HUNARMANDCHILIK DISKURSIDA KOMMUNIKATIV STRATEGIYALARNING INGLIZ VA O‘ZBEK TILLI MULOQOT MADANIYATIDA NAMOYON BO‘LISHI

Abdisamatov Ahrorjon Jalolxon o‘g‘li

Qo‘qon davlat universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya. Tezisda hunarmandchilik diskursida qo‘llaniladigan kommunikativ strategiyalar ingliz va o‘zbek tilli muloqot madaniyati materialida lingvopragmatik jihatdan qiyoslanadi. Ustoz–shogird va hunarmand–mijoz muloqot vaziyatlarida yo‘naltiruvchi, tushuntiruvchi, ishontiruvchi va baholovchi strategiyalar ajratilib, ularning nutqiy taktikalari va lisoniy vositalari tahlil qilinadi. Strategiyalarning funksional maqsadi ikki tilda izomorf bo‘lsa-da, xushmuomalilik darajasi, to‘g‘ridan-to‘g‘rilik va ishontirish asosi bo‘yicha allomorf farqlar mavjudligi ko‘rsatiladi.

Kalit so‘zlar: *hunarmandchilik diskursi, kommunikativ strategiya, nutqiy taktika, nutq akti, ustoz–shogird muloqoti, hunarmand–mijoz muloqoti, xushmuomalilik, ishontirish, bilvosita baholash, muloqot madaniyati.*

Zamonaviy tilshunoslikda diskurs maqsadga yo‘naltirilgan, ijtimoiy sharoit bilan belgilanadigan kommunikativ faoliyat sifatida talqin qilinmoqda. Bu yondashuv doirasida kommunikativ strategiya nutq subyektining maqsadi, niyati va muloqot vaziyatiga mos ravishda tanlanadigan umumiy nutqiy yo‘nalish sifatida qaraladi. Hunarmandchilik diskursi real amaliy faoliyat bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgani uchun unda nutq faqat axborot uzatmaydi, balki ish jarayonini tashkil etadi, nazorat qiladi, baholaydi va ijtimoiy munosabatlarni tartibga soladi. Shu bois mazkur diskursda strategiyalar eng aniq va faol ko‘rinishda namoyon bo‘ladi. Ingliz va o‘zbek muloqot madaniyatlari o‘ziga xos xushmuomalilik me’yorlari, to‘g‘ridan-to‘g‘rilik darajasi va ijtimoiy masofani ifodalash uslubiga ega ekani strategiyalarni qiyosiy-kontrastiv o‘rganishni taqozo etadi.

Kommunikativ strategiyalarning pragmatik asosi J.Ostin va J.Serlning nutq aktlari nazariyasida ochib berilgan: har bir nutqiy birlik muayyan harakatni amalga oshiradi [1; 10]. T.van Deyk kontekst nazariyasiga ko‘ra, strategiyalar ijtimoiy vaziyat, maqsad va ishtirokchilarning umumiy bilimini nutqiy rejalashtirish orqali yuzaga chiqaradi [13]. J.Verschueren strategiya tanlovini kommunikativ vaziyatga moslashuv

jarayoni sifatida izohlaydi [14], S.G.Ter-Minasova esa uni ijtimoiy-madaniy me'yorlar va muloqot vaziyati o'rtasidagi bog'lovchi mexanizm deb hisoblaydi [12]. O'zbek tilshunosligida N.M.Mahmudov til birliklari tanlovining kontekstual va maqsadga yo'naltirilgan xarakterini asoslagan [7]. Tezisning maqsadi hunarmandchilik diskursidagi asosiy strategiyalarni aniqlash va ularning ingliz hamda o'zbek tilli muloqot madaniyatidagi lisoniy ifodasini qiyoslashdan iborat. Tadqiqotda diskursiv, kontekstual-pragmatik va qiyosiy-kontrastiv tahlil usullari qo'llanildi.

Strategiyalar va muloqot vaziyati

Hunarmandchilik diskursida strategiyalar, avvalo, ishtirokchilarning ijtimoiy rollari bilan belgilanadi. **Ustoz–shogird** muloqotida o'rgatuvchi va yo'naltiruvchi strategiyalar ustuvor bo'lib, ular orqali ustozning yetakchi, nazoratchi va baholovchi mavqei, shogirdning esa o'rganuvchi va bajaruvchi pozitsiyasi ifodalanadi. **Hunarmand–mijoz** muloqotida esa ishontirish, tushuntirish va baholash strategiyalari faollashib, ijtimoiy masofani saqlash, ishonch uyg'otish va mahsulot qiymatini asoslash vazifalari birinchi o'ringa chiqadi. Real nutqda bir nechta strategiya bir vaqtda ishlashi mumkin: ish jarayonini tushuntirish bilan birga baholash yoki nazorat ham amalga oshiriladi. Tahlil asosida to'rtta asosiy strategiya ajratildi.

