**LINGVOKULTUROLOGIYANING TADQIQOT OBYEKTI VA PREDMETI**

**(4 soat)**

Tadqiqotning obyekti deganda borliqning ayrim sohasidagi o‘zaro aloqadagi jarayonlar, hodisalar majmuyi, tadqiqotning predmeti deganda esa o‘ziga xos xususiyatga, jarayonga va mezonlarga ega bo‘lgan obyektning ayrim qismi tushuniladi. Masalan, barcha ijtimoiy fanlar uchun umumiy obyekt inson, ularning predmeti insonning muayyan tomoni va faoliyati hisoblanadi.

Lingvokulturologiyaning obyekti – madaniyat va tilning o‘zaro aloqasi, o‘zaro ta’sirini bir butunlikda tadqiq qilishdir.

Lingvokulturologiya tilni madaniyatning fenomeni, madaniyatni tashuvchisi sifatida o‘rganadi. Madaniyatni tildan foydalanuvchi inson yaratadi. Lingvokulturologiyaning obyekti lingvistika va kulturologiya, etnografiya va psixolingvistika singari qator fundamental fanlarning kesishmasida joylashadi[[1]](#footnote-1).

Lingvokulturologiyaning obyekti haqida ba’zi munozarali fikrlar ham yo‘q emas. Jumladan, V.N.Teliyaning fikricha, lingvokulturologiya til va madaniyatning faqat sinxron aloqasini o‘rganadi. V.A.Maslovaga ko‘ra, bu soha tilni ham sinxron, ham diaxron jihatdan o‘rganadi. Bundan tashqari, V.N.Teliya lingvokulturologiya obyekti umuminsoniy xarakterga ega bo‘lishini ta’kidlagan bo‘lsa, V.A.Maslova muayyan xalq yoki qardosh xalqlar tilining lingvokulturologik xususiyatlari alohida o‘rganilishi lozimligini uqtiradi[[2]](#footnote-2).

Lingvokulturologiyaning predmeti – madaniyatda ramziy, obrazli, metaforik ma’no kasb etgan va natijalari inson ongida umumlashtirilib mif, afsona, folklor va diniy diskurslarda, poetik va prozaik badiiy matnlarda, frazeologizmlarda, metaforalarda va ramzlarda aks etadigan til birliklari sanaladi. Bunda muayyan lingvokulturologik birlik bir paytning o‘zida bir qancha semiotik tizimlarga tegishli bo‘lishi mumkin: ma’lum bir odat frazeologizmga, maqolga, matalga aylanishi mumkin.

Tadqiqot obyektining vaziyatidan kelib chiqqan holda, uning alohida lingvokulturologik birliklardan tashkil topgan bir qancha predmetlarini ko‘rsatish mumkin. Ular quyidagilardan iborat bo‘lishi mumkin:

1. *Muqobilsiz leksika va lakunalar*. Har qanday til yoki dialektda boshqa tilga bir so‘z bilan tarjima qilib bo‘lmaydigan so‘zlar mavjud bo‘ladi. Bunday so‘zlarga muqobilsiz leksika deyiladi. Muqobilsiz leksika muayyan xalq madaniyatiga xos hodisalarni aks ettiradi. U ko‘pincha mahalliy xalqqa xos pul, masofa-uzunlik birliklari, ro‘zg‘or ashyolari, kiyim-kechak, yegulik-ichkilik va h.k. tushunchalarni anglatadigan so‘zlardan tarkib topadi. Muqobilsiz leksika boshqa tilga o‘zlashtirilganda ularga ekzotik leksika (ekzotizmlar) deyiladi. Ekzotizmlar va etnografizmlar o‘zga madaniyatning ramzi sanaladi. Jumladan, *spiker, kriket, shilling* –Angliya; *yaylov, qishloq, ariq, dehqon, cho‘l* – O‘rta Osiyo; *sakura, geysha, ikebana, sake* – yapon madaniyatining belgilarini assotsiatsiyalaydi. O‘zbek madaniyatining belgilarini *palov, patir, sumalak, ko‘rpacha, belbog‘ (belida belbog‘i bor), do‘ppi (do‘ppisi osmonda, do‘ppi tor)* va h.k. so‘zlarda ko‘rish mumkin.

