

Taqdimot nutqi samarali nutq qilish san'ati

Safoyeva Shodiya Ma'ruf qizi

Sharq universiteti o'qituvchi

E-mail:

dilshodovayasina2023@gmail.com

Orcid: 0009-0007-9491-1399

Doi:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17162337>

Annotatsiya. Mazkur ishda taqdimot nutqining mohiyati, uning og'zaki va yozma nutq turlari orasidagi o'rni hamda samarali taqdimot tayyorlash va uni auditoriya oldida ifodali bayon etish masalalari yoritiladi. Taqdimot nutqining asosiy tarkibiy qismlari — kirish, asosiy qism va xulosa tahlil qilinadi. Shuningdek, nutq jarayonida mantiqiy izchillik, til vositalaridan to'g'ri foydalanish, auditoriya bilan muloqot o'rnatish hamda nutq madaniyatiga rioya qilishning ahamiyati olib beriladi. Ish taqdimot nutqini shakllantirishda talaba va o'qituvchilar uchun nazariy hamda amaliy tavsiyalarni o'z ichiga oladi. Samarali taqdimot nutqi tayyorlashda amal qilinishi lozim bo'lgan vositalarni inobatga olish haqida so'z yuritiladi.

Kalit so'zlar: *Taqdimot, taqdimot nutqi, og'zaki nutq, taqdimot tili, slayd, tamoyillar, yozma nutq.*

Аннотация. В данной работе раскрывается сущность презентационной речи, её место среди устных и письменных видов речи, а также рассматриваются вопросы подготовки эффективной презентации и её выразительного представления перед аудиторией. Анализируются основные структурные части презентационной речи — введение, основная часть и заключение. Также раскрывается значение логической последовательности, правильного использования языковых средств, установления взаимодействия с аудиторией и соблюдения норм культуры речи в процессе выступления. Работа включает теоретические и практические рекомендации для студентов и преподавателей по формированию презентационной речи. Рассматриваются средства, которые необходимо учитывать при подготовке эффективной презентационной речи.

Ключевые слова: *презентация, презентационная речь, устная речь, язык презентации, слайд, принципы, письменная речь.*

Annotation. This paper examines the essence of presentation speech, its place among oral and written forms of communication, as well as the issues of preparing an effective presentation and delivering it expressively before an audience. The main structural components of presentation speech—introduction, main body, and

conclusion—are analyzed. In addition, the importance of logical coherence, appropriate use of linguistic means, establishing interaction with the audience, and observing the norms of speech culture during the presentation process is highlighted. The study includes theoretical and practical recommendations for students and teachers in developing presentation speech. Attention is also given to the tools and principles that should be taken into account when preparing an effective presentation speech.

Keywords: presentation, presentation speech, oral speech, presentation language, slide, principles, written speech.

KIRISH VA DOLZARBLIGI

Taqdimot nutqi - bu ma'lum bir mavzuda fikrlarni taqdim etish, ma'lumotlarni yetkazish va auditoriya bilan interaktiv muloqot o'tkazish jarayoni. Bu jarayon taqdimotchida o'z fikrlarini aniq va ravon ifodalash, auditoriyani qiziqtirish va ularning savollariga javob berish imkonini beradi. Taqdimot so'zi har xil adabiyotlarda turli xildagi so'zlar bilan ifodalangan tarzda qo'llanilgan holatlarni kuzatish mumkin. Ushbu so'zning prezintatsiya, slayd kabi ma'nolarda qo'llaniluvchi sinonimlari ham mavjud.

Slayd – bu mantiqiy avtonom axborot tuzilishi (visual materiallar birligi – maxsus rasm), monitor ekranida, qog'oz varag'ida yoki bitta kompozitsiya shaklidagi rangli pylonka varag'ida taqdim etiladigan turli xil obyektlarni o'z ichiga oladi. Slayd tarkibida turli obyektlar bo'lishi mumkin.

Prezentatsiya so'zi lotincha "praesentatio" so'zidan kelib chiqqan bo'lib, "taqdim etish", "ko'rsatish", "tanshtirish" degan ma'nolarni bildiradi. Prezentatsiya bu ma'lumot, g'oya, loyiha yoki mahsulotni auditoriyaga tizimli, tushunarli va vizual tarzda yetkazish jarayonidir.