Yo'naltiruvchi (direktiv) strategiya

Bu strategiya asosan ustoz–shogird muloqotida ish jarayonini boshqarish va harakatlar ketma-ketligini belgilashga xizmat qiladi: *"Avval yog'ochni tekisla, keyin naqshini tushirasan"*, *"Buni hozir qilma, qurigandan keyin qaytasan"*. Bunday birliklarda buyruq-istak mayli, sodda gaplar va tushirilgan bo'laklar ustunlik qiladi. Ular grammatik jihatdan sodda bo'lsa-da, pragmatik yuklamasi yuqori: qisqa va qat'iy buyruq nafaqat harakatni belgilaydi, balki kasbiy ierarxiyani ham mustahkamlaydi. Strategiyaning umumiy mantiqi – "harakatni ko'rsatish → bajarishni so'rash" – ikki tilda bir xil ketma-ketlikda namoyon bo'ladi: *"Buni ol, keyin qirrasini tekshir" – "Take this, then check the edge."*

Tushuntiruvchi (ekspozitiv) strategiya

Tushuntiruvchi strategiya kasbiy bilim va tajribani uzatishga qaratilgan bo'lib, ko'pincha ustoz nutqida uchraydi: *"Bu naqsh shunaqa bo'ladi, chunki yog'ochning tomiri shunday ketgan"*, *"Agar temirni qizdirib olmasang, bukilmaydi"*. Bu misollarda sabab–natija va shart munosabatlari, izohlovchi konstruksiyalar va umumlashtiruvchi birliklar qo'llanadi. O'zbek tilida shart va sabab ko'pincha fe'l tarkibidagi *-sa, -gani uchun* qo'shimchalari orqali, ingliz tilida esa alohida bog'lovchilar (*if, because, since*) orqali ifodalanadi: *"Agar loy quruq bo'lsa, suv qo'shiladi" – "If the clay is dry, add*

water." Strategiya orqali konkret ish bilan birga kasbiy bilim tizimli singdiriladi, bu esa diskursning didaktik funksiyasini kuchaytiradi.

Ishontiruvchi (persuaziv) strategiya

Hunarmand–mijoz muloqotida yetakchi bo‘lgan bu strategiya mahsulot sifati, qiymati va o‘ziga xosligini asoslashga qaratiladi: *"Bu qo‘lda ishlangan, shuning uchun mustahkam bo‘ladi"*, *"Boshqalarnikidan qimmatroq, lekin umrboqiy"*. Bunda baholovchi sifatlar, qiyoslash vositalari va ta’kidlovchi konstruksiyalar faol. Biroq ishontirishning asosi ikki madaniyatda farqlanadi. O‘zbek hunarmandi ko‘pincha an’ana va shaxsiy mehnatga murojaat qiladi (*qo‘lda ishlangan, ota-bobolardan qolgan usul, halol mehnat*), ingliz tilli muloqotda esa aniq texnik-sifat ko‘rsatkichlariga urg‘u beriladi (*handmade, premium quality, lifetime warranty*): *"This is handmade, so it will last a lifetime."* Bu farq o‘zbek muloqot madaniyatining an’anaga tayanuvchi, kollektivistik va ingliz muloqot madaniyatining mahsulot xususiyatiga yo‘naltirilgan, bozorga moslashgan me’yorlaridan kelib chiqadi.

Baholovchi strategiya

Baholovchi strategiya bajarilgan ish natijasini tahlil qilish va kelgusi faoliyatni yo‘naltirishga xizmat qiladi: *"Yomon emas, lekin bu joyini yana bir bor tekislash kerak"*, *"Qo‘ling o‘rganib qolibdi, endi tezroq qilasan"*. Bunday birliklar ko‘pincha bilvosita baholash xarakteriga ega bo‘lib, ochiq tanqid o‘rniga “ijobiy baho + tavsiya” modeli orqali ifodalanadi. Ingliz tilida ham shu model kuzatiladi: *"Not bad, but this section needs more smoothing."* Bilvosita baholash ijtimoiy muvozanatni saqlaydi va shogirdni rag‘batlantiradi. Shu bilan birga, bu strategiyada madaniy kodlar ham ishtirok etadi: *"ustoz ko‘rsatganidek"*, *"an’anaviy usulda"* kabi normativ kollokatsiyalar baholashni ochiq aytmasdan, umumiy qadriyatlarga tayangan holda amalga oshiradi.

