



INGLIZ VA O‘ZBEK LINGVOMADANIYATLARIDAGI STEREOTIPLARNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Axmedova Sarvinoz Hikmatovna

BuxDU Ingliz tilshunosligi kafedrasi dotsenti, f.f.f.d.(PhD)

Rakhimova Nargiza Baxshillayevna

BuxDU II bosqich magistranti

Annotatsiya: Mazkur tezis zamonaviy tilshunoslikning dolzarb masalalaridan biriga bag‘ishlangan. Turli til oilalariga tegishli ingliz va o‘zbek lingvomadaniyatlaridagi stereotiplarning pragmatik jihatdan tahlil qilish hamda ulardagi farqli va o‘xshashliklarni aniqlash, ularni tizimlashtirish kabi masalalar ushbu tezis vazifalaridan biridir. Stereotiplar biror bir xalq to‘g‘risida umumjahon miqyosda shakllangan umumiy fikrlardir, ammo ularning pragmatik xususiyatlari boshqa lisoniy faktorlarni ochib berishi mumkin.

Kalit so‘zlar: ritual, pragmatik marker, diskursiv marker, etnostereotip, madaniy belgi, jamiyat qatlamlar

Annotation: This article is dedicated to one of the current issues of modern linguistics. One of the tasks of this thesis is the pragmatic analysis of stereotypes in English and Uzbek linguistic cultures belonging to different language families, as well as identifying their differences and similarities and their systematization. Stereotypes are a general opinion formed on a global scale about a nation, but their pragmatic features can reveal other linguistic factors.

Keywords: ritual, pragmatic marker, discursive marker, ethno-stereotype, cultural sign, social layers

Barchamizga ma‘lumki, har bir millat o‘zining stereotiplariga ega, ular jamiyatdagi kishilarning yashash tarzi, an‘analari, qadriyatlarini, rituellari, madaniyati, tarixi va hokazolarga bog‘liq. Stereotiplar har bir millatda turlicha bo‘ladi va turli kommunikatsion kontekstlarda turlicha anglashiladi.

Gapning har bir bo‘lagi uchun umumiy bo‘lgan sintaktik tomoni va ma‘no tomonidagi (xizmat so‘zlarning sememasi, grammatikasi, semantik qatorida) o‘xshashligi asosida nutqda yuzaga keladigan turli noaniqlikdagi o‘zaro o‘tish hodisalarini (birliklari) qatorida pragmatik ma‘noga asoslangan ixtisoslashuvga juda kuchli intilishdir. Ya‘ni, kishini yoki suhbatdoshni tushunishda juda ko‘plab omillarni hisobga olish zarur bo‘ladi. Ingliz xalqiga tegishli stereotiplarni nutqda qo‘llash va ularni tushunishda “like”, “know” kabi diskursiv markerlar keng qo‘llanilishini ta‘kidlab o‘tishimiz mumkin. Could you, like, loan me 100 dollars, please? “Like” pragmatik markerining qo‘llanilishi ushbu kommunikativ holatning tinglovchiga yanada tushunarli bo‘lishi mumkin. “Like” hamda “know”, shunga yaqin bo‘lgan so‘zlarning inglizlar tomonidan ko‘p ishlatilishi bu inglizlarning ba‘zi bir stereotipik xususiyatlarini ochib berishi mumkin. Ulkan tarixga, yuksak madaniyatga ega bo‘lgan inglizlarning turli kommunikatsiyalarda bosiqlik bilan, o‘ylab keyinchalik bir aniq qarorga kelishga urinish kabi stereotipik baholarni berish mumkin.



