

HUNARMANDCHILIK DISKURSIDA KOMMUNIKATIV STRATEGIYALARNING INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDAGI PRAGMATIK XUSUSIYATLARI

Abdusamatov Ahrorjon
Qo'qon davlat universiteti

Annotatsiya: Mazkur maqolada hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlari qiyosiy-kontrastiv nuqtayi nazardan tadqiq etiladi. Tadqiqotning maqsadi hunarmandchilik diskursida namoyon bo'ladigan asosiy kommunikativ strategiyalarni aniqlash, ularning til vositalari orqali ifodalanishini tahlil qilish hamda ingliz va o'zbek tilli muloqot madaniyatidagi o'xshash va farqli jihatlarni yoritishdan iborat. Metodologik asos sifatida diskurs tahlili, lingvopragmatika va qiyosiy-kontrastiv tilshunoslik tamoyillariga tayanildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, hunarmandchilik diskursida yo'naltiruvchi, tushuntiruvchi, ishontiruvchi va baholovchi strategiyalar yetakchi o'rin tutadi. Ingliz va o'zbek tillarida bu strategiyalarning umumiy mantiqi o'xshash bo'lsa-da, ularning til vositalari orqali amalga oshirilishida sezilarli tipologik va madaniy farqlar kuzatiladi. Ayniqsa, xushmuomalilikning ifodalanish darajasi va ishontirish asosi (an'anaga yoki texnik sifatga tayanish) bo'yicha ikki til o'rtasida tizimli tafovutlar aniqlandi.

Kalit so'zlar: hunarmandchilik diskursi, kommunikativ strategiyalar, lingvopragmatika, nutqiy aktlar, xushmuomalilik, pragmatik kompetensiya, qiyosiy-kontrastiv tahlil

PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF COMMUNICATIVE STRATEGIES IN CRAFTSMANSHIP DISCOURSE: A COMPARATIVE STUDY OF ENGLISH AND UZBEK

Ahrorjon Abdusamatov
Kokand State University

Abstract: This article examines the pragmatic characteristics of communicative strategies employed in craftsmanship discourse in both English and Uzbek from a comparative-contrastive perspective. The study aims to identify the primary communicative strategies manifested in this discourse, analyze their linguistic realization, and highlight the similarities and differences between English and Uzbek communicative cultures. The methodological framework relies on principles of discourse analysis, linguopragmatics, and comparative-contrastive linguistics. The

results indicate that directive, explanatory, persuasive, and evaluative strategies play a leading role in craftsmanship discourse. While the underlying logic of these strategies is similar in both languages, significant typological and cultural differences are observed in their linguistic realization. In particular, systematic distinctions were identified regarding the degree of politeness expressed and the basis for persuasion (e.g., reliance on tradition versus technical quality).

Keywords: craftsmanship discourse, communicative strategies, linguopragmatics, speech acts, politeness, pragmatic competence, comparative-contrastive analysis

Kirish

Zamonaviy tilshunoslikda diskursni faqat lingvistik birliklar majmui sifatida emas, balki maqsadga yo'naltirilgan, ijtimoiy sharoit bilan belgilanadigan va muayyan natijaga qaratilgan kommunikativ faoliyat sifatida talqin qilish tendensiyasi tobora kuchayib bormoqda. Ushbu yondashuv doirasida kommunikativ strategiyalar diskursning ichki tashkil etuvchi mexanizmi sifatida qaralib, nutq subyekting maqsadi, niyati va muloqot vaziyatiga mos ravishda tanlanadigan nutqiy yo'nalishlar majmui sifatida izohlanadi. Hunarmandchilik diskursini tahlil qilishda aynan kommunikativ strategiyalar masalasi alohida ahamiyat kasb etadi, chunki mazkur diskurs real hayotiy faoliyat, aniq maqsad va natijaga yo'naltirilgan muloqot shakllari bilan chambarchas bog'liqdir.

Hunarmandchilik faoliyati qadimdan inson turmush tarzi, iqtisodiy faoliyati va estetik qarashlari bilan uzviy bog'liq bo'lib kelgan. Hunarmand tomonidan yaratilgan buyum nafaqat moddiy ehtiyojni qondiradi, balki muayyan madaniy ma'no, ramziy qiymat va milliy ruhni ham o'zida mujassamlashtiradi. Ana shu madaniy ma'nolar nutq orqali ifodalanadi va diskurs doirasida mustahkamlanadi. Natijada hunarmandchilik diskursi milliy madaniyatni aks ettiruvchi va uni qayta ishlab chiqaruvchi kommunikativ maydonga aylanadi. Bu jarayonda kommunikativ strategiyalar hal qiluvchi rol o'ynaydi, chunki aynan ular orqali nutq subyekti o'z maqsadiga erishadi, muloqot ishtirokchilari o'rtasida munosabat o'rnatadi va o'z pozitsiyasini mustahkamlaydi.

