarini oson unutamiz. Shuni yodda tutingki, o'rgatish uchun biz birinchi navbatda tomoshabinlar e'tiboriga loyiq ekanligimizni ko'rsatishimiz kerak.

Ishontiruvchi nutq o'zi nima? Bu nutq ma'ruzachi tinglovchilarga ma'lum bir e'tiqodni kuchaytirish, uni o'zgartirish yoki tinglovchilarni harakatga undash uchun mo'ljallangan xabarni yetkazish jarayoni. Ishontirish bilan bog'liq maqsadlarga erishishda yordam beradigan maxsus tamoyillarni ko'rib chiqamiz. Ushbu tamoyillar nutqingizni yanada samarali qilishga yordam beradi.

1-tamoyil. Tinglovchilar nimaga ishonishlari yoki nima qilishlari kerakligini aniq va lo'nda ifoda eta olsangiz, tinglovchilar tushungan narsalariga ishonishni afzal ko'rishadi.

2-tamoyil. Agar siz maqsadlaringizni shakllantirsangiz va tinglovchilaringiz ishonadigan tushunchalari – e'tiqodlariga e'tibor qaratsangiz, tinglovchilaringizni ishontira olasiz.

E'tiqod-bu ma'lum bir shaxs, ob'ekt yoki savol bilan bog'liq bo'lgan ijobiy yoki salbiy, ustun yoki barqaror his-tuyg'ular. So'z bilan aytganda, odamlar odatda o'z munosabatlarini fikr shaklida ifoda etadilar. Shunday qilib, "menimcha, yaxshi jismoniy holat hamma narsadan muhim" iborasi insonning yaxshi jismoniy holatini saqlashga bo'lgan ijobiy munosabatini aks ettiruvchi tushunchasidir.

Avvalo, tinglovchilar qanday pozitsiyalarni ekanligini aniqlashingiz kerak. Auditoriyangiz haqida qancha ko'p ma'lumot to'plasangiz va auditoriyani tahlil qilish





bo'yicha tajribangiz qancha ko'p bo'lsa, to'g'ri baholash imkoniyati shunchalik yuqori bo'ladi.

Tomoshabinlarning munosabati (fikir sifatida ifodalangan) doimiy miqyosda, faqat qo'llab-quvvatlovchidan raqiblikgacha taqsimlanishi mumkin. Garchi barcha auditoriyalarda ba'zi fikrlar ushbu taqsimotning deyarli har qanday nuqtasida joylashgan bo'lishi mumkin bo'lsa-da, umuman olganda, tomoshabinlarning fikrlari odatda ma'lum bir nuqta atrofida to'planadi. Ushbu konsentratsiya nuqtasi tinglovchilarning mavzuga nisbatan umumlashtirilgan munosabatini anglatadi.

Siz tinglovchilaringizni ijobiy nuqtai nazarga ega (tinglovchilar allaqachon ma'lum bir nuqtai nazarga ega), aniq fikrga ega bo'lmagan (tinglovchilar xabardor emas, neytral yoki befarq) yoki salbiy nuqtai nazarga ega (tinglovchilar qarama-qarshi nuqtai nazarga ega) kabi turlarga ajratishingiz mumkin. Shunda siz nutqingizni ushbu tasnifga moslashtirish strategiyasini ishlab chiqishingiz oson bo'ladi.

Fikrlarning uzluksizligini quyidagicha ta'riflash mumkin:

- Dushman
- Raqib
- O'rtacha kelishmovchilikka ega
- Na rozi, na qarshi
- O'rtacha qo'llab-quvvatlovchi
- Qo'llab-quvvatlovchi
- To'liq qo'llab-quvvatlovchi

Tomoshabinlarning ijobiy munosabati. Agar siz tinglovchilar allaqachon sizning fikringizni qo'llab-quvvatlayotganiga ishonsangiz, unda aniq harakatlar dasturiga e'tibor qaratib, maqsadingizni qayta ko'rib chiqishni o'ylab ko'rishingiz kerak.