Taqdimot - har qanday ma'lumotni muayyan shaxslar doirasiga yetkazish vazifasini hal qiluvchi maqsadli aloqa jarayoni. "Taqdimot" so'zi hayotimizga mustahkam kirib keldi. Yangi turdag'i mahsulotlarni o'zlashtirish, kompaniya, bank, ularning filiali yoki firmani ochish bugungi kunda taqdimotsiz (lot. praesentiovakillik) o'tmaydi. Bu tashkilotning shaxsiy imidjini, uning rivojlanish istiqbollarini namoyish etish uchun mo'ljallangan original janr (voqe'a). Matn ko'rinishidagi taqdimot reklama varaqlari, xatlar yoki bukletlar shaklida yuboriladi. Taqdimot quyidagicha amalga oshirilishi mumkin:

- inson tomonidan yordamchi vositalarsiz;
- inson ishtirokisiz texnik vositalar yordamida (masalan, videoko'rsatuv);

- inson tomonidan yordamchi texnik vositalardan foydalangan holda amalga tatbiq etiladi.

Bugungi kunda ta’lim tizimidagi tub burilishlar sabab video shaklidagi darsliklarning soni kundan kunga ortib bormoqda. Ta’lim sifatini yaxshilash, masofaviy ta’lim tizimini tartibli va tizimli asosda yo‘lga qo‘yish asosiy omillar hisoblanadi.

METODLAR VA O‘RGANILISH DARAJASI

Taqdimot nutqi ilmiy va ommabop uslublarga xos bo‘lib, adabiy so‘zlashuv nutqining bir ko‘rinishi hisoblanadi. Bunday nutq adabiy til me’yorlariga rioya qilgan holda amalga oshiriladi. Ammo adabiy tilda so‘zlash adabiy tilda yozishga nisbatan ancha qiyin jarayondir. Buning sabablari sifatida quyidagilarni sanab o‘tish mumkin:

- Og‘zaki nutqda yozma nutqdagi kabi o‘ylab olish imkonini kam bo‘ladi, chunki og‘zaki nutq tezkor va jadallahsgan (avtomatik) jarayondir.
- Og‘zaki nutqning o‘ziga xos grammatik tuzilishi, qurilish tartibi mavjud. Ya’ni gap bo‘laklarining tushib qolishi, o‘rin almashishi, qisqarishi kabilalar holatlarning kuzatilishi tabiiy holat hisoblanadi.
- Og‘zaki nutqda talaffuz, ohang, imo-ishora vositalari asosiy rol o‘ynaydi. Bular tinglovchining e’tiborini jalb qilish, jarayonga qiziqtirish, fikrni jamlash uchun xizmat qiluvchi qo‘srimcha vostalardir.
- Og‘zaki nutqning yuzaga chiqishi so‘zlovchining kayfiyatiga, nutqning vaziyatiga, so‘zlovchining nutqiy a’zolari normal va sog‘lom bo‘lishiga, auditoriya muhitiga bog‘liq.
- Kishi so‘zlaganda o‘z nutqiga xuddi yozayotgandagi kabi yetarli e’tibor beravermaydi. Ongli tarzda shakllantiriladigan og‘zaki nutq ma’lumot va axborotning yetarli tarzda mavjudligiga qarab shakllanadi.

Og‘zaki taqdimot — bu ma’lum bir mavzuni og‘zaki nutq orqali tinglovchilarga tushuntirish, tanishtirish yoki yetkazib berish jarayonidir. Unda ma’ruzachi o‘z fikrini ravon, aniq va mantiqiy tarzda bayon qiladi. Taqdimot matni har doim auditorianing ko‘pchilik qismiga tushunarli tarzda amalga oshirishi lozim. Ba’zan taqdimotlar ko‘plab jurnalistlarni taklif qilgan holda matbuot anjumani shaklida o‘tkaziladi. Tashkilotchilarning nutqi yoki matbuot anjumani taqdimotning rasmiy qismini ifodalaydi, norasmiy qismiga san’atkorlarning

chiqishlari, furshet yoki ziyofat kiradi. Taqdimot nutqi oldindan tayyorlanadi, lekin jamoatchilik oldida o‘qilmaydi. “Agar xohlasangiz, nutqingizni yozishingiz mumkin, ammo yozuvlarni faqat iqtibos keltirish uchun ishlashiga harakat qiling, garchi ular matnda darhol topilmasa ham. Agar nutqingiz albatta ko‘zingiz oldida bo‘lishi kerak bo‘lsa, uni deyarli yodda qolishi uchun ko‘p marta o‘qing”,— deb yozadi Ye. Post o‘zining mashhur “Etiket” kitobida.

