

INGLIZ MADANIYATIDA KASBIY MULOQOT XULQIDA UCHRAYDIGAN AYRIM SO‘Z VA IBORALARNING LINGVOKULTUROLOGIK XUSUSIYATLARI

Nosirova Shoiraxon Ulug‘bek qizi

Farg‘ona davlat universiteti tayanch doktoranti

ORCID: 0009-0004-8295-7267

shoiranosirova1999@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada ingliz madaniyati kasbiy muloqot jarayonida uchraydigan ayrim so‘z va iboralarning lingvokulturologik xususiyatlari ochib berilgan. Muloqot xulqi va kasbiy muloqot masalalarida ilmiy izlanishlar olib borgan olimlar va ularning ishlariga murojaat qilingan holda ma‘lum soha vakillarining (harbiylar, o‘qituvchilar, shifokorlar, siyosatchilar, biznes va marketing, moda va dizayn) nutqida tez-tez uchraydigan va o‘zida jamiyatning ijtimoiy-madaniy hayoti, turmush tarzi, qadriyatlari, tarixiy va siyosiy masalalari bilan bog‘liq xususiyatlarini namoyon qiladigan ayrim iboralar va ularning tasniflari keltirilgan.

Kalit so‘zlar: muloqot, kasbiy muloqot, kasbiy etika, kommunikativ, interaktiv va perseptiv xususiyatlar, kasbiy diskurs, ingliz madaniyati

Аннотация: В данной статье раскрыты лингвокультурологические особенности некоторых слов и выражений, встречающихся в английской культуре в процессе профессионального общения. Ученые, занимающиеся научными исследованиями в вопросах коммуникативного поведения и профессионального общения, и ссылаясь на их работы, часто встречаются в речи представителей тех или иных сфер (военные, педагоги, врачи, политики, бизнес и маркетинг, мода и дизайн) и включают в себя социально-культурную жизнь общества, образ жизни, ценности, исторические и политические вопросы. приведены некоторые выражения, которые проявляют связанные свойства, и их классификации.

Ключевые слова: коммуникация, профессиональное общение, профессиональная этика, коммуникативные, интерактивные и перцептивные особенности, профессиональный дискурс, английская культура

Abstract: In this article, the linguocultural features of certain words and phrases found in the process of professional communication of English culture are revealed. Relying on several scientists who have carried out scientific research on issues of communication behavior and professional communication with reference to their work, some phrases and their classifications in the speech of scientists and representatives of a particular field (military, teachers, doctors, politicians, business and marketing, fashion and design) are presented that often used and manifest

themselves in relation to the socio-cultural life, lifestyle, values, historical and political issues of society.

Keywords: *communication, professional communication, professional ethics, communicative, interactive and perceptual features, professional discourse, English culture.*

Insonlarni ongli mavjudot sifatidagi ehtiyojlaridan biri muloqot hisoblanib, bu orqali tomonlarning o‘zaro axborot almashina olishlari tushuniladi. Aloqa o‘rnatish, fikr almashish va so‘zlashish jarayonida ishlatiladigan bevosita va bilvosita birliklarning hammasi bir bo‘lib muloqotni shakllantiradi. Muloqot kommunikativ, interaktiv va perseptiv o‘ziga xosliklarga ega. Muloqot jarayonida ishtirokchilarning o‘zaro axborot almashina olishlarini kommunikativ aspekt deb tushunsak, uning nafaqat bilim va g‘oyalar bilan, balki harakatlar bilan ham kommunikantlar o‘rtasida o‘zaro ta’sir etish imkoniyatini uning interaktiv xususiyati va muloqot jarayonida tomonlar bir-birlarini to‘g‘ri idrok qila olishlarini perseptiv xususiyati deb qaraymiz. U kontakt, aloqa o‘rnatish, undovchilik, koordinatsion, hissiy aloqa o‘rnatish, munosabat o‘rnatishda o‘z o‘rinlarini anglash va ta’sir o‘tkazish kabi bir qator funksiyalarni bajaradi. Adresat va adresantning yoshi, jinsi, millati muloqotga ta’sir qiluvchi ichki birliklar deb qaralsa, muloqotning qachon sodir bo‘lganligi va unga mavjud vaziyatning ta’siri hamda milliy qadriyatlar, urf-odatlar tizimi tashqi ta’sir etuvchi birliklarga kiradi. Nolissoniy vositalardan foydalanish ham samarali muloqot shakllanishi uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda noverbal vositalardan foydalanish ma’lum jamiyat a’zolari tomonidan ishlatilganda tag zamiridagi ma’nosi anglanib, boshqa guruhlar uchun hech qanday ma’no-mazmun kasb etmasligi mumkin.

