Xulosa va takliflar. Fransuz va o‘zbek tillarida kognitiv kompetensiyani rivojlantiruvchi grammatik vositalar shaxsning fikrlash, mantiqiy xulosa chiqarish hamda voqealarni tahlil qilish qobiliyatini mustahkamlashda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Fransuz tilida zamon, modallik va artikulyatsiya vositalari, o‘zbek tilida esa holatlar, fe’l shakllari hamda qo‘shimchalar asosiy kognitiv vositalardan biri sifatida xizmat qiladi. Qiyosiy tahlil ikki til o‘rtasidagi o‘xshash va farqli jihatlarni aniqlashga yordam beradi hamda til o‘qitishda samarali metodlarni ishlab chiqish imkonini yaratib beradi.

Shu asosda biz quyidagi takliflar ishlab chiqdik:

Chet tilini o‘rgatishda fransuz va o‘zbek grammatik vositalarining kognitiv imkoniyatlarini integratsiyalashgan tarzda qo‘llash tavsiya etiladi.

O‘qituvchilar uchun qo‘llanma va metodik tavsiyalar ishlab chiqish, shuningdek, o‘quvchilarning kognitiv kompetensiyasini baholash tizimini joriy etish lozim.

Til o‘rganish jarayonida qiyosiy tahlil metodini qo‘llash o‘quvchilarda analitik fikrlash va problemalarni hal qilish ko‘nikmalarini shakllantiradi.

Ushbu takliflar fransuz hamda o‘zbek tillarida kognitiv kompetensiyani rivojlantirishga xizmat qiluvchi grammatik vositalarni samarali o‘rgatish va til ta’limini yanada mukammallashtirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

[1]. Rahmatullayev Sh. O‘zbek tilining frazeologik va grammatik xususiyatlari. Toshkent, “Fan”, 2013, 5–28-betlar.

[2]. Mahmudov N. Til va tafakkur: grammatik vositalar orqali kognitiv kompetensiya. Toshkent, “Ma’naviyat”, 201, 52–79-betlar.

[3]. Safarov Sh. Kognitiv tilshunoslik asoslari. Toshkent, Universitet nashriyoti, 2019, 60–96-betlar.

[4]. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago, University of Chicago Press, 2003, 3–32-betlar.

[5]. Langacker R.W. Cognitive Grammar: A Basic Introduction. Oxford: Oxford University Press, 2008, 15–48-betlar.

[6]. Charaudeau P. Langage et discours. Paris: Hachette, 2002, 41–67-betlar.

[7]. Dubois J., Giacomo M. Dictionnaire de linguistique. Paris, Larousse, 2001, 112–134-betlar.

Xomidova Malohat Oktyabrjon qizi (Andijon davlat Chet tillari instituti “Umumiy va qiyosiy tilshunoslik” kafedrasi o‘qituvchisi; malohatxomidova@gmail.com)

NUTQ STRATEGIYALARI VA TAKTIKALARI SHIFOKOR-BEMOR MULOQOTINING KONSTRUKTIV TOIFALARI SIFATIDA

Annotatsiya. *Mazkur maqolada shifokor–bemor muloqotida nutq strategiyalari va taktikalarining ahamiyati yoritiladi. Kommunikativ strategiya tushunchasining psixolingvistik, kognitiv va pragmali-gvistik talqinlari qisqacha tahlil qilinib, strategiya muloqotning global maqsadlarini belgilovchi omil, taktika esa ushbu maqsadlarni amalga oshiruvchi konkret nutq harakatlari majmui sifatida talqin etiladi.*

Kalit so‘zlar: *shifokor–bemor muloqoti, kommunikativ strategiya, nutq taktikasi, tibbiy diskurs, dialogik nutq, pragmalingvistika, psixolingvistika, kognitiv yondashuv, nutq harakati, kommunikativ kompetensiya.*

РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ КАК КОНСТРУКТИВНЫЕ КАТЕГОРИИ ДИАЛОГА МЕЖДУ ВРАЧОМ И ПАЦИЕНТОМ

Аннотация. *В данной статье подчеркивается важность речевых стратегий и тактик в общении врача и пациента. Кратко анализируются психолингвистические, когнитивные и прагматические интерпретации концепции коммуникативной стратегии, при этом стратегия интерпретируется как фактор, определяющий глобальные цели коммуникации, а тактика — как набор конкретных речевых действий, позволяющих достичь этих целей.*

