

**OG‘ZAKI DISKURSNI BELGILOVCHI
EKSTRALINGVISTIK OMILLAR**

**Raximova Laylo Muminbayevna,
mustaqil izlanuvchi, Urganch davlat universiteti
EXTRALINGUISTIC MARKER OF ORAL
DISCOURSE FACTORS**

**Rakhimova Layla Muminbayevna,
independent researcher, Urgench State University
ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ МАРКЕР
УСТНОГО ДИСКУРСА ФАКТОРОВ**

**Ракимова Лейла Муминбаевна,
независимый исследователь, Ургенчский государственный
университет**

Annotatsiya. Ushbu maqolada og‘zaki diskursni belgilovchi ekstralingvistik omillar, ularning o‘ziga xos lisoniy xususiyatlari to‘g‘risida fikr yuritiladi. Xususan, og‘zaki diskursning ekstralingvistik tarkibini muloqot jarayonidagi tartib- qoidalar, istirokchilarning yuz ifodasi va tana tili, xatti-harakati, insonlarning muloqotdagi xulq-atvori tashkil qilishi xususidagi mulohazalar, shuningdek, ingliz xalqining muloqot maydonida amal qilinishi kerak bo‘lgan lingvokulturologik xususiyatlar ham keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: tenor, diskurs, adresat, ekstralingvistik, lingvokulturologik, ovoz ritmi, domen, muloqot.

Аннотация. В данной статье рассматриваются экстралингвистические факторы, определяющие устную речь, их специфические лингвистические особенности. В частности, экстралингвистическую структуру устного дискурса составляют правила процесса общения, мимика и язык тела участников, поведение, комментарии к поведению людей в общении, а также языковые и культурные особенности, которые должны следовать в сфере общения английского народа.

Ключевые слова: тенор, дискурс, адресат, экстралингвистический, лингвокультурный, звуковой ритм, домен, общение.

Annotation. This article examines extralinguistic factors that determine oral speech and their specific linguistic features. In particular, the extralinguistic structure of oral discourse consists of the rules of the communication process, facial expressions and body language of the participants, behavior, comments on the behavior of people in communication, as well as linguistic and cultural features that should follow in the sphere of communication of the English people.

Keywords: tenor, discourse, addressee, extralinguistic, lingucultural, sound rhythm, domain, communication.



ORCID ID: 0000-0002-7120-839x

E-mail:

rahimovasoliha6@gmail.com

KIRISH (ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION)

Og'zaki nutq muvaqqat bo'lgani uchun, yozma nutqqa qaraganda ko'proq takrorlashni talab qiladi. Og'zaki nutqda adresat ilgari o'tgan narsalarga osonlikcha murojaat qila oladi, shuning uchun muhim ma'lumotlarni takrorlash kerak bo'ladi. Buni, masalan, oddiy suhbatda sezish mumkin.

Tenor rasmiy yoki norasmiy, muloyim yoki dag'al, umumiy yoki xususiy bo'lishi mumkin. Agar so'zlovchi va sherigi o'rtasidagi munosabatlar rasmiy va betaraf bo'lsa, masalan, qonuniy hujjatda, tenor rasmiy bo'ladi, agar u yaqin va samimiy bo'lsa, masalan, do'stlar o'rtasida suhbat bo'lsa, tenor norasmiy bo'ladi. Rasmiy nutqda murakkabroq jumlar va so'zlar doirasi hamda tanlovi muloqotda cheklangan bo'ladi, norasmiy nutqda oddiy jumlar qisqa va so'zlar sodda bo'ladi.

Agar so'zlovchi va uning sherigi bir-birlariga yaxshi tanish bo'lsa, suhbat tabiatida ularning samimiy yaqinligi bilinadi. Siyosiy jarayonda shaxsning shaxsan ishtirok etishi, yoki uning nutq so'zlash vazifasi, reklama qilishdan ko'ra tinglovchilarga ko'proq ta'sir ko'rsatadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METOD (ЛИТЕРАТУРА И МЕТОД / MATERIALS AND METHODS)

Muloqotda xushmuomalalikni ifodalash uchun hurmatni ifodalovchi murojaat so'zlar bilvosita ishlatiladi. Masalan: *"Sizning fikringiz..., siz buni juda xushmuomalalik bilan qabul qilasizmi ..."* va hokazo. Agar gapiruvchi va tinglovchining roli matn orqali ifodalansa, noma'lum muallif yoki yozuvchi mavjud bo'lmagan yozma hujjatlarda yoki gapiruvchining ham, tinglovchining ham ahamiyati uncha katta bo'lmagan gaplarda, ko'rsatmalarda ham strukturada tushunmovchilik bo'ladi. Bu majhullik, uchinchi shaxs nomlari, masalan, *yo'lovchilar, o'quvchilar* va boshqalar noma'lum shaxslarni yaratadi, birinchi va ikkinchi shaxs nomlari, masalan, *men, siz* va boshqalar shaxsiy tenor bo'lib qoladi.