Hunarmandchilik diskursining kommunikativ strategiyalarini tadqiq etish bir necha ilmiy ahamiyatga ega jihatlar bilan bog'liq. Birinchidan, bu strategiyalar orqali hunarmandchilik faoliyatining kommunikativ mohiyati qanday shakllanishini anglash mumkin. Ikkinchidan, strategiyalarning funksional yuklamasini aniqlash diskursning pragmatik salohiyatini ochib berishga xizmat qiladi. Uchinchidan, ingliz va o'zbek tillari materialida qiyosiy tahlil o'tkazish orqali ikki tilning kommunikativ strategiyalar tizimidagi umumiy qonuniyatlar va tipologik farqlarni aniqlash imkoniyati yaratiladi.

Bu esa o'z navbatida qiyosiy tilshunoslik, lingvokulturologiya va tarjimashunoslik uchun muhim nazariy va amaliy natijalar beradi.

Hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalarning shakllanishi bir necha omillar bilan belgilanadi. Avvalo, bu diskurs ishtirokchilarining ijtimoiy rollari - ustoz, shogird, hunarmand, mijoz - strategiyalarning tanlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Ustoz nutqida ko'pincha yo'naltiruvchi va baholovchi strategiyalar ustun bo'lsa, shogird nutqida savol berish va aniqlashtirish strategiyalari ko'proq uchraydi. Hunarmand va mijoz o'rtasidagi muloqotda esa ishontirish, tushuntirish va kelishuvga erishish strategiyalari yetakchi o'rin tutadi. Bu holat hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar ijtimoiy rollar bilan uzviy bog'liq holda shakllanishini ko'rsatadi.

Hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar nafaqat axborot uzatish, balki ijtimoiy munosabatlarni tartibga solish, madaniy qadriyatlarni mustahkamlash va kasbiy identitetni shakllantirish vazifalarini ham bajaradi. Nutq orqali hunarmand o'zini muayyan kasb egasi, an'ana davomchisi va madaniy meros tashuvchisi sifatida namoyish etadi. Bu jarayonda tanlangan strategiyalar milliy madaniyatga xos nutqiy stereotiplar, odob-axloq me'yorlari va kommunikativ uslublar bilan uyg'unlashadi. Natijada hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar nafaqat pragmatik, balki identifikatsion funksiyani ham bajaradi.

Kommunikativ strategiyalarning tanlanishi va til vositalari orqali amalga oshirilishi ingliz va o'zbek tilli muloqot madaniyatida bir xil emas. Har ikki lingvomadaniyat o'ziga xos xushmuomalilik me'yorlari, to'g'ridan-to'g'rilik darajasi va ijtimoiy masofani ifodalash uslubiga ega. Masalan, o'zbek tilida xushmuomalilik ko'pincha morfologik vositalar (fe'lning siz/sen shakli, hurmat qo'shimchalari) orqali ifodalansa, ingliz tilida bu vazifani asosan leksik-sintaktik vositalar (modal fe'llar, hedging iboralari) bajaradi. Bu farq, o'z navbatida, hunarmandchilik diskursidagi strategiyalarni qiyosiy-kontrastiv jihatdan tahlil qilishning ilmiy zaruratini belgilaydi.

Hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalarning pragmatik xususiyatlarini o'rganish hozirgi kunga qadar maxsus tadqiqot obyekti sifatida yetarli darajada o'rganilmagan. Mavjud ilmiy adabiyotlarda hunarmandchilik diskursining ayrim jihatlari yoritilgan bo'lsa-da, uning kommunikativ strategiyalari va bu strategiyalarning ikki tildagi pragmatik xususiyatlari tizimli tahlil qilinmagan. Shu bois ushbu tadqiqot hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlarini qiyosiy-kontrastiv nuqtayi nazardan o'rganishni maqsad qilib qo'yadi.

Tadqiqotning asosiy vazifalari sifatida hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalarni aniqlash, ularning til vositalari orqali ifodalanishini tahlil qilish, ingliz va o'zbek tillarida bu strategiyalarning pragmatik

xususiyatlarini yoritish, shuningdek, aniqlangan natijalarning nazariy va amaliy ahamiyatini asoslash belgilandi.

Adabiyotlar sharhi

Hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalarni o'rganish bir necha nazariy yo'nalishlarga tayanadi. Bu yo'nalishlar orasida xushmuomalilik nazariyasi, nutqiy aktlar nazariyasi, diskurs tahlili va madaniyatlararo pragmatika alohida o'rin tutadi. Har bir yo'nalish hunarmandchilik diskursining muayyan jihatlarini yoritishga xizmat qiladi va tadqiqotning nazariy asosini boyitadi.