Bir tildagi so‘z boshqa tilda muqobilini topa olmagan o‘rinlarda har doim lakuna hodisasi voqelanadi. Lakunalar (lot. *lacuna* – bo‘shliq, chuqurlik, cho‘nqir joy) – matnda bo‘sh qolgan, tushib qolgan joy, “tilning semantik xaritasidagi oq dog‘lar”dir[[3]](#footnote-3). Muqobilsiz leksika singari lakunalar ham tillarning qiyosida seziladi. Masalan, ingliz tilida “yurist, advokat” ma’nosini anglatgan *lawyer* so‘zidan boshqa advokatlik kasbining turli-tumanligini ifodalaydigan *attorney* “vakil”, *barrister* “oliy sudlarda ishtirok etish huquqiga ega bo‘lgan advokat”, *solicitor* “mijozlarga va tashkilotlarga maslahat beruvchi; quyi sudlarda ishtirok etish huquqiga ega”, *counsel* “yuriskonsult”, *counsellor* “maslahatchi”, *advocate* “oliy darajadagi advokat”. O‘zbek va rus tillarida qayd qilingan ifodalarga faqat bir *advokat* so‘zigina muqobil bo‘ladi.

2. *Mifologiyalashtirilgan til birliklari*. Bular arxetiplar va mifologemalar, udumlar va rivoyatlar, taomillar va urf-odatlar sanaladi. Har bir aniq frazeologizmda butun boshli bir mif emas, balki mifologema aks etadi. *Mifologema* – bu mifning “bosh qahramoni”, uning muhim personaji yoki vaziyati bo‘lishi va u mifdan mifga o‘tishi mumkin. Mifning asosida odatda arxetip yotadi. *Arxetip* – individlar ongida paydo bo‘ladigan va madaniyatda tarqaladigan turg‘un obraz. Arxetip tushunchasi K.G.Yung tomonidan 1919-yilda e’lon qilingan «Инстинкт и бессознательное» maqolasida muomalaga kiritilgan. K. G. Yungga ko‘ra, barcha odamlarda tush, miflar, ertak va afsonalarda paydo bo‘ladigan ayrim umumiy ramzlar – arxetiplarni g‘ayriixtiyoriy shakllantiradigan tug‘ma qobiliyat bo‘ladi. Arxetiplarda shaxsiy tajriba oqibatida emas, balki ajdodlardan meros qilib olingan «kollektiv g‘ayriixtiyoriylik» ifodalanadi. K. Yung genetik nazariya doirasida arxetipning mifologiya bilan chambarchas bog‘liqligini belgilaydi. Binobarin, mifologiya arxetiplarning omboridir[[4]](#footnote-4).

3. *Tilning paremiologik (maqol va matallar) fondi*. Tilning paremiologik fondini xalq durdonalaridan tuzilgan va uning madaniyatidan mustahkam o‘rin olgan javohir sandig‘i deyish mumkin. Ma’lumki, maqol va matallar folklorshunoslikda janr matnlari sifatida keng o‘rganilgan. Ularni tilshunoslikda, xususan, lingvokulturologiyada o‘rganish endi boshlanmoqda. Pragmatik nuqtayi nazardan maqollar turli maqsadlarda, jumladan, ayni maqol kesatish, yupatish, o‘git berish, maslahat berish, saboq berish, ogohlantirish, tahdid qilish va h.k. qo‘llanishi mumkin. Biroq har qanday maqol va matal ham lingvokulturologik tadqiqotlarning predmeti bo‘lavermaydi. Bu o‘rinda faqat muayyan xalq yoki etnosning tarixi, madaniyati, turmushi, ma’naviyati va h.k. bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan maqol va matallar o‘rganilishi lozim bo‘ladi. Masalan, Andijonda mehmon kelgan xonadonga hurmat yuzasidan qo‘shnilar dasturxon chiqazishadi. Shuningdek, o‘zbek xonadonlarida qo‘shnilar o‘rtadagi devorning biror yeridan teshik ochib qo‘yishadi. Bu teshik orqali bir-birlaridan hol-ahvol so‘rashadi, tansiq ovqat qilganlarida biron idishda shu ovqatdan uzatishadi. *Mehmon kelar eshikdan, rizqi kelar teshikdan* maqoli ana shu odatning ta’siri tufayli yuzaga kelgan. Ba’zan muayyan bir tilning realiyalari ana shu tilning maqollarida ham o‘z aksini topib majoziy ma’no kasb etadi. Masalan, *Bosh omon bo‘lsa, do‘ppi topilar* maqolida o‘zbek milliy kiyim-kechaklarining atributi bo‘lgan do‘ppi realiyasi ishtirok etgan. Mazkur maqol: “Kishi uchun eng zarur narsa, eng katta boylik – tanisog‘lik. Sog‘lik bo‘lsa, boshqa hamma narsani topish mumkin, ammo hech bir narsa bilan sog‘likni topib bo‘lmaydi” degan ma’noni ifodalash uchun qo‘llaniladi.