Og'zaki diskursning ekstralingvistik tarkibini muloqot jarayonidagi tartib-qoidalar, istirokchilarning yuz ifodasi va tana tili, xatti-harakati, insonlarning muloqotdagi xulq-atvori

tashkil qiladi. Quyida biz ingliz xalqining muloqot maydonida amal qilinishi kerak bo'lgan linvokulturologik xususiyatlarini keltirib o'tamiz. Zero, og'zaki diskurs zamon, makon va muayyan rasmiy yoki norasmiy sharoitda namoyon bo'ladi. Ko'pchilik hollarda bu bizning madaniyatimiz normalari bilan bir xil bo'lishi mumkin. Masalan:

1. Inglizlar sizni mehmonga, ziyofatga chaqirsalar, siz kichkina sovg'a, masalan, vino, shokolad yoki gul olib borishingiz to'g'ri bo'ladi/ *When they have invited you for drinks, dinner it is polite to take a small gift, such as a bottle of wine, chocolates or flowers.*

2. Inglizlardan siyosiy qarashlari to'g'risida so'rash o'rinsiz hisoblanadi./*Ask someone about their politics is unacceptable.*

3. Oylik maoshi haqida so'rash noqulay. /*Ask someone how much they earn = unacceptable.*

4. Yoshini so'rash o'rinsiz. /*Ask someone how old they are = unacceptable, unless this information is needed for something.*

5. Taomni yeb bolgach, to'yanini bildirish uchun ovoz chiqarib hiqildoq tutush o'rinsiz. /*Belch after a meal to show your appreciation for the food = unacceptable.*

NATIJALAR (РЕЗУЛЬТАТЫ / RESULTS)

Og'zaki nutq odatda normal ovoz ritmi va ohangi yordamida ifodalangan ravonlik bilan tavsiflanadi. Nutq ravonligida kutilmagan takrorlashlarni (masalan, I. I. i...), to'ldiruvchilarni (masalan, um, er), noto'g'ri boshlanishlarni, grammatik aralashmalarni va tugallanmagan jumlar kuzatiladi. Og'zaki nutqda so'zlovchi umumiy fikrga kesatq yoki hayratni ifodalashda jumla boshida teskari mazmundagi kiritma konstruksiyalardan foydalanadi. Masalan, *"O'rgilib ketay, siz buni o'zingiz hal qilishingiz kerak."* Bunda jumla so'zlovchi istagiga mos holda bir tarzda boshlanadi va boshqacha tugaydi. *"Mening ofisim qerda bilasizmi? Bilmaysizmi? Voy!"* Bunda jumla bilvosita savol sifatida boshlanadi, lekin to'g'ridan-to'g'ri savol sifatida tugaydi. Og'zaki nutqda insonlar ravonlikka erishish uchun ikkilanish holatini ifodalovchi diskurs belgilardan foydalanadilar. Og'zaki nutqda ko'plab to'liq bo'lmagan jumlar, ko'pincha oddiygina iboralar

ketma-ketligi mavjud. Boshqa tomondan, yozma nutqda, tabiiyki, bunday holatlar kuzatilmaydi va natijada u yanada ravon ko'rinadi.

Ushbu xususiyatlar og'zaki nutqda, jismonan mavjud bo'lgan muallif va adresat bilan bog'liq dialogda foydalanilgan jumlar muayyan maqsadga yo'naltirilganligi sababli nutq faoliyati yuzaga kelganligi bilan ifodalanadi. Monitoring xususiyatlari "ma'ruzachining adresat borligi va reaksiyalari to'g'risida xabardorligini ko'rsatadi". Kuzatishda "Xo'sh", "menimcha", "demak", "bilasizmi", "ko'ryapsiz", "qara lekin" kabi so'zlardan foydalaniladi. O'zaro ta'sir xususiyatlari qabul qiluvchining faol ishtirokini ta'minlaydi. O'zaro ta'sir xususiyatlariga ikkinchi shaxs olmoshi, so'roq gaplar, imperativlar va boshqalar kiradi. Yozma nutq, agar u dialog shaklida bo'lmasa, odatda bu xususiyatlardan xoli bo'ladi.