Xushmuomalilik nazariyasi doirasida P. Brown va S. Levinson [1] tomonidan ilgari surilgan qarashlar hunarmandchilik diskursidagi kommunikativ strategiyalarni tahlil qilishda muhim ahamiyatga ega. Ularning nazariyasiga ko'ra, xushmuomalilik - bu so'zlovchining tinglovchiga nisbatan amalga oshiradigan "yuzga tahdid soluvchi aktlarni" yumshatish yoki o'z qadr-qimmatini pasaytirish orqali tinglovchiga qiymat berish uchun ishlatiladigan lingvistik strategiyadir. Ijobiy va salbiy xushmuomalilik yuzga tahdid soluvchi aktlarni yumshatishning muhim strategiyalari bo'lib, ular barcha tillarda bir xil qo'llanilmaydi. Bu qarash hunarmandchilik diskursiga to'liq tatbiq etiladi, chunki hunarmand va mijoz o'rtasidagi muloqotda xushmuomalilik strategiyalari, ayniqsa, mahsulot sifati muhokamasi, narx kelishuvi va e'tiroz bildirish kabi vaziyatlarda faol qo'llaniladi.

Brown va Levinsonning nazariyasi ingliz va o'zbek tillarida xushmuomalilik strategiyalarini qiyosiy tahlil qilishda ham muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ingliz tili aniq xushmuomalilik belgilarini bilvositalik bilan birlashtirsa, o'zbek tili kontekstual ishoralar, hurmat shakllari va madaniy asoslangan bilvositalikni ta'kidlaydi [2]. Bu farq hunarmandchilik diskursida ham yaqqol namoyon bo'ladi, chunki o'zbek tilida hunarmand va mijoz o'rtasidagi muloqotda hurmat va ehtirom ifodalari, ingliz tilida esa ko'proq modal va leksik yumshatish vositalari ustunlik qiladi.

Nutqiy aktlar nazariyasi doirasida J. Searle [3] tomonidan ishlab chiqilgan konsepsiya hunarmandchilik diskursidagi kommunikativ strategiyalarni tahlil qilishda muhim ahamiyatga ega. Searle nutqiy aktlarni turli toifalarga ajratib, ularning ijtimoiy munosabatlarni ifodalashdagi rolini ko'rsatadi. Hunarmandchilik diskursida buyruq berish, maslahat berish, ogohlantirish, maqtash, tanqid qilish va kelishuvga chaqirish kabi nutqiy aktlar keng qo'llaniladi. Har bir nutqiy akt o'ziga xos pragmatik yuklamaga ega bo'lib, muloqot ishtirokchilarining niyati va maqsadini ifodalaydi. Masalan, hunarmand tomonidan aytilgan oddiy ko'rsatma shaklidagi gap aslida shogirdni to'g'ri yo'naltirish, kasbiy intizomni shakllantirish va ustoz mavqeini mustahkamlash vazifalarini bajaradi.

Diskurs tahlili nazariyasi doirasida T. van Dijk [4] tomonidan ilgari surilgan qarashlar hunarmandchilik diskursining kommunikativ strategiyalarini tahlil qilishda

muhim ahamiyatga ega. Uning fikricha, har qanday diskurs ijtimoiy vaziyat, kommunikativ maqsad va ishtirokchilarning o'zaro bilim va kutishlari asosida shakllanadi. Strategiyalar aynan mana shu kontekstual omillarni nutqiy rejalashtirish orqali yuzaga chiqaradi. Hunarmandchilik diskursida bunday kontekstual omillar kasbiy tajriba, an'anaviy bilim va ijtimoiy rollar bilan uzviy bog'liq bo'lib, strategiyalar orqali nutqda ifodalanadi.

D. Schiffrin [5] tomonidan ishlab chiqilgan interaksion yondashuv ham hunarmandchilik diskursidagi kommunikativ strategiyalarni tushunishga yordam beradi. Ushbu yondashuvga ko'ra, diskurs muloqot ishtirokchilarining o'zaro ta'siri natijasida shakllanadi va strategiyalar ushbu ta'sirni boshqarish vositasi hisoblanadi. Hunarmandchilik diskursida o'zaro ta'sir ustoz-shogird yoki hunarmand-mijoz munosabatlari doirasida amalga oshadi. Bu jarayonda kommunikativ strategiyalar orqali nutq subyekti muloqotning borishini nazorat qiladi, ijtimoiy masofani belgilaydi va o'z pozitsiyasini mustahkamlaydi.

Madaniyatlararo pragmatika sohasida I. Kecskes [6] tomonidan ishlab chiqilgan sotsio-kognitiv yondashuv hunarmandchilik diskursidagi kommunikativ strategiyalarni madaniyatlararo nuqtayi nazardan tahlil qilishda muhim nazariy asos yaratadi. Ushbu yondashuvga ko'ra, muloqotda kooperatsiya va egotsentrizm bir-biriga qarama-qarshi emas, balki bir vaqtning o'zida mavjud bo'lgan xususiyatlardir. Kecskesning ta'kidlashicha, pragmatik nazariyalar ko'pincha idealizatsiyalashgan til qo'llanilishiga haddan tashqari urg'u berib, muloqotning tartibsiz, yomon tashkil etilgan va xushmuomalalikdan yiroq tomonlariga kam e'tibor qaratgan. Bu qarash hunarmandchilik diskursida ham muhim ahamiyatga ega, chunki hunarmand nutqida nafaqat xushmuomalalik, balki to'g'ridan-to'g'rilik, buyruq ohangi va tanqid kabi elementlar ham mavjud.