Ключевые слова: *общение врача и пациента, коммуникативная стратегия, речевая тактика, медицинский дискурс, диалогическая речь, прагматика, психолингвистика, когнитивный подход, речевой акт, коммуникативная компетентность.*

SPEECH STRATEGIES AND TACTICS AS CONSTRUCTIVE CATEGORIES OF DOCTOR-PATIENT DIALOGUE

Annotation. *This article highlights the importance of speech strategies and tactics in doctor-patient communication. Psycholinguistic, cognitive, and pragmatic interpretations of the concept of communicative strategy are briefly analyzed, and strategy is interpreted as a factor that determines the*

global goals of communication, and tactics are interpreted as a set of specific speech actions that achieve these goals.

Keywords: *doctor-patient communication, communicative strategy, speech tactics, medical discourse, dialogic speech, pragmatics, psycholinguistics, cognitive approach, speech act, communicative competence.*

Kirish. Kommunikativ strategiya tushunchasi, har qanday yangi paydo bo'lgan tushuncha singari, doimiy ravishda qo'shimcha xususiyatlarga ega bo'lib, takomillashtirilib, turli bilim paradigmalari doirasida o 'rganilishi tufayli turli xil talqinlarga ega bo'ldi. Oxir-oqibat, atamaning ko'plab talqinlari hozirda noaniqlikni keltirib chiqaradi.

Dialogik nutqning tartibliligi va uni tashkil etish tamoyillari va mexanizmlarining ta'rifi og'zaki muloqotning ko'plab tadqiqotlarida aks etgan. Faoliyatning umumiy psixologik nazariyasiga ko'ra, kommunikantlar bir-birlarining xatti-harakatlarini tartibga solish orqali o'z motivlari, maqsadlari va harakatlariga ega bo'lgan qo'shma faoliyat bilan shug'ullanadilar. Boshqacha qilib aytganda, inson nutq faoliyati, boshqa har qanday faoliyat singari, motivatsiyaga ega: masalan, ba'zi hollarda u kommunikativ sherikni ma'ruzachining manfaatlariga muvofiq (og'zaki yoki og'zaki bo'lmagan) harakat qilishga majburlashga qaratilgan. Muloqot tahliliga faoliyatga asoslangan yondashuv ehtiyoj, motiv, maqsad qo'yish va ma'ruzachining belgilangan maqsadga erishish uchun optimal vositalarni ongli ravishda tanlashiga asoslangan aniq kommunikativ o'zaro ta'sir texnikasini aniqlash va o'rganish uchun boshlang'ich nuqtaga aylandi. Maqsadlarga erishish vositalari haqidagi eng umumiy g'oyalar yoki tushunchalar odatda strategiyalar deb ataladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Turli xil diskurslar strategiyalarini o'rganishda uchta asosiy yo'nalish aniqlangan:

1) nutq strategiyalarining universal xususiyatlarini tavsiflash (Arutyunova, 1983; Dijk, Kinch, 1988; Issers, 2008; Kellermann, 1992);

2) diskursning ayrim turlarida strategiyalar to'plamini tahlil qilish: siyosiy (Mikhaleva, 2009), pedagogik (Dimova, 2004; Gabidullina, 2009), jurnalistik (Firstova, 2008), tibbiy (Karasik, 2000; Beilinson, 2001; Barsukova, 2007; Sidorova, 2008; Zhura, 2009) va boshqalar;

3) individual strategiyalarning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish: ta'sir (Maltseva, 2011), o 'zaro ta'sir (Chunikhina, 2013), begonalashish (Kosova, 2010), argumentatsiya (Kliminskaya, 2010), xushmuomalalik (Lazareva, Telminov, 2010) va boshqalar.

Strategiya tushunchasining talqinlari qo'llaniladigan yondashuvga qarab farq qiladi: psixolingvistik, kognitiv, pragmatik. Psixolingvistik yondashuv doirasida strategiya nutqning super vazifasi sifatida tushuniladi, bu nutqchining amaliy maqsadlari bilan belgilanadi (Borisova, 2005); subyektning muloqotga kengaytirilgan munosabati (Veretenkina, 2001).