4. *Tilning frazeologik fondi* xalq madaniyati va mentalitetining qimmatli ma’lumotlar manbayi sanaladi. Frazeologizmlarda muayyan xalqning miflari, udumlari, rivoyatlari, taomillari, urf-odatlari, ma’naviyati, axloqi va h.k. haqidagi tasavvurlari mujassamlashgan bo‘ladi. Masalan, *ko‘rpasiga qarab oyoq uzatmoq* “imkoniyatini hisobga olib ish tutmoq”, *tanobini tortmoq* “faoliyat doirasini, imkoniyatini cheklab qo‘ymoq”, *to‘ydan ilgari nog‘ora qoqmoq* “ro‘yobga chiqishi aniq bo‘lmagan narsa haqida hovliqmalik bilan vaqtidan oldin gapirmoq”, *to‘nini teskari kiyib olmoq* “o‘chakishgan holda qaysarlik qilmoq”, *xamir uchidan patir* “katta ko‘p narsadan boshlang‘ich va kichik bir qism”, *xirmon ko‘tarmoq* “ekin-tikinni yig‘ib, hosil me’yorini hisob-kitob qilmoq”, *Xo‘ja ko‘rsinga* “shunchaki nomigagina”, *Xizrni yo‘qlasam bo‘lar ekan* “kimnidir ko‘rish istagi qo‘qisdan ro‘yobga chiqqanda aytiladigan ibora”. Biron tilning o‘zigagina xos bo‘lgan hisob so‘zlari qolipining frazeologizmlarga ko‘chganini ko‘rish mumkin. Masalan, “juda qisqa, juda oz vaqt davom etadigan” ma’nosidagi *bir tutam* (*Bir tutam* qish kuni Gulnor uchun bitmas-tugamas uzoq ko‘rindi), “qittak, ozgina” ma’nosidagi *bir chimdim* (Hazil-huzul, *bir chimdim* suhbatdan so‘ng Mirhaydar va O‘ktam paxta dalasiga yo‘l oldilar), “jindak, qittak, juda oz” ma’nosidagi *bir shingil* (Qani, shunaqa bemaza hazildan *bir shingil* ashula yaxshi), “juda yosh, deyarli go‘dak” ma’nosidagi *bir qarich* (*Bir qarichligimdan* yetim qolib, amakining xizmatida o‘tib ketganman) singari frazeologizmlar shular jumlasidandir.

5. *O‘xshatishlar, ramzlar, stereotiplar*. O‘xshatishlar o‘ziga xos obrazli tafakkur tarzining mahsuli sifatida yuzaga keladi. Shuning uchun ular nutqda hamisha badiiy-estetik qimmatga molik bo‘ladi, nutqning emotsional-ekspressivligi, ifodaliligi, ta’sirchanligini ta’minlashga xizmat qiladi. O‘xshatishlarning ikki turi: 1) individual-muallif o‘xshatishlari yoki erkin o‘xshatishlar va 2) umumxalq yoki turg‘un (doimiy) o‘xshatishlar farqlanadi.