Muayyan fikrning yo'qligi. Agar tinglovchilar sizning mavzuingiz bo'yicha aniq fikrga ega emas deb hisoblasangiz, siz o'zingizning fikringizni shakllantirishni yoki ularni harakat qilishga ishontirishni maqsad qilib qo'yishingiz mumkin:

Agar siz tinglovchilar xabardor bo'lmaganligi sababli hech qanday fikrga ega emas deb hisoblasangiz, unda sizning strategiyangiz tinglovchilarga ma'lum bir fikr uchun tashviqot yoki harakatga undash uchun ishonch bilan murojaat qilishdan oldin ularni tushunishga yordam beradigan yetarli ma'lumot berish bo'lishi kerak.





Agar siz tinglovchilarni mavzuga nisbatan neytral deb hisoblasangiz, unda tinglovchilar ob'ektiv fikr yuritishga va oqilona dalillarni idrok etishga qodir. Bunday holda, sizning strategiyangiz eng yaxshi dalillarni taqdim etishni va ularni topishingiz mumkin bo'lgan eng yaxshi ma'lumotlar bilan mustahkamlashni o'z ichiga olishi kerak. Agar sizning strategiyangiz to'g'ri bo'lsa, siz muvaffaqiyatga erishish uchun yuqori imkoniyatga egasiz.

Agar siz tinglovchilarning hech qanday fikri yo'q deb hisoblasangiz, chunki mavzuga ular befarq bo'lsa, sizning barcha harakatlaringiz ularni ushbu befarq pozitsiyadan olib chiqishga qaratilgan bo'lishi kerak. Bunday auditoriya bilan gaplashayotganda ma'lumotlarga e'tibor qaratish o'rniga, motivatsiyaga e'tibor qaratganingiz ma'qul. Siz o'zingizning dalllaringizning mantiqiy zanjirini qo'llab — quvvatlash uchun kamroq materialdan foydalanishingiz kerak va ko'proq to'g'ridan-to'g'ri tinglovchilarning ehtiyojlariga murojaat qilishingiz kerak.

Tomoshabinlarning salbiy munosabati. Agar tinglovchilar sizning fikringizga rozi emas deb hisoblasangiz, sizning strategiyangiz ularning munosabati o'rtacha salbiy yoki umuman dushman ekanligiga bog'liq bo'ladi:

Agar siz tinglovchilar sizning taklifingizga nisbatan mo' tadil kelishmovchilik holatida deb hisoblasangiz, ushbu dalillarning og'irligi ularni sizning tarafingizga o'tishiga olib keladi deb umid qilib, ularga to'g'ridan-to'g'ri dalillarni keltirishingiz mumkin. Salbiy fikrlaydigan auditoriya bilan gaplashayotganda, materialni ob'ektiv ravishda taqdim etishga va ishni yetarlicha aniq taqdim etishga e'tibor bering, shunda siz bilan bir oz rozi bo'lmagan odamlar sizning taklifingiz haqida o'ylashni xohlashadi va umuman rozi bo'lmaganlar hech bo'lmaganda sizning nuqtai nazariningizni tushunishadi.

Agar siz tinglovchilaringiz sizning maqsadingizga dushman deb hisoblasangiz, mavzuni uzoqdan boshlash yoki o'zingizga unchalik g'ayrioddiy bo'lmagan maqsadni qo'yish haqida o'ylash yaxshiroqdir. Faqat bitta nutq natijasida munosabatlarda yoki xatti-harakatlarda to'liq to'ntarishni kutish, ehtimol, ma'nosizdir. Agar siz ozgina munosabatni o'zgartirishga chaqiradigan kamtarona taklif bilan chiqsangiz, tinglovchilaringizni hech bo'lmaganda sizning xabaringiz qandaydir qiymatga ega bo'lishi mumkinligi haqida o'ylashga majbur qilishingiz mumkin. Keyinchalik, g'oya allaqachon "ildiz otgan" bo'lsa, siz ularni yanada oldinga siljishga taklif qilishingiz mumkin.