Nutqda odamlar prosodiya va kinematik vositalardan keng foydalanadi. Odatda bu vositalar ekstralingvistik vositalar sifatida e'tirof etiladi. Chunki nutq odatda yuzma-yuz vaziyatlarda qo'llaniladi. Og'zaki nutqda ishtirokchilarning umumiy bilimlari kabi ko'plab faktlar tufayli noaniqlikka duch keladi, bu esa tushuntirishni keraksiz qiladi; qo'shimcha ma'lumot "tana tili" (masalan, imo-ishoralar, yuz ifodalari); bevosita va mo'ljallangan jismoniy holatga murojaat qilish mumkin (masalan, odamlarga yoki narsalarga ishora qilish orqali) va mo'ljallangan xabarni aniq yetkazish uchun tinglovchining fikr-mulohazalari ifodasida afzalligi bor. Bu, u kabi olmoshlar nutqda tez-tez ishlatiladi, bu esa noaniqlikka olib keladi. Yozma nutqda yozuvchi adresat borligining afzalliklariga ega emas, shuning uchun u o'z jarayonida ancha aniqroq bo'lishi kerak. Yuqorida aytib o'tilgan noaniqlikni bartaraf qilib, yozma nutq ham aniq jumla chegaralari yordamida aniqlikka ega bo'ladi, ammo nutq jumlarida tugallanmagan bo'lishi mumkin, chunki qabul qiluvchining bilimi tugatishni talab qilmaydi.

MUHOKAMA (ОБСУЖДЕНИЕ / DISCUSSION)

Og'zaki va yozma nutqqa ishora qiluvchi vaziyat holati toifasi, muhokama qilinganidek, o'ziga xos lingvistik xususiyatlarga ega, ammo ular nima uchun ishlatilganiga va qanday vaziyatda ishlatilishiga qarab, bu xususiyatlar suhbat

jarayonida biri ikkinchisiga nisbatan ustvorlikka ega bo'lishi mumkin.

Muloqot diskursida domen yoki reester tilning ishtirok etadigan faoliyatiga qarab qanday o'zgarishi bilan bog'liq. So'zlovchi diskursi u ishlaydigan sohaga qarab farq qiladi. Jurnalistika nutqi din yoki qonun bilan bir xil emas. Tilning funksiyalari turli soha yoki faoliyatga ko'ra farq qiladi, bu esa turli nutqlarning farqlanishiga olib keladi. Ulardan biri mijozga maslahat beradigan advokat, avtobus konduktori tariflarni yig'ish, muhandisga, arxitektorga buyurtma berish, kasaba uyushma xodimining qo'shimcha imtiyozlarni muhokama qilish, askarga ko'rsatma beradigan serjant yoki texnik hisobotni o'qiyotgan olim bo'lishi mumkin. Shuningdek, oilaviy hayot bilan bog'liq holda, ota, ona, o'g'il, qiz, er yoki xotin sifatida gapirishi mumkin. Ushbu kasb va faoliyat egalari nutqini eshitganda nutq reestri ularning kasb-korini farqlash imkonini beradi.

Tornton fikriga ko'ra, diskursda yetkazilayotgan axborotning muhimligi, his-tuyg'ular ifoda va ishonch, ya'ni kimnidir biror narsa qilishga ishontirishi mumkinligi muhim omildir [2,35]. Bu yerda bizda mos ravishda nutqning yo'naltiruvchi, ekspressiv va konnativ funksiyalari mavjud. Diskurs reklama, jurnalistika, huquq, din, adabiyot, siyosat, suhbat va boshqalar kabi ko'plab sohalarga ko'ra farqlanadi. Har biri nutqning o'ziga xos xususiyatlarini belgilaydigan turli xil xususiyatlarga ega. Agar reklama, masalan, o'z maqsadiga erishish uchun, ya'ni mahsulotni sotish uchun bo'lsa, ularni o'qish oson bo'lishi kerak. Gap tuzilishi kamroq tarkib bilan sodda bo'lishi kerak. Reklama tili odatda juda norasmiy va shaxsiy va to'g'ridan-to'g'ri murojaat shaklida bo'ladi. Reklama nutqi biz og'zaki nutq bilan bog'laydigan ba'zi xususiyatlarni, hatto yozma shaklda (masalan, matbuot reklamalarida) sodir bo'lganda ham ko'rsatadi. Nutq ma'nosining murakkab hodisasidagi bitta o'zgarish uning tarkibiy tashkil tuzilmasining og'zaki yoki yozma diskursga xosligini belgilaydi. Ammo diskursning ma'no ifodalovchi boshqa noaniq jihatlari yuqorida sanab o'tilgan tenor, domen, reestr, prosodiya va knemalar orqali ham ifodalanishi mumkinligi uning tabiatini murakkablashtiradi.