Turli lingvomadaniyatlarda muayyan bir narsaning, masalan, hayvonning turg‘un o‘xshatish etaloni sifatida qo‘llanishini kuzatish mumkin. Masalan, aksariyat tillarda tulki ayyorlik, aldoqchilik, yolg‘onchilik ramzi, etaloni sifatida faol ishlatiladi: *tulkiday ayyor, хитрый как лиса* (ruscha)*, as false as fox* (inglizcha), *you chorom* (koreyscha). Yoki o‘zbek tilining o‘ziga xos o‘xshatishlari sifatida *qo‘ydek yuvosh*, *arvohday ozg‘in*, *moldek ovqat yeydi* va h.k. ni ko‘rsatish mumkin.

Mazkur o‘xshatish etalonlari milliy dunyoqarash, dunyodagi hodisalarni milliy tasavvurlarga ko‘ra taqqoslash, qiyoslash natijasida shakllangan. Etalonlar dunyoning obrazli qiyoslanishidir. Tilda etalonlar ko‘pincha turg‘un qiyoslamalar ko‘rinishida mavjud bo‘ladi, shunga qaramay, insonning dunyoni taqqoslashdagi har qanday tasavvuri ham etalon bo‘lishi mumkin.

Xullas, o‘xshatish etalonlari predmetlar, obyektlar va hodisalarning xususiyatini, sifatini qiyoslaydigan mohiyatdir.

*Ramz* tushunchasi qator fanlar nuqtayi nazaridan turlicha talqin qilinadi: 1) ramz – belgi bilan o‘xshash tushuncha (tillarni sun’iy formallashtirishda); 2) hayotni san’at vositasida obrazli o‘rganishning o‘ziga xosligini ifodalovchi universal kategoriya (estetika va san’at falsafasida); 3) muayyan madaniy obyekt (madaniyatshunoslikda, sotsiologiyada va boshqa ijtimoiy fanlarda); 4) ramz belgi bo‘lib, uning dastlabki mazmunidan boshqa mazmun uchun shakl sifatida foydalaniladi (falsafa, lingvistika, semiotika va h.k.). Lingvokulturologiyani ramzning belgilik jihati qiziqtiradi. Masalan, turli madaniyatlarda *kaptar* – tinchlik ramzi, nasroniylikda Muqaddas ruh ramzi, *yarim oy* – Islom ramzi, *Xoch* – nasroniylik ramzi sanaladi. Daraxt, gul, o‘simliklar ham ramz sifatida qo‘llaniladi. Jumladan, xrizantema Xitoyda o‘lim, qabriston tushunchalarini assotsiatsiyalaydi. Yoki qirqquloq yaponlar uchun kirib kelayotgan yangi yilda omad tilash, ruslar uchun esa o‘lim, qabriston belgisi hisoblanadi. Ranglardan ham ramz sifatida keng foydalaniladi. Aksariyat xalqlarda oq – yaxshilik, qora esa – yovuzlikni anglatsa, afrikaliklar uchun har ikkala rang ham neytral mazmun kasb etadi.

*Sterotip* hodisasi nafaqat tilshunoslarning ishlarida, balki sotsiologlar, etnograflar, kognitologlar, psixologlar va etnopsixolingvistlarning ham tadqiqotlarida o‘rganiladi. Qayd qilingan fanlarning har qaysi vakili stereotiplarning xususiyatini o‘z sohasining tadqiqoti nuqtayi nazaridan belgilaydi. Shunga ko‘ra, stereotiplar ijtimoiy stereotiplar, muloqot stereotiplari, mental stereotiplar, madaniy stereotiplar, etnomadaniy stereotiplar va h.k. ga ajratiladi. Masalan, ijtimoiy stereotiplar shaxsning tafakkuri va muomalasini ko‘rsatadi. Etnomadaniy stereotiplar biron bir xalqqa xos bo‘lgan umumiy xususiyatlarni ifodalaydi. Jumladan, nemislar tartibliligi, yaponlar sermulozamatligi, turklar hissiyotliligi, qozoqlar qaysarligi, o‘zbeklar mehmondo‘stligi bilan butun xalq haqidagi stereotip tasavvurlarni yuzaga chiqargan.