Ingliz tilshunoslik olamida ham turli kasb egalarining nutqlariga oid atamalar va so‘zlashuv uslublari o‘rganilgan va hozirda ham bir qator tadqiqotlar olib borilmoqda. Har xil kasbdagi kishilarning nutqi sotsial va jins jihatidan farqlanishlarga egaligi bo‘yicha tadqiqotlar so‘ngi yillarning dolzarb masalalaridan bo‘lib kelmoqda. Mashhur lingvist olim M.Baxtin insonning kasbi uning so‘zlashuv uslubi va xulq-atvoriga ham ta’sir o‘tkazishi haqida alohida to‘xtalib o‘tib, “So‘zlardan kasblarning hidi kelib turadi” - degan edi [4, 165]. Zero, harbiy soha xodimlarining nutqi asosan erkaklarga xos bo‘lgan salobatli, qisqa va lo‘ndaligi bilan quruvchilar, savdogarlar, o‘qituvchilar va shifokorlar nutqidan keskin farq qiladi. Hattoki so‘zlashuvda ishlatiladigan maxsus terminlari, iboralari va kasbga oid jargonlari ham o‘z kasbdoshlari doirasida to‘g‘ri anglanib, boshqa soha vakillariga buning mohiyatini idrok etish qiyinchilik tug‘dirishi ham mumkin. Misol uchun, harbiy aviatsiya va jangovar birliklarda ishlatiladigan “got your six” (orqangizni himoya qilish) iborasi soat tizimiga asoslangan bo‘lib, soat 6 ya’ni orqa taraf ma’nosi anglashiladi. Shuningdek, G‘arb individualizmini namoyon qiladigan “bite the bullet” (o‘qni

tishlash) iborasi ham ingliz harbiy madaniyatidagi bardoshlilik qadriyatini aks ettirib, og'riqli yoki qiyin vaziyatga chidash, qiyin qarorni qabul qilish kabi ma'nolarni tashiydi. Bundan tashqari, ingliz kontekstlarida ishlatiladigan "Harley street" frazeologik birligini ham ko'rishimiz mumkin. Londonning Harley ko'chasida ko'plab dong'i chiqqan yetuk doktorlar istiqomat qilganligi uchun "tibbiyot olami", "doktorlar dunyosi" degan ma'nolarni anglatadi [2, 28]. Bu ibora orqali ko'pincha eng malakali shifokorlar, xususiy klinikalar yoki qimmatbaho tibbiy muassasalar anglashiladi. U elita, professionalism va yuqori sifatni anglatishi bilan birgalikda qimmat narxlar va ekskluzivlikni ham o'z ichiga oladi. Tibbiy nutqda uchraydigan "white coat syndrome" (oq xalat sindromi) iborasi esa bemorning shifoxonada yoki shifokor huzurida bo'lganda asabiy holat tufayli qon bosimi yoki yurak urishi tezlashishi kabi holatga tushib qolishini ifodalaydi. Bu orqali ingliz madaniyatida shifokorlarning ijtimoiy obro'si va bemorlarning ularga nisbatan hissiy munosabati ham aks etadi. Shuningdek, "put on the Ritz" (Ritzni kiyish, Ritzda kiyinish) iborasi zamonaviy, chiroyli ko'rinishda kiyinish ma'nosini anglatadi [2, 28]. Sababi, Ritz London, Nyu-York va Parijning eng mashhur va qimmat mehmonxonalaridan birining nomi sifatida jamiyat uchun ma'lumdir. Mukammal ko'rinishda kiyinish ma'nosini beradigan "dressed to the nines" (to'qqizgacha kiyinish) iborasi esa ingliz madaniyatida mukammallikni, eng yuqori bahoni ifodalaydigan 9 raqami bilan bog'liqdir. "The Black Belt" (Qora kamar) frazeologik birligi esa asosan davlat siyosiy qatlami tomonidan keng foydalanilib, u orqali Amerika Qo'shma Shtatlarining afro-amerikaliklar yashaydigan janubiy qismi tushuniladi [2, 28]. AQSh madaniyatidagi raqobatbardoshlik va doimiy rivojlanish qadriyatlarini aks ettiradigan "raise the bar" (barni ko'tarish) iborasi ham siyosatchilar nutqida ko'p o'rinlarda kuzatiladi. "Baker's dozen" (nonvoyning 12-chisi) iborasini ishlatish orqali esa qadimiy ingliz urf-odatlaridan qolgan o'n ikkita non sotib olgan xaridorga o'n uchinchi nonvoy tomonidan tekinga berilishi holatlari anglashiladi. "Frequent flyer" (tez-tez uchuvchi) iborasi asosan o'qitish sohasida faoliyat olib boradigan xodimlar nutqida ko'rinib, u orqali maktabning an'anaviy intizom metodlariga javob bermaydigan va undan foyda ko'rmayotgan talaba tushuniladi. "Flying colors" (uchayotgan ranglar) iborasi esa asosan ta'lim sohasida imtihon va joriy nazorat topshiriqlarini muvafaqqiyatli uddalagan holatlarni ifodalash uchun ishlatiladi. Biznes menejmenti sohasida ishlatiladigan "cold piece of work" (ishning sovuq qismi) iborasi asosan u bilan ishlash qiyin bo'lgan ishchi xodimga nisbat berilib, asosan ish beruvchilar o'rtasida faol ishlatiladi va ma'nosi ham o'zarooson anglashiladi. Reklamalar, afishalar, turli brend nomlari, yangi innovatsiyalar va tijorat mahsulotlarida hozirda ingliz tilida ko'p uchrayotgan "consumer culture" (iste'molchi madaniyati) iborasi ham ishlab chiqarish sanoati va uning ommaviy reklamalarida o'z o'rnini topib bormoqda. Iste'mol madaniyatiga jamiyatda odamlarning iste'mol qilish odatlari, qadriyatlar va xatti-harakatlari bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy-madaniy