Diskursni anglashda yana bir muammo bu so'zlovchining nutq vaziyatidagi vazifasidir. Bu so'zlovchi guvohmi, shoirmi, boshqa odamlar

aytgan hikoyalarni to'playdigan muallifmi va hokazo. So'zlovchi jumlada ko'rsatilgan shaxslar bilan shaxsiy munosabatlarga egami? Zikr qilingan odamlar kimlar? - Bu savollarning barchasi jumlaning tuzilishini tahlil qilish orqali hisobga olinadi.

Har bir til foydalanuvchisi nutqda ma'lum bir pozitsiyaga ega bo'ladi. Birinchidan, ijtimoiy pozitsiya va aloqa vositalari kabi omillar mavjud bo'lib, ular muqarrar ravishda nutq faoliyatida so'zlovchi tildan foydalanadigan pozitsiyani yaratadi. Ikkinchidan, nutq muallifi yozishni yoki gapirishni boshlashi bilan mafkuraviy pozitsiya o'rnatiladi. Til foydalanuvchisi muqarrar ravishda mavzuga, muayyan tushunchalar, e'tiqodlar, mafkuralarning tashuvchisiga aylanadi. Bunday pozitsiya, Estxoup ko'rsatganidek, avtonom emas, u tildan oldin yoki tilsiz mavjud bo'lolmaydi. So'zlovchi ayni nutq faoliyatiga kirishishdan oldin bunday holatda bo'lmaydi, nutq jarayonida shu nutq mazmuni va tinglovchiga mozlashadi.

XULOSA (ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION)

Ijtimoiy nuqtai nazardan har qanday notiq tomonidan yaratilgan pozitsiya uning ijtimoiy, kognitiv va lingvistik kompetentsiyasiga bog'liq. Hollidey ijtimoiy kompetentsiya va ijtimoiy vaziyatlarni ishlab chiqarishni ma'no doirasi bilan bog'laydi. U "reestr" tushunchasini kiritadi, bu "ma'lum bir ijtimoiy kontekstda mavjud bo'lgan potentsial ma'nosidir". Shuning uchun, ma'lum bir ijtimoiy kommunikativ (yoki nutq) vaziyatda, agar ular ishtirokchilar qo'li etmaydigan bo'lsa, ma'lum

ma'nolarni ishlab chiqarish mumkin emas, ya'ni. ro'yxatdan tashqarida. Bu tildan foydalanish orqali qurilgan pozitsiyalarni cheklaydi va nutqni boshqarish kuchini taqsimlaydi. Ushbu sub'ektiv pozitsiyalar va ularni yaratish vositalari (masalan, diniy "e'tiqod", ijtimoiy ong kabi tushunchalar, "ma'no", "o'ylash", "taxmin qilish", "bilish" kabi ba'zi fe'llar), bu tilni subyektiv pozitsiyani qurishga imkon beradi", chunki ular ma'lum nutq faoliyatining ifoda usulini belgilaydi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI (ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES)

1. Geoffrey N. Leech. Semantics: The Study of Meaning. Penguin Books, 1990
2. Thornton, S. Explorations in Discourse Analysis. UK: Wiley-Blackwell, 2008.
3. Renkema J. Introduction to discourse studies. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Pub, 2004.
4. Mathesius, V. From comparative word order studies. Linguistic Inquiry, 1992.
5. Studies in English language / M.A.K. Halliday; edited by Jonathan Webster. – New York: Continuum International Publishing Group, 2005.
6. Allen, J.P.B. & S. Pit Corder (eds.). Papers in applied linguistics, Vol. II. London: Oxford University Press, 1980.