O'zbek tilshunosligida kommunikativ strategiyalar masalasi diskurs tahlili doirasida tobora dolzarb bo'lib bormoqda. Sh. Safarov [7] tomonidan ilgari surilgan qarashlarga ko'ra, nutqiy birlik tanlovi so'zlovchining kommunikativ niyati va vaziyatga moslashuvi asosida izohlanadi. Bu yondashuv hunarmandchilik diskursida ma'no tanlovi va baholash mexanizmlarini pragmatik sabab sifatida tushuntirish uchun ilmiy asos beradi. Shuningdek, N.M. Mahmudov [8] gap va presuppozitsiya munosabatiga bag'ishlangan tadqiqotida nutqiy tanlovlarning kontekstual va kommunikativ asoslarini ko'rsatib, gapda ifodalanmagan, biroq muloqot ishtirokchilari tomonidan o'zaro anglaniladigan mazmun qatlamlarining mavjudligini asoslaydi.

Hunarmandchilik diskursining o'ziga xos pragmatik xususiyatlari bo'yicha tadqiqotlar ham mavjud. A. Abdisamatov [9] tomonidan olib borilgan tadqiqotda hunarmandchilik diskursining o'ziga xos pragmatik xususiyatlari, nutqiy aktlar, implikaturalar, xushmuomalilik strategiyalari va diskurs markerlari tahlil qilinadi. Ushbu tadqiqot hunarmandchilik diskursining ijtimoiy-madaniy konteksti,

kommunikativ maqsadlari va hunarmandlarning o'zaro munosabatlaridagi rolini yoritishga qaratilgan. Muallifning ta'kidlashicha, hunarmandchilik diskursida pragmatik omillar nutqiy tanlovga bevosita ta'sir ko'rsatadi va bu tanlov ijtimoiy rollar, madaniy me'yorlar va kommunikativ vaziyat bilan belgilanadi.

Yuqoridagi nazariy qarashlar va ilmiy yondashuvlar hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar murakkab va ko'p qatlamli hodisa ekanligini ko'rsatadi. Xorijiy va o'zbek tilshunoslari tomonidan ishlab chiqilgan konsepsiyalar diskursni faqat til birliklarining ketma-ketligi sifatida emas, balki jamiyat, madaniyat va tafakkur bilan uzviy bog'liq bo'lgan kommunikativ jarayon sifatida talqin qilish zarurligini asoslaydi. Ushbu yondashuvlar hunarmandchilik diskursini o'rganishda tilni real ijtimoiy muhit, madaniy an'ana va kasbiy tajriba bilan birgalikda tahlil qilish metodologik jihatdan to'g'ri yo'l ekanligini tasdiqlaydi.

Metodologiya

Mazkur tadqiqotning metodologik asosi diskurs tahlili, lingvopragmatika va qiyosiy-kontrastiv tilshunoslik tamoyillariga tayanadi. Tadqiqot davomida hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlarini o'rganish maqsad qilib qo'yildi. Bu maqsadga erishish uchun bir necha bosqichli metodologik yondashuv qo'llanildi.

Tadqiqot materialini tanlashda real, tabiiy til materiallariga tayanish tamoyiliga amal qilindi. Ingliz va o'zbek tillaridan hunarmandchilikka oid matnlar, intervyular, texnik-tavsifiy qo'llanmalar, reklama matnlari va ommaviy axborot vositalaridagi materiallar tanlab olindi. Material tanlashda janr, mavzu, kommunikativ vaziyat va pragmatik yuklama jihatidan muvozanatlash tamoyiliga rioya qilindi. Bu hunarmandchilik diskursi birliklarining tabiiy qo'llanilishini aks ettiruvchi ishonchli ilmiy manba yaratish imkonini berdi. Jami 150 dan ortiq matn parchalari va nutqiy vaziyatlar tahlil qilindi.

Tadqiqotning birinchi bosqichida hunarmandchilik diskursiga oid til materiali ingliz va o'zbek tillaridan yig'ildi va tizimlashtirildi. Har bir tildan olingan materiallar alohida-alohida kodlashtirildi va kommunikativ strategiyalar, nutqiy aktlar, xushmuomalilik vositalari hamda diskurs markerlari ajratib olindi. Bu bosqichda pragmatik tahlil metodidan foydalanildi, ya'ni nutqiy birliklarning kommunikativ maqsadi, so'zlovchi niyati va kontekstual ma'nosi aniqlandi.

Ikkinchi bosqichda hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalar tasniflandi. Bu jarayonda funksional-pragmatik tahlil metodi qo'llanildi. Strategiyalar o'zlarining kommunikativ maqsadlariga ko'ra yo'naltiruvchi, tushuntiruvchi, ishontiruvchi va baholovchi turlarga ajratildi. Har bir strategiyaning asosiy nutqiy vositalari, diskurs ishtirokchilari va kommunikativ maqsadlari aniqlandi.