Xushmuomalilik va to‘g‘ridan-to‘g‘rilik

Strategiyalarning funksional maqsadi ikki tilda mos kelgani holda, ularni amalga oshiruvchi vositalarda sezilarli allomorf farqlar kuzatiladi. O‘zbek muloqot madaniyatida ustoz–shogird munosabatida to‘g‘ridan-to‘g‘ri buyruq shakli (*Ol*, *Qara*, *Tekisla*) me’yor hisoblanadi va qo‘pollik sifatida qabul qilinmaydi, chunki ijtimoiy ierarxiya avvaldan aniq belgilangan. Ijtimoiy masofa morfologik vositalar – *ol – olgin – oling* qatoridagi *-gin, -ing* qo‘shimchalari va *sen/siz* shakllari orqali grammatik jihatdan belgilanadi. Ingliz tilli muloqotda esa ierarxik munosabatlarda ham ko‘pincha yumshatuvchi vositalar afzal ko‘riladi: *"Could you take this?"*, *"Let’s check the edge."* Bu yerda masofa alohida grammatik ko‘rsatkich emas, balki modal fe’llar, *please,*

would you mind kabi leksik vositalar va intonatsiya orqali ifodalanadi. P.Braun va S.Levinsonning xushmuomalilik nazariyasi nuqtayi nazaridan, o‘zbek muloqotida ijobiy xushmuomalilik va ierarxik hurmat, ingliz muloqotida esa adresatning mustaqilligini saqlovchi salbiy xushmuomalilik kuchliroq namoyon bo‘lishi mumkin [2; 6].

Shuni ham ta’kidlash lozimki, strategiyalar madaniy-identifikatsion funksiyani ham bajaradi: nutq orqali hunarmand o‘zini kasb egasi, an’ana davomchisi va madaniy meros tashuvchisi sifatida namoyon etadi. Shu jihatdan strategiyalar nafaqat pragmatik, balki madaniy uzluksizlikni ta’minlovchi vosita hamdir.

Bu farqlar tarjima amaliyotida ham hisobga olinishi lozim. O‘zbek tilidagi qat’iy buyruq shaklidagi ko‘rsatma asl matnda direktiv emas, balki tushuntiruvchi vazifani bajarsa, uni ingliz tiliga *“you should…”* yoki *“it’s best to…”* kabi yumshatilgan konstruksiya bilan berish kommunikativ maqsadga ko‘proq mos keladi. Aksincha, ingliz tilidagi *“Could you take this?”* tipidagi muloyim so‘roqni o‘zbek tiliga ustoz–shogird vaziyatida so‘zma-so‘z o‘girish nutqqa sun’iylik baxsh etishi mumkin; bunday hollarda *“Buni olgin”* yoki *“Mana buni olib tur”* kabi tabiiy direktiv shakl afzal. Ishontiruvchi strategiyada ham *“qo‘l bilan yasalgan”* birligini shunchaki *made by hand* deb emas, uning ijtimoiy-ishontiruvchi kuchini saqlaydigan *handcrafted with care* yoki *authentic handmade* shaklida berish maqsadga muvofiq. Demak, strategiyani tarjimada saqlash shaklni emas, kommunikativ niyatni saqlashni anglatadi.

Xulosa

Hunarmandchilik diskursida yo‘naltiruvchi, tushuntiruvchi, ishontiruvchi va baholovchi strategiyalar asosiy kommunikativ yo‘nalishlarni tashkil etadi va ularning tanlanishi muloqot vaziyati (ustoz–shogird, hunarmand–mijoz) bilan belgilanadi. Strategiyalarning funksional maqsadi va nutqiy ketma-ketligi ingliz va o‘zbek tillarida izomorf xususiyatga ega. Biroq xushmuomalilik darajasi (o‘zbek tilida morfologik, ingliz tilida leksik-sintaktik vositalar), to‘g‘ridan-to‘g‘rilik me’yori va ishontirish asosi (an’ana va mehnatga yoki texnik sifatga tayanish) bo‘yicha allomorf farqlar kuzatiladi. Bu natijalar hunarmandchilik matnlarini tarjima qilishda kommunikativ niyatni manzil til madaniyatiga moslashtirish, chet tili o‘qitishda pragmatik kompetensiyani shakllantirish hamda madaniyatlararo muloqot va madaniy turizm amaliyotida qo‘llanilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Austin J.L. How to Do Things with Words. – Oxford: Clarendon Press, 1962. – 174 p.

2. Brown P., Levinson S.C. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

3. Alba-Juez L. Discourse Analysis and Pragmatics: Their Scope and Relation // Russian Journal of Linguistics. – 2016. – Vol. 20. – P. 43–55.

4. Hakimov M. O‘zbek pragmalingvistikasi asoslari. – Toshkent: Akademnashr, 2013.

5. Kecskes I. Intercultural Pragmatics. – Oxford: Oxford University Press, 2014.

6. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М.: Языки славянских культур, 2009.

7. Mahmudov N.M. O‘zbek tilidagi sodda gaplarda semantik-sintaktik asimmetriya. – Toshkent: O‘qituvchi, 1984. – 156 b.

8. Safarov Sh. Pragmalingvistika. – Toshkent: O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2008. – 318 b.

9. Schiffrin D. Discourse Markers. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 364 p.

10. Searle J.R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1969. – 203 p.

11. Ergasheva G. Kommunikativ-pragmatik yondashuvda hunarmandchilik diskursi // Filologiya va madaniyat jurnali. – 2023.

12. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000.

13. Van Dijk T.A. Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – 267 p.

14. Verschueren J. Understanding Pragmatics. – London: Arnold, 1999.