Kognitiv jihat T. van Deykning asarlarida batafsil tahlil qilingan bo'lib, unda strategiya diskursni idrok etish bilan bog'liq bo'lgan ma'lum kognitiv operatsiyalar, ya'ni ma'noni tushunish va talqin qilish strategiyalari sifatida tushuniladi (Dijk, Kinch, 1988), bu bizning fikrimizcha, nutq strategiyalarini ishtirokchilar dunyosining tasvirlarini o'zgartirish protseduralari sifatida tavsiflash bilan bog'liq. O.S.Issers nutq strategiyalarini "nutq o'zaro ta'siri sohasiga proektsiyalangan kognitiv strategiyalar, uning maqsadi ma 'ruzachining kommunikativ maqsadiga eng maqbul tarzda erishishdir" deb ta'riflaydi (Issers, 2008: 259).

Tahlil va natijalar. Pragmalingvistik yondashuvni talqin qilishda strategiya "ma'ruzachining qarorlar zanjiri, uning muayyan kommunikativ harakatlar va lingvistik vositalarni tanlashi" yoki "muloqot tuzilmasida maqsadlar to 'plamini amalga oshirish" sifatida namoyon bo'ladi (Makarov, 1998: 137); "muloqot maqsadiga erishish manfaatlarida muayyan vaziyatda nutq xatti-harakatlarining ma'lum bir yo 'nalishini tanlash" (Barsukova, 2007:34); Ierarxik prinsipga muvofiq tuzilgan komponentlar tizimi [Anikin, 2008]; ma'lum kommunikativ maqsadlarni (muayyan munosabatlar fonida) nazarda tutadigan va ma'lum bir kommunikativ kompetentsiya talab qilinadigan kommunikativ reja (Muravyeva, 2002). Y.M.Oleshkov kommunikativ strategiyani "global miqyosda muloqot maqsadini amalga oshiruvchi notiq o'zining kommunikativ niyatini so 'zlar ketma-ketligi (tartibi)ning ma'lum bir tanlovi bilan bog'laydigan kognitiv jarayon" deb biladi (Oleshkov, 2007:12).

Ba'zan strategiya muayyan nutq harakatlari va lingvistik vositalarning qarorlari yoki kommunikativ tanlovlari zanjiri sifatida tushunilishini ko'rish oson. Boshqa bir nuqtai nazar strategiyani muloqot tuzilmasida bir qator maqsadlarni amalga oshirish bilan bog'laydi. Bu ikki yondashuv bir-biriga zid emas, balki, aksincha, bir-birini to'ldiradi va birgalikda tabiiy lingvistik muloqotning ko'p darajali va ko'p funksiyali tabiati va tuzilishini to'liqroq ochib beradi. Bizning fikrimizcha, strategiyani maqsadga erishish rejasi sifatida tushunish munozarali, chunki reja oldindan belgilangan harakat yo'nalishini nazarda tutadi. Albatta,

o‘z nutqi haqida mulohaza yuritadigan odam nutq harakatlarini oldindan rejalashtiradi: masalan, shifokorga konsultatsiya uchun boradigan bemor suhbatning taxminiy mazmunini oldindan biladi va ushbu kommunikativ hodisaning stsenariysini tasavvur qiladi. Biroq harakatlar mutlaqo kutilmagan tarzda rivojlanishi mumkin va shunday vaziyat yuzaga keladiki, unda munozara ishtirokchilari ma’lum nutq harakatlarini (ongli ravishda yoki ongsiz ravishda) bajarish orqali o‘zgaruvchan sharoitlarga moslashishi kerak. Shuning uchun strategiya har bir alohida vaziyatda qaysi turdagi xatti-harakatlar va harakatlarni (og‘zaki va og‘zaki bo‘lmagan) tanlashni hal qilish, shuningdek, dialogning rivojlanishini va mahalliy va global munozara maqsadlariga erishish vositalarini ehtimoliy bashorat qilish bilan bog‘liq.