tushuncha sifatida qaraladi. Bu odamlarning tovarlar va xizmatlarni sotib olish, ulardan foydalanish va bu jarayon orqali o'ziga xosligini, ijtimoiy mavqeini yoki turmush tarzini shakllantirishga intilishini aks ettiradi. Iste'mol madaniyati ko'pincha moddiy boylik, brendlar, reklama va ommaviy axborot vositalarining ta'siri bilan bog'liq bo'lib, u odamlarning xarid qilish odatlari va hayot tarziga o'z ta'sirini o'tkazmay qolmaydi.

Xulosa o'rnida shuni ayta olamizki, ingliz madaniyatida turli kasb egalari nutqida ishlatiladigan so'z va iboralar o'sha jamiyatning qadriyatlari, dunyoqarashlari, tarixiy, siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy holatlari bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ma'lum soha vakillari uchun ishlatilishi va anglashilishi oson bo'lgan so'z va iboralar boshqa soha vakillari uchun umuman tushunarsiz yoki chalkashikka ham sabab bo'lishi mumkin. Bu esa til o'rganish o'sha jamiyatning madaniy qadriyatlarini ham qo'shib o'rganish joizligini ko'rsatib beradi va bu turli kasb egalari muloqot jarayonida ham yaqqol namoyon bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Asilova G. 2023. "Til ta'limida kasbiy muloqot ko'nikmalarini shakllantirish". – O'zbekiston: til va madaniyat. 4 [2]: – B.30-41.
2. Ashurova D., Galiyeva M. Cultural linguistics. – Tashkent: 2019. – P. 28.
3. Holmes J. (2005). "When small talk is a big deal: Sociolinguistic challenges in the workplace". In M. H. Long (Ed.), Second Language Needs Analysis Cambridge: Cambridge University Press. pp. 344-372.
4. John M. Swales. "Genre analysis: English in academic and research settings. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1990, pp.260.
5. Mo'minov S.M. O'zbek muloqot xulqining ijtimoiy-lisoniy xususiyatlari. – Farg'ona, 2021. – B.165.
6. Stubbe M. (2010). "Was that my misunderstanding?": Managing miscommunication and problematic talk at work. Wellington: Victoria University of Wellington. 2010, pp.256.