Xullas, stereotip madaniyat vakillarining tafakkuri va tili uchun xarakterli bo‘lib, u madaniyatning vakili va uning o‘ziga xos sinchidir. Shuning uchun ham stereotip madaniyatlararo muloqotda shaxsning tayanchi vazifasini o‘taydi.

6. *Metaforalar va obrazlar*. Tadqiqotlarda metaforalar ongning universaliyalari sifatida belgilangan. Zamonaviy psixologlar dunyoni metaforalar asosida ko‘rishni insonning genezisi va madaniyati bilan bog‘lashga harakat qilishadi. Bobo tilning metaforik xususiyatga ega bo‘lgani, protokommunikatsiyaning esa metaforalar darajasida amalga oshirilgani haqida taxmin qilinadi.

*Obraz* – so‘z bilan madaniyatning bog‘liqligi haqida asosiy ma’lumot beruvchi muhim lisoniy mohiyat sanaladi. Obrazlilik deganda til birliklarining borliqdagi predmet va hodisalar haqida ko‘rish va hissiy tasavvurlarni hosil qilish qobiliyati tushuniladi.

S. M. Mezeninning qayd qilishicha, obrazlilikning har qanday shakli, hoh u nutqiy, hoh u lisoniy bo‘lsin o‘zining mantiqiy strukturasida uchta komponentga ega bo‘ladi: 1) referent, tasvirlanuvchi predmetni gnoseologik tushuncha bilan o‘zaro aloqadorligi; 2) agent, ya’ni tasvirlangan predmet; 3) asos, ya’ni predmet va uning tasviridagi umumiy xususiyat.

Xullas, obrazlilik ongimizda “suratlar”ni gavdalantiradigan qobiliyatni hosil qiladigan til birliklarining real xususiyatidir.

7. *Tillarning stilistik qatlami*. Turli tillarning sitilistik qatlami, u yoki bu tilning qaysi shaklda namoyon bo‘lishi ham lingvokulturologiyaning tadqiqot predmeti sanaladi. Shunday tillar borki, ularda kuchli dialektik qatlam mavjud bo‘lsa, boshqalarida dialektik farqlar deyarli sezilmaydi. Yana shunday tillar mavjudki, ularda stilistik differensiatsiya endigina boshlangan bo‘lsa, boshqalarida aksincha, bu differensiatsiya chuqur va ko‘p qirrali bo‘ladi. Adabiy til va noadabiy til shakllari o‘rtasida o‘zaro aloqaning mavjudligi jamiyat madaniy tarixining barcha rivojlanish bosqichlari, xususan, uning yozuvlari, adabiyotlari, maktablari tarixi, uning dunyoqarashi, madaniy-g‘oyaviy simpatiyalari va h.k. bilan belgilanadi.

8. *Nutqiy muomala*, shuningdek, nominativ, grammatik va stilistik birliklarda mustahkamlangan har qanday muomala lingvokulturologiyaning maxsus tadqiqot predmeti bo‘la oladi.

A. A. Leontev shunday yozgan: “Nutqiy muloqotning milliy-madaniy xususiyati bizning tasavvurimizda mazkur milliy-madaniy jamoaga xos bo‘lgan tuzilishdagi farqlar, muloqot jarayonlarining funksiyalari va usullariga bavosita bog‘liq bo‘lgan omillar tizimidan tashkil topgan bo‘ladi. Ushbu omillar jarayonga turli darajada “qo‘shiladi”, ularning tuzilishi va o‘zi farqli tabiatga ega bo‘lsa-da, jarayon ichida ular, avvalo, lisoniy, psixolingvistik va umumpsixologik omillar bilan o‘zaro aloqada bo‘ladi”.[[5]](#footnote-5) A. A. Leontev mazkur omillarni quyidagilarga ajratgan: 1) madaniy an’analar bilan bog‘liq omillar (muloqotning ijozat berilgan va taqiqlangan turlari, shuningdek, muloqotning stereotip holatlari); (Men–Sen –U– grammatika); 2) ijtimoiy holat va muloqotning ijtimoiy funksiyalari bilan bog‘liq omillar (muloqotning funksional til osti va etiket shakllari); 3) tor ma’nodagi etnopsixologiya, ya’ni psixik jarayonlar vositasida kechadigan xususiyatlar va turli faoliyat turlari bilan bog‘liq omillar; 4) denotatsiyaning xususiyati bilan bog‘liq omillar; 5) mazkur jamoaning til xususiyatlari (stereotiplar, obrazlar, qiyoslash va h.k.) bilan aniqlanadigan omillar.