Stereotiplarning salbiy va ijobiy kontekstlarda qo'llanilishi ham ma'lum bir pragmatik tahlillar yordamida aniqlanadi. Ma'lumki, stereotiplar turli ijtimoiy guruhlar tomonidan turlicha qabul qilinadi. Ba'zi bir umummilliy, u yoki bu xalq madaniyatiga tegishli bo'lgan stereotiplar ma'lum bir ijtimoiy guruhga yoki ma'lum bir kishilargagina tegishli bo'lishi mumkin, aksariyat xalq yoki kishilarga ushbu stereotip yot bo'lishi mumkin. Misol uchun, inglizlarning ob-havo haqida doimiy tarzda to'xtalishi, odatda suhbatlarni ushbu mavzu to'g'risidagi savol-javob bilan boshlashlari xususidagi stereotip butun aholi qatlamiga tegishli bo'lmagan stereotip hisoblanadi. Zero, mazkur stereotip o'zining ma'lum pragmatik qo'llanilishiga egadir. Kommunikatsiya davomida kishilar suhbat chog'ida uni yanada jonlantirish yoki pauzalarni yopish maqsadida ob-havo masalasiga to'xtalishlari odat tusiga aylangan. Bunday mavzu o'zining pragmatik qo'llanilishiga ega. Kishilar suhbatlardagi biroz tanglik, og'irlik, bosim kabi psixologik salbiy holatlarni his qilishganda vaziyatdan chiqish uchun, yoqimsiz mavzuni boshqa tomonga, ijobir mavzuga almashtirish maqsadida ob-havo ma'lumotlariga yoki u haqidagi ba'zi bir faktlarga murojaat qilishlari mumkin. O'zbeklarda esa albatta ob-havo asosiy suhbatlashish yoki kommunikatsiyani boshlash uchun qo'llaniladigan pragmatik asos emas. Shuningdek, inglizlar o'z suhbatlarida ayol kishining yoshini so'rashmaydi degan stereotip ham mavjud, ushbu stereotipning qo'llanilishini pragmatik jihatdan tahlil qilib shu narsaga amin bo'ldikki, bu ham ma'lum bir kontekstga, vaziyatga, holatga bog'liq ekan, kezi kelganda, zarurat tug'ilganda, rasmiy nutqlarda istagan paytda ayol yoki qizlarning ham yoshini so'rash mumkin. Ushbu stereotip ham ma'lum bir jamiyat qatlamlariga xos bo'lgan madaniy belgi sanaladi. Inglizlarning soat 16:00 dan keyin, tushlikdan keyin tea (choy) ichish marosimini o'tkazishi ham stereotiplardan biri hisoblanadi. Bu ham etnostereotiplardan biridir, zero ushbu stereotip umummilliy xarakterga ega, butun bir millar haqidagi umumiy ta'assurot hisoblanadi. Ushbu stereotip boshqalariga nisbatan haqiqatga ko'proq to'g'ri keladi, ya'ni Angliyaning ko'plab grafliklari, shahar hamda tumanlarida, qishloqlarida kishilar tushlikdan keyin, kechki ovqatdan oldin choy, kofe bilan birgalikda biror bir shirinlik, yegulik tamaddi qilib olishadi. Ushbu vaziyatni har qanday kontekstda ham pragmatik jihatdan tahlil qilinganda to'g'ri, o'z ma'nosida qabul qilish mumkin. O'zbeklarda esa bunday choy ichish marosimlari alohida vaqtda o'tkazilmaydi.

Ingliz hamda o'zbek lingvomadaniyatlaridagi stereotiplarni pragmatik tadqiqini amalga oshirish orqali umummilliy stereotiplarning, ya'ni butun xalqqa tegishli bo'lgan madaniy belgilarning turli kontekstlarda qo'llanilishidan qat'iy nazar to'g'ri ma'noda qabul qilinadi. Ba'zi bir ma'lum ijtimoiy guruhga tegishli stereotiplar esa ijobiy hamda salbiy ottenkaga ega, ularning qanday qabul qilinishi so'zlovchi yoki tinglovchining fikrlariga, kommunikatsion maqsadlariga bog'liq.

THE LIST OF USED LITERATURE:

1. Geeraerts, Dirk and Cuyckens, Hubert (2007). The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics. Oxford University Press
2. Craig McGarty, Vincent Y. Yzerbyt va Russell Spears. Stereotypes as explanations.



Cambridge university press, 2002

3. Saparova, M. R. (2016). The problem of stylistic classification of colloquial vocabulary. Міжнародний науковий журнал, (5 (1)), 80-82. <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1505892674749.pdf#page=81>

4. Umurova, K. (2018). Making Critical Thinking Intuitive In Efl Classes: Using Drama, Examples, And Images. Проблемы и достижения современной науки, 1(1), 43-47