Yuqoridagilarga asoslanib, biz kommunikatsiya strategiyasi – bu ma’lum bir vaziyatda nutq xatti-harakatlarining optimal turini tanlash orqali dialog qurish jarayoni, maqsadga erishishga qaratilgan va ijtimoiy kontekst va ma’lum psixologik munosabatlar bilan shartlangan degan gipotezani shakllantiramiz. Bu vazifa kommunikatsiya taktikalari orqali amalga oshiriladi, bu kommunikatsiya ishtirokchilari tomonidan ma’lum bir ketma-ketlikda tanlangan va bajarilgan nutq harakatlari to‘plamidir. Boshqacha qilib aytganda, “strategiyalar umuman kommunikatsiya vaziyatining global darajasini belgilaydi, taktikalar esa mahalliy ritorik vositalar sifatida ishlaydi” (Goykhman, Nadeina, 1997:208-b.). “Nutq taktikasi bir va bir nechta gaplarni o‘z ichiga olishi mumkin; notiq dialogning alohida bosqichlarida ma’lum bir nutq harakatining muvaffaqiyatining muvaffaqiyatsizligini nazorat qilishi va perlokutsiya effektlarini hisobga olgan holda nutq harakatlarini sozlashi mumkin” (Issers, 2008;113–114-b.).

Shifokor tomonidan birlamchi va ikkilamchi strategiyalarni amalga oshirishda qo ‘llaniladigan taktikalar doirasi juda keng. Shunday qilib, M.I.Barsukova tibbiy munozarada ishontirish, aniq ma’lumot so‘rash, tahdid qilish, o ‘zini taqdim etish, tasalli berish, tushuntirish, fikrlar oqimini shakllantirish, e’tiborni jalb qilish, nazorat qilish, tanishish, ayblash, uzoq muddatli rejalar tuzish, sukut saqlash, iltifot va boshqalar taktikalarini aniqlaydi (Barsukova, 2007). O.S.Issers ta’kidlaganidek, “nutq taktikasi va nutq harakatlarining nominatsiyalarining o‘xshashligi (masalan, so‘rov, tahdid va so‘rov, tahdid nutq harakatlari) bu tushunchalarning o‘xshashligi illyuziyasini yaratishi mumkin”, shu bilan birga, “nutq harakatlari nazariyasida tahlil obyekti dialogdan tashqarida, real muloqot omillaridan tashqarida bo‘lgan individual nutqdir, nutq taktikasini tahlil qilishda muloqotning ijtimoiy va psixologik jihatlari hisobga olinadi (maxsus parametrlar kiritiladi) (Issers, 2008;113-b.).

Kommunikativ strategiyalar va taktikalarni amalga oshirish qisman qasddan, qisman o‘z-o‘zidan, ma’lum bir vaziyatda nutq xatti-harakatlarining optimal turini erkin tanlashga asoslangan holda sodir bo‘ladi. Muayyan taktik harakatlarni tanlash quyidagi o‘zgaruvchilarga bog‘liq:

– ma’ruzachining strategik maqsadi;
– ijtimoiy-psixologik omillar;
– ma’ruzachining shaxsiy xususiyatlari;
– suhbatdoshlarning kommunikativ kompetensiya darajasi;
– suhbat bosqichi.

Xulosa. O.S.Issers tomonidan taklif qilingan tahlil tizimi nutq taktikasini tavsiflash uchun model sifatida ishlatiladi: 1) nutqiy o‘zaro ta’sirning maqsadi; 2) yaqinlashib kelayotgan kommunikativ hodisaning xususiyatlari va nutq xatti-harakatlarining turlari; 3) muloqotdagi tomonlarning pozitsiyalari; 4) muloqot turiga munosabat; 5) nutq taktikasi va perlokutsiya effektlarining muvaffaqiyati shartlari; 6) kommunikativ harakatlar ketma-ketligi; 7) lingvistik resurslarni tanlash (Issers, 2009;247–255-b.). Har bir nutq taktikasi ma’lum bir kommunikativ vazifani bajaradi (ishontirish, ishontirish, ogohlantirish, qo‘rqitish, yechimlarni taklif qilish, suhbatdoshning e’tiborini jalb qilish va saqlab qolish va boshqalar), ya’ni, qabul qiluvchini muloqotning umumiy maqsadiga erishish uchun zarur qarorlar yoki harakatlarga yo ‘naltirish. So‘zga chiquvchilar oldindan belgilangan dialog ssenariylaridan foydalanmaydilar, balki ma’lum bir vaziyatda samarali bo‘lgan va maqsad qo‘yish va kommunikativ kontekst bilan belgilanadigan lingvistik timsollarning taktikalari va vositalarini tanlaydilar. Muayyan nutq strategiyalarini amalga oshiradigan taktikalar doirasini aniqlash muloqot strategiyalarini o‘rganishda muhim vazifadir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