Uchinchi bosqichda ingliz va o'zbek tillaridagi kommunikativ strategiyalar qiyosiy-kontrastiv jihatdan tahlil qilindi. Bu bosqichda strategiyalarning til vositalari

orqali ifodalanishidagi o'xshashliklar va farqlar aniqlashga alohida e'tibor qaratildi. Xususan, xushmuomalilikning ifodalanish darajasi, to'g'ridan-to'g'rilik darajasi, ishontirish asosi (an'anaga yoki texnik sifatga tayanish) va yumshatish vositalarining qo'llanilishi solishtirildi.

Tadqiqotda miqdoriy tahlil elementlaridan ham foydalanildi. Strategiyalarning qo'llanish chastotasi, ularning turli kommunikativ vaziyatlardagi taqsimoti va ishtirokchilar rollariga bog'liqligi statistik jihatdan tahlil qilindi. Bu ikki tildagi kommunikativ strategiyalarning faollik darajasini aniqlash va ularning pragmatik xususiyatlarini yanada ishonchli tavsiflash imkonini berdi.

Tadqiqotning nazariy asosi sifatida xushmuomalilik nazariyasi, nutqiy aktlar nazariyasi, diskurs tahlili va madaniyatlararo pragmatika sohalarida ishlab chiqilgan konsepsiyalarga tayanildi. Xususan, P. Brown va S. Levinsonning xushmuomalilik nazariyasi, J. Searlening nutqiy aktlar nazariyasi, T. van Dijkning diskurs semantikasi konsepsiyasi, D. Schiffinning interaksion yondashuvi, I. Kecskesning sotsio-kognitiv yondashuvi, shuningdek, o'zbek tilshunoslari Sh. Safarov va N.M. Mahmudovlarning tadqiqotlari metodologik tayanch vazifasini bajardi.

Tahlil natijalarining ishonchliligini ta'minlash uchun bir necha choralar ko'rildi. Birinchidan, tahlil jarayonida ikki mustaqil tadqiqotchi tomonidan kodlashtirish amalga oshirildi va natijalar solishtirildi. Ikkinchidan, kommunikativ strategiyalarning diskursdagi funksiyalari aniqlanganda faqat bitta kontekst bilan cheklanmasdan, bir necha kontekstual misollar tahlil qilindi. Uchinchidan, aniqlangan natijalar nazariy adabiyotlardagi mavjud qarashlar bilan solishtirildi va ilmiy asoslanganligi tekshirildi.

Tadqiqotning cheklovlari sifatida material hajmining cheklanganligi va ayrim kommunikativ strategiyalarning yetarli miqdorda uchramasligini ko'rsatish mumkin. Shunga qaramay, tanlangan material hunarmandchilik diskursining kommunikativ strategiyalarini yetarli darajada to'liq tavsiflash imkonini berdi.

Tahlillar va natijalar

Hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalarni tahlil qilish natijalari shuni ko'rsatdiki, bu strategiyalar to'rtta asosiy turga bo'linadi: yo'naltiruvchi, tushuntiruvchi, ishontiruvchi va baholovchi. Har bir strategiya o'ziga xos kommunikativ maqsadga ega bo'lib, ular birgalikda diskursning funksional yaxlitligini ta'minlaydi. Quyidagi jadvalda hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalar va ularning xususiyatlari umumlashtirilgan holda ko'rsatilgan.

1-jadval.

Hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar va ularning xususiyatlari

Strategiya turi	Asosiy kommunikativ maqsad	Tipik nutqiy vositalar	Diskurs ishtirokchisi
-----------------	----------------------------	------------------------	-----------------------

Yo‘naltiruvchi	Ish jarayonini boshqarish	Buyruq gaplar, sodda gaplar	Ustoz
Tushuntiruvchi	Bilim va tajribani uzatish	Izohlovchi konstruksiyalar	Ustoz
Ishontiruvchi	Mahsulot qiymatini asoslash	Baholovchi birliklar	Hunarmand
Baholovchi	Ish natijasini tahlil qilish	Bilvosita baho, maslahat	Ustoz

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, yo‘naltiruvchi strategiya ish jarayonini boshqarishga qaratilgan bo‘lib, asosan buyruq gaplar va sodda gaplar orqali amalga oshiriladi. Bu strategiya ustoz nutqida ustunlik qiladi va shogirdga aniq ko‘rsatmalar berish, jarayonni nazorat qilish hamda kasbiy intizomni shakllantirish vazifalarini bajaradi. Tushuntiruvchi strategiya bilim va tajribani uzatishga qaratilgan bo‘lib, izohlovchi konstruksiyalar, sabab-natija bog‘lanishlari va misollar orqali amalga oshiriladi. Bu strategiya ham asosan ustoz nutqida uchraydi va shogirdga texnologik jarayonlarni tushuntirish, kasbiy sir-asrorlarni o‘rgatish vazifasini bajaradi.