TADQIQOT NATIJALARI

Kurs ishi yoki diplom ishini himoya qilishdan maqsad imtihon komissiyasini talabaning kerakli bilim, ko‘nikma va malakaga ega bo‘lganligiga, malakaga ega bo‘lishni talab qiladigan sohada atamalar, usullar va uslublarni egallaganligiga ishonch hosil qilishdan iborat. Umuman aytganda, g‘oyalar, odamlar, mahsulotlar, materiallar va xizmatlarni taqdim etish har doim taqdimotdir. Taqdimot nutqi ommaviy nutqning bir turidir. Har qanday ommaviy nutq kabi u muayyan tamoyillarga asoslanadi. Quyida shu omillarga e’tiborimizni qaratamiz:

1.Qisqalik tamoyili. Odatda taqdimot nutqi 10-15 daqiqa ma’ruza qilish uchun tuziladi. Mavzuning asosiy mazmunini yoritib berish, samarali tarzda ifodalash uchun lozim. Boshqa tomondan, nutqning asosiy mavzusini ochib berish uchun nutqning hajmi yetarli bo‘lishi kerak.

2.Ketma-ketlik tamoyili. Nutqning barcha mikromavzulari asosiy mavzuga bo‘ysunishi lozim. Nutqning barcha qismlari o‘zaro bog‘liq bo‘lishi kerak. Mazmuniy, grammatik va leksik-semantik jihatdan to‘liq holatda shakllangan nutq ushbu tamoyilning asosini tashkil etadi.

3.Maqsadga erishish tamoyili. Nutq aniq mantiqqa bo‘ysunishi kerak. Ma’ruzachining o‘zi va uning ortida tinglovchilar nutqning yo‘nalishini, uning mantiqiy strukturasini keyingi zanjirga mos kelishini tushunishlari kerak: Muammo - mavzu - tezis - dalillar. Ushbu zanjir asosida shakllantirilgan, vaqt reglamentiga amal qilgan holda shakllantirilgan taqdimot nutqi samarali hisoblanadi.

4.Kuchayish tamoyili. Nutqning ta’siri boshidan oxirigacha kuchayishi kerak. Nutq vaziyatidan, dolzarblik jihatidan, salmoqlilik va ahamiyatidan kelib chiqqan holda ushbu tamoyilga amal qilish lozim.

5.Natijaviylik tamoyili. Nutq tinglovchilarga taklif qilingan xulosani, harakatga chaqiruvni, tavsiyalarni o‘z ichiga olishi kerak. Xulosa yoki chaqiriq kuchli, unutilmas og‘zaki ta’rif bilan shakllantirilishi kerak. Har qanday taqdimot nutqidan foydalanuvchi shaxs natijaviylik tamoyilini oldindan ko‘ra olishi, ma’lum bir maqsad aosida harakat qilishi lozim.

Kompyuterda taqdimotlar uslubiga qarab, ularning **turlari** farqlanadi:

- *ssenariy asosida;*
- *interfaol;*
- *avtomatik.*

Taqdimot materiallidan foydalanish o‘rni va holatiga ko‘ra shartli ravishda quyidagi turlarga ajratish mumkin:

Savdo taqdimotlari — shartnomalar tuzish vaqtida savdo agentlari tomonidan qo‘llaniladi;

Marketing taqdimotlari — kelajakdagi savdo taqdimotlari uchun shart-sharoitlarni tayyorlash maqsadida ishlataladi;

O‘quv taqdimotlari — o‘qituvchiga o‘quv materiallarining qulay va ko‘rgazmali namoyish qilish uchun mo‘ljallangan taqdimot;

Korporativ taqdimot — korporatsiya aksiyadorlariga ma’lumot yetkazish uchun mo‘ljallangan. Bunda korporatsiyalar o‘z web-sahifalari orqali ham taqdimot qilish imkoniyatiga ega. Korporativ uyushmalar Internet tarmog‘ining imkoniyatlaridan foydalanishi mumkin, bu World Wide Web (WWW) gipermatnli tizimiga kirish imkonini beradi.