(1). Arutyunova N.D. Diskurs va matn muammolari. Moskva, 1983.
(2). Dijk T.A. van, Kinch W. Strategies of Discourse Comprehension. New York, Academic Press, 1988.
(3). Issers O.S. Kommunikativ strategiyalar va nutq taktikasi. Moskva, URSS, 2008.
(4). Issers O.S. Nutqiy ta’sir va kommunikativ o‘zaro ta’sir. Moskva, 2009.
(5). Karasik V.I. Til va diskurs shaxsiyati. Volgograd, 2000.

(6). Beilinson L.S. Tibbiy diskursning lingvistik xususiyatlari. Moskva, 2001.
(7). Barsukova M.I. Tibbiy muloqotda nutq strategiyalari va taktikalar. Moskva, 2007.
(8). Makarov M.L. Nutqiy muloqot nazariyasi asoslari. Moskva, 1998.
(9). Muravyeva L.A. Kommunikativ strategiya va nutq rejalashtirish. Sankt-Peterburg, 2002.
(1). Oleshkov Y.M. Kommunikativ strategiyalar nazariyasi. Yekaterinburg, 2007.

Saidrasulova Shahnozaxon Nazarovna (O‘zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti katta o‘qituvchisi)

REKLAMA MATNLARIDA SO‘Z SAN’ATINING QO‘LLANILISHI

Annotatsiya. *Mazkur maqolada reklama matnlarida so‘z san’atining qo‘llanilish xususiyatlari lingvistik va stilistik jihatdan tahlil qilinib, reklama diskursining asosiy belgilaridan biri bo‘lgan obrazlilik, ta’sirchanlik va ekspressivlikni ta’minlashda badiiy-tasviriy vositalarning o‘rni yoritiladi. Jumladan, metafora, metonimiya, taqqoslash, epitet, so‘z o‘yinlari hamda frazeologik birliklarning reklama matnlaridagi funksional ahamiyati misollar asosida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari reklama matnlarini yaratishda lingvistik vositalardan samarali foydalanish, tilning estetik imkoniyatlarini kengaytirish va kommunikativ samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.*

Kalit so‘zlar: *reklama matni, so‘z san’ati, badiiy-tasviriy vositalar, metafora, stilistika, reklama diskursi, til va ta’sirchanlik, lingvistik tahlil.*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛОВЕСНОЙ ИСКУССТВЕННОСТИ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Аннотация. *В данной статье анализируются особенности использования художественного слова в рекламных текстах с лингвистической и стилистической точек зрения, подчеркивается роль художественно-визуальных средств в обеспечении образности, выразительности и экспрессивности, которые являются одной из главных особенностей рекламного дискурса. В частности, на примерах рассматривается функциональное значение метафоры, метонимии, сравнения, эпитета, игры слов и фразеологических единиц в рекламных текстах. Результаты исследования служат для эффективного использования языковых средств при создании рекламных текстов, расширения эстетических возможностей языка и повышения коммуникативной эффективности.*

Ключевые слова: *рекламный текст, художественное слово, художественно-визуальные средства, метафора, стилистика, рекламный дискурс, язык и выразительность, лингвистический анализ.*

THE USE OF WORD ART IN ADVERTISING TEXTS

Annotation. *This article analyzes the features of the use of word art in advertising texts from a linguistic and stylistic perspective, highlighting the role of artistic and visual means in ensuring imagery, expressiveness and expressiveness, which are one of the main features of advertising discourse. In particular, the functional significance of metaphor, metonymy, comparison, epithet, word play and phraseological units in advertising texts is considered on the basis of examples. The results of the study serve to effectively use linguistic means in creating advertising texts