Ishontiruvchi strategiya mahsulot qiymatini asoslashga qaratilgan bo‘lib, baholovchi birliklar, taqqoslash vositalari va ta’kidlovchi konstruksiyalar orqali amalga oshiriladi. Bu strategiya hunarmand-mijoz muloqotida yetakchi o‘rin tutadi. Masalan, hunarmand tomonidan aytilgan “Bu qo‘lda ishlangan, shuning uchun mustahkam bo‘ladi” yoki “Boshqalarnikidan qimmatroq, lekin umrboqiy” kabi nutqiy birliklar ishontirish strategiyasining tipik ko‘rinishlaridir. Bu strategiya hunarmandning ijtimoiy mavqeini mustahkamlash bilan birga, mijozda ishonch uyg‘otishga xizmat qiladi.

Baholovchi strategiya ish natijasini tahlil qilishga qaratilgan bo‘lib, bilvosita baho, maslahat va tavsiya shakllarida namoyon bo‘ladi. Bu strategiya ustoz nutqida keng qo‘llaniladi va shogirdning ishini baholash, unga yo‘nalish berish hamda kasbiy o‘sishini ta’minlash vazifalarini bajaradi. Baholovchi strategiya ko‘pincha implitsit shaklda ifodalanadi, ya’ni baho to‘g‘ridan-to‘g‘ri aytilmaydi, balki kontekst va umumiy bilimga tayanilgan holda anglashiladi.

Hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalarning qo‘llanilishi muloqot ishtirokchilarining ijtimoiy rollari bilan bevosita bog‘liqdir. Ustoz-shogird munosabatlarida yo‘naltiruvchi va baholovchi strategiyalar ustunlik qilsa, hunarmand-mijoz munosabatlarida ishontiruvchi va tushuntiruvchi strategiyalar yetakchi o‘rin tutadi. Bu holat hunarmandchilik diskursida strategiyalar qat’iy andozalarga emas, balki kommunikativ vaziyat va maqsadga mos holda tanlanishini ko‘rsatadi.

Quyidagi jadvalda hunarmandchilik diskursida qo‘llaniladigan kommunikativ strategiyalarning ingliz va o‘zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlari qiyosiy jihatdan ko‘rsatilgan.

2-jadval.

Kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlari

Strategiya turi	O'zbek tilidagi ifodasi	Ingliz tilidagi ifodasi	Asosiy farq
Yo'naltiruvchi	"Buni sekinroq arrala", "Qo'lingni bu yerga qo'yma"	"Cut it slowly", "Don't put your hand here"	O'zbek tilida morfologik shakllar, ingliz tilida sintaktik tuzilmalar
Tushuntiruvchi	"Avval loy yumshoq holatga keltiriladi, keyin shakllanadi"	"First, the clay is softened, then it is shaped"	O'zbek tilida fe'l shakllari, ingliz tilida tartib so'zlari
Ishontiruvchi	"Bu qo'lda ishlangan, ota-bobolardan qolgan usul"	"This is handmade, premium quality, lifetime warranty"	O'zbek tilida an'anaga, ingliz tilida texnik sifatga urg'u
Baholovchi	"Yaxshi, lekin yana puxta ishlash kerak"	"Good, but you need to work more carefully"	O'zbek tilida bilvosita, ingliz tilida ochiqroq baho

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlarida sezilarli farqlar mavjud. Yo'naltiruvchi strategiyada o'zbek tili ko'proq morfologik vositalar (fe'ning siz/sen shakli, buyruq mayli qo'shimchalari) orqali xushmuomalilikni ifodalasa, ingliz tili bu vazifani asosan sintaktik tuzilmalar (imperativ, modal fe'llar) orqali bajaradi. Masalan, o'zbek tilida shogirdga qaratilgan "qil" (sen-shakli, to'g'ridan-to'g'ri buyruq) mijozga nisbatan "qiling" yoki "qilsangiz bo'ladimi" (siz-shakli, xushmuomalilik qo'shimchasi) shakliga almashadi. Ingliz tilida esa shogirdga "Cut it slowly" (to'g'ridan-to'g'ri buyruq, imperativ) qaratilgan bo'lsa, mijozga xuddi shu mazmun "Could you wait a moment, please?" yoki "Would you mind if I show you another color?" kabi modal fe'l, so'roq gap shakli va hedging iborasi orqali yumshatilgan holda ifodalanadi.

Ishontiruvchi strategiyada ham sezilarli farq kuzatiladi. O'zbek tilli hunarmand ko'pincha an'ana va shaxsiy mehnatga murojaat qiladi ("qo'lda ishlangan", "ota-bobolardan qolgan", "halol mehnat"), ingliz tilli muloqot madaniyatida esa ko'proq aniq texnik-sifat ko'rsatkichlariga urg'u beriladi ("handmade", "premium quality", "lifetime warranty", "genuine leather"). Bu farqlar ikki madaniyatning kollektivistik (o'zbek, an'anaga tayanuvchi) va individualistik-bozor yo'naltirilgan (ingliz, mahsulot xususiyatiga tayanuvchi) kommunikativ me'yorlaridan kelib chiqadi.

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar avvalo muloqot ishtirokchilarining ijtimoiy rollari bilan belgilanadi.