Tadqiqotlar natijasida har qanday madaniyatda insonlar muomalasining tipik holatlarda inson o‘zining ijtimoiy roliga (boshliq-xodim, er-xotin, ota-o‘g‘il, o‘qituvchi-o‘quvchi va h.k.) mos ravishda o‘zini qanday tutishi lozimligi haqidagi tasavvurlari bilan boshqarilishi aniqlangan.

9. *Nutq etiketi* – insonlarning rasmiy va norasmiy vaziyatlardagi o‘zaro muloqotida ularning ijtimoiy va psixologik roliga mos ravishda amal qilinadigan ijtimoiy va madaniy o‘ziga xos nutqiy muomala qoidalari. Nutq etiketi – bu “ijtimoiy silliqlangan” hudud, muloqotning milliy-madaniy komponenti. Masalan, sud jarayonida sudya bilan guvohning muloqoti bu shaxslarning suddan tashqaridagi muloqotiga nisbatan o‘ta rasmiy til vositalarining qo‘llanishi bilan farqlanadi.

Xullas, lingvokulturologiya jonli kommunikativ jarayonlarni – xalqning madaniyati va mentaliteti, ya’ni uning ongi, shuuri, ommaviy an’analari, urf-odatlari va h.k. bilan bog‘liq til ifodalarining qo‘llanilishini tadqiq etadi.

**Topshiriqlar**

**1-topshiriq.** Quyidagi stimul so‘zlarning qarshisiga ularga xos bo‘lgan lingvomadiyatlarni yozing.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Stimul-so‘zlar | Peaksiya-so‘zlar (lingvomadaniyatlar) |
| 1 | shilling |  |
| 2 | sake |  |
| 3 | lira |  |
| 4 | samovar |  |
| 5 | beshbarmoq |  |
| 6 | cho‘l |  |
| 7 | loqum |  |
| 8 | gamburger |  |
| 9 | yog‘urt |  |
| 10 | sumalak |  |
| 11 | xanbok |  |
| 12 | spagetti |  |
| 13 | doner |  |
| 14 | pivo |  |
| 15 | shtat |  |

**2-topshiriq.** Boshqa tillardan o‘zbek tiliga tarjima qilib bo‘lmaydigan muqobilsiz so‘zlarni toping va ularni izohlang.

|  |  |
| --- | --- |
| **Muqobilsiz so‘zlar** | **Tarjimasi** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Nazorat uchun savollar**

1. Lingvokulturologiyaning obyekti nimadan iborat?

2.Lingvokulturologiyaning obyekti haqida qanday munozarali fikrlar mavjud?

3. Qanday birliklar lingvokulturologiyaning predmetini tashkil qiladi?

4. Muqobilsiz leksika nima?

5. Lakunalar nima?

6. Mifologiyalashtirilgan til birliklariga nimalar kiradi?

7. Tilning paremiologik fondi haqida ma’lumot bering.

8. Tilning frazeologik fondi qanday manba sanaladi?

1. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб, заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2001. –С.35-36. [↑](#footnote-ref-1)
2. Пименова М.В., Кондратьева О.Н. Концеатуальные исследования. Введение: учебное пособие. –М.: Флинта, 2011. [↑](#footnote-ref-2)
3. Степанов Ю.С. Французская стилистика. –М.: «Высшая школа» 1965. –C. 120. [↑](#footnote-ref-3)
4. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб, заведений. –М.: Издательский центр «Академия», 2001. –С.37. [↑](#footnote-ref-4)
5. Леонтьев А. А. Психология общения. –М.: Смысл, 1999. - С. 9-10, 46. [↑](#footnote-ref-5)