XULOSALAR

Bugungi kunga qadar amalga oshirilgan ishlarni ko‘rib chiqqan holda va xulosa sifatida quyidagi ma’lumotlarni keltirib o‘tish mumkin. Odamlar ko‘rgan ma’lumotning 65% ini 3 kundan keyin ham eslab qoladi. Faqat eshitilgan ma’lumotdan esa atigi 10% i esda qoladi. Inson axborotni besh xil usulda o‘zlashtirish xususiyatiga ega ekanligidan kelib chiqqan holda, ko‘rish ya’ni vizual ma’lumot va axborotning kuchi samarali vositalardan biri hisobanadi. Og‘zaki nutq jarayoni uchun slayd vositalaridan foydalanish samaraliroq usuldir.

O‘rtacha tinglovchi 8–10 daqiqadan keyin e’tiborini yo‘qota boshlaydi. Agar taqdimot matnida faqat matn bo‘lsa, e’tibor tezroq pasayadi. Bu esa tinglovchi diqqatining bo‘linishiga, yaratilgan muhitning buzulishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli ham taqdimot qisqa muddatga mo‘ljallangan, vizual shakllar va vositalardan samarali tarzda foydalanilgan holatda bo‘lishi lozim. Taqdimot va taqdijot ishi bilan tanishtiruvchi shaxs uchun auditoriya

e'tiborinig jalb qilinganlik darajasi asosiy omillardan biri sifatida xizmat qiladi.

Bugungi kunda tashkil etilayotgan taqdimotlarning 79% ida keragidan ortiq matnlar mavjud. Uzundan uzun matnlardan foydalanish tinglovchilarining 60% i slaydni o'qib, nutqni esa eshitmay qo'yadi. Taqdimot materialidan foydalanishdan maqsad tinglovchining diqqat e'tiborini jalb qilish, neytral va ijobiy muhitni yaratish hisoblanadi. Slayd o'qish uchun emas, tushuntirish uchun foydalaniladigan vosita hisoblanadi.

Bugungi kunda keng tarzda foydalaniladigan dasturlar sifatida Microsoft PowerPoint — 70%, Google Slides — 20%, Gamma, Canva va boshqalar — 10% ni sanab o'tish mumkin.

Samarali taqdimot qilish san'ati - bu bilim, ko'nikma va amaliyotning birlashuvidir. Quyidagi asosiy qoidalarga rioya qilsangiz, sizning taqdimotingiz tinglovchilarni hayratda qoldiradi:

1. Kirish (10%), asosiy qism (80%), xulosa (10%). Bu nisbat taqdimotning samarali bo'lishini ta'minlaydi. Muvozanat muvaffaqiyatning asosiy kalitidir.

2. Rasmlar bilan boyitilgan slaydlar 43% ga ko'proq tushuniladi va o'zlashtiriladi. Diagrammalar va infografika vositalaridan foydalanilgan taqdimotlar ishonchliroq qabul qilinadi. Rasmlli vositalar insonlarga matndan ko'ra kuchliroq ta'sir ko'rsatadi.

3. Oddiy gaplar, shaxsiy shakllar, og'zaki uslub, tinglovchini jalb qilish, ijobiy so'zlar, noaniqlikdan qochish, qo'shimcha material, slayd strategiyasi asosiy omillar sifatida inobatga olinadi. Til taqdimotning asosidir.

4. Bilim (30%) + ko'nikma (40%) + amaliyot (30%) = Samarali taqdimot. Har bir komponent muhim va zarurdir. Uchala elementning birlashuvida muvaffaqiyat yotadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. K.A.Gayubova, M.Yu. Yulanova "Akademik yozuv" o'quv qo'llanma. Toshkent: TATU. 2022. - 263 b.

2. N. Jiyanova, O. Mo‘ydinova. Nutq madaniyati. – T.: “Ilm ziyo zakovat”, 2019. 221 b.

3.Qo‘ng’urov R., Begmatov Ye., Tojiyev Yo. Nutq madaniyati va uslubiyat asoslari, - T.: “Fan”, 1992, 254b.