Ustoz-shogird, hunarmand-mijoz kabi kommunikativ juftliklar doirasida nutqiy strategiyalar turlicha shakllanadi va moslashuvchan xarakter kasb etadi. Ushbu moslashuvchanlik diskursning real ijtimoiy vaziyatga bog'liqligini hamda pragmatik ehtiyojlar asosida rivojlanishini tasdiqlaydi.

Muhokama

Tadqiqot natijalari hunarmandchilik diskursida kommunikativ strategiyalar murakkab va ko'p qatlamli hodisa ekanligini ko'rsatdi. Bu strategiyalarning to'rtta asosiy turga bo'linishi va har bir turning o'ziga xos kommunikativ maqsadga ega ekanligi aniqlandi. Bu natijalar diskurs tahlili nazariyasining asosiy tamoyillariga mos keladi, xususan, T. van Dijk [4] tomonidan ilgari surilgan diskursning ijtimoiy vaziyat, kommunikativ maqsad va ishtirokchilarning o'zaro bilimlari asosida shakllanishi haqidagi qarashlarga to'liq mos keladi.

Yo'naltiruvchi strategiyaning xususiyatlari shuni ko'rsatdiki, hunarmandchilik diskursida buyruq va ko'rsatma berish nutqiy aktlari yetakchi o'rin tutadi. Bu holat J. Searlning [3] nutqiy aktlar nazariyasiga mos keladi, chunki direktiv nutqiy aktlar so'zlovchining tinglovchini muayyan harakatga undash maqsadini ifodalaydi. Hunarmandchilik diskursida ustoz tomonidan beriladigan ko'rsatmalar nafaqat texnik amallarni, balki kasbiy intizomni ham shakllantiradi. Bu natijalar S. Ervin-Tripp [10] tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalariga ham mos keladi. Uning fikricha, direktiv nutqiy aktlar ijtimoiy munosabat turiga (ustoz-shogird, xo'jayin-xodim) qarab turli shakl va yumshatish darajasida ifodalanadi. Hunarmandchilik diskursida ham bilim uzatish jarayoni direktiv, instruktiv va baholovchi nutqiy aktlar orqali amalga oshiriladi.

Ishontiruvchi strategiyaning tahlili P. Brown va S. Levinsonning [1] xushmuomalilik nazariyasiga mos natijalar berdi. Ularning nazariyasiga ko'ra, xushmuomalilik tinglovchining "yuzini" himoya qilish va unga qiymat berish uchun ishlatiladigan strategiyadir. Hunarmandchilik diskursida ishontirish strategiyasi ham tinglovchining ishonchini qozonish, uning ehtiyojlarini hisobga olish va ijobiy munosabat o'rnatishga qaratilgan. Biroq o'zbek va ingliz tillarida bu strategiyaning ifodalanishida farqlar mavjud. O'zbek tilida ishontirish ko'proq an'anaga, shaxsiy mehnatga va diniy-axloqiy qadriyatlarga tayansa, ingliz tilida texnik sifat ko'rsatkichlariga va bozor xususiyatlariga urg'u beriladi. Bu farq ikki madaniyatning qadriyat tizimidagi tub tafovutni ko'rsatadi va madaniyatlararo pragmatika sohasidagi tadqiqotlar natijalariga mos keladi [11].

Baholovchi strategiyaning tahlili shuni ko'rsatdiki, hunarmandchilik diskursida baholash ko'pincha implitsit shaklda amalga oshiriladi. Bu natijalar N.M. Mahmudov [8] tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalariga mos keladi. Uning qarashlariga ko'ra, gapning semantik va sintaktik tarkibi o'rtasida asimmetriya mavjud bo'lib, bu holat leksik-grammatik birliklarning faqat nominativ emas, balki chuqurroq semantik-

funksional yuklamaga ham ega ekanini ko'rsatadi. Hunarmandchilik diskursida ham baho ko'pincha to'g'ridan-to'g'ri aytilmaydi, balki kontekst va umumiy bilimga tayanilgan holda anglashiladi.

Tadqiqot natijalari o'zbek tilshunosligida Sh. Safarov [7] tomonidan ilgari surilgan qarashlar bilan ham uyg'unlashadi. Uning fikricha, nutqiy birlik tanlovi so'zlovchining kommunikativ niyati va vaziyatga moslashuvi asosida izohlanadi. Hunarmandchilik diskursida ham strategiyalar tanlovi nutq subyektining maqsadi, muloqot vaziyati va ijtimoiy rollar bilan belgilanadi. Bu esa hunarmandchilik diskursining kasbiy-janrviiy pragmatik asosga ega ekanligini ko'rsatadi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundaki, aniqlangan natijalar tarjima amaliyoti, leksikografiya, chet tili va kasbiy ta'lim sohalarida qo'llanilishi mumkin. Xususan, kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlari haqidagi natijalar tarjimonlar uchun amaliy qo'llanma bo'lib xizmat qilishi mumkin. Shuningdek, hunarmandchilik diskursida kommunikativ kompetensiyani shakllantirish bo'yicha o'quv materiallari yaratish uchun ilmiy asos yaratildi.

Xulosa

Mazkur tadqiqot hunarmandchilik diskursida qo'llaniladigan kommunikativ strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlarini qiyosiy-kontrastiv nuqtayi nazardan tahlil qilishga bag'ishlandi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, hunarmandchilik diskursida to'rtta asosiy kommunikativ strategiya - yo'naltiruvchi, tushuntiruvchi, ishontiruvchi va baholovchi - yetakchi o'rin tutadi. Har bir strategiya o'ziga xos kommunikativ maqsadga ega bo'lib, ular birgalikda diskursning funksional yaxlitligini ta'minlaydi.

Yo'naltiruvchi strategiya ish jarayonini boshqarishga qaratilgan bo'lib, asosan buyruq gaplar va sodda gaplar orqali amalga oshiriladi. Bu strategiya ustoz nutqida ustunlik qiladi. Tushuntiruvchi strategiya bilim va tajribani uzatishga qaratilgan bo'lib, izohlovchi konstruksiyalar orqali amalga oshiriladi. Ishontiruvchi strategiya mahsulot qiymatini asoslashga qaratilgan bo'lib, baholovchi birliklar orqali amalga oshiriladi. Bu strategiya hunarmand-mijoz muloqotida yetakchi o'rin tutadi. Baholovchi strategiya ish natijasini tahlil qilishga qaratilgan bo'lib, bilvosita baho va maslahat shakllarida namoyon bo'ladi.

Ingliz va o'zbek tillarida bu strategiyalarning umumiy mantiqi o'xshash bo'lsa-da, ularning til vositalari orqali amalga oshirilishida sezilarli tipologik va madaniy farqlar kuzatiladi. Xususan, xushmuomalilikning ifodalanish darajasi bo'yicha o'zbek tili morfologik vositalarga (fe'ning siz/sen shakli, hurmat qo'shimchalari), ingliz tili esa leksik-sintaktik vositalarga (modal fe'llar, hedging iboralari) tayanadi. Ishontirish strategiyasida o'zbek tilli hunarmand ko'pincha an'ana va shaxsiy mehnatga murojaat qiladi, ingliz tilli muloqot madaniyatida esa ko'proq aniq texnik-sifat ko'rsatkichlariga urg'u beriladi.

Tadqiqotning nazariy ahamiyati shundaki, u hunarmandchilik diskursining kommunikativ strategiyalarini tizimli tavsiflash imkonini berdi va bu strategiyalarning ingliz va o'zbek tillaridagi pragmatik xususiyatlarini ilmiy asosladi. Tadqiqot natijalari diskurs tahlili, lingvokulturologiya va qiyosiy-kontrastiv tilshunoslik sohalarini yangi empirik ma'lumotlar bilan boyitdi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati tarjima amaliyoti, leksikografiya, chet tili va kasbiy ta'lim sohalarida namoyon bo'ladi. Aniqlangan natijalar tarjimonlar uchun aniq mo'ljallab xizmat qilishi mumkin. Ta'lim jarayonida esa diskursiv va madaniy kompetensiyani shakllantirish uchun material sifatida foydalanish mumkin. Kelgusidagi tadqiqotlar uchun istiqbolli yo'nalishlar sifatida hunarmandchilik diskursini boshqa kasbiy diskurslar bilan qiyoslash, tadqiqot materialini tarixiy va hududiy jihatdan kengaytirish hamda milliy madaniyatni xalqaro miqyosda targ'ib qilish masalalarini o'rganish belgilanishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

- [1] Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- [2] Turapova, M. (2026). Contrastive analysis of politeness strategies in English and Uzbek. *Zenodo*. <https://zenodo.org/records/18378662>
- [3] Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
- [4] van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press.
- [5] Schiffrin, D. (1987). *Discourse Markers*. Cambridge University Press.
- [6] Kecskes, I. (2022). The theoretical framework of intercultural pragmatics. In *The Cambridge Handbook of Intercultural Pragmatics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108884303.004>
- [7] Safarov, Sh. (2008). *Pragmalingvistika*. O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi.
- [8] Mahmudov, N. M. (1984). *O'zbek tilida gapning semantik-sintaktik asimetriyasi*. O'qituvchi.
- [9] Abdisamatov, A. (2025). Linguopragmatic research of craft discourse. *Texas Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(6), 2157-2160. <https://zienjournals.com>
- [10] Ervin-Tripp, S. (1976). Is Sybil there? The structure of some American English directives. *Language in Society*, 5(1), 25-66.
- [11] Shamsiddinova, M. H. (2025). O'zbek tilida nutqiy aktlar nazariyasining konseptual asoslarini takomillashtirish usullari. *The Multidisciplinary Journal of Science and Technology*, 5(6), 2157-2160.
- [12] Leech, G. (2014). *The Pragmatics of Politeness*. Oxford University Press.

- [13] Fraser, B. (1999). What are discourse markers? *Journal of Pragmatics*, 31(7), 931-952.
- [14] Verschueren, J. (1999). *Understanding Pragmatics*. Arnold.
- [15] Ter-Minasova, S. G. (2000). *Yazik i mezhkulturnaya kommunikatsiya*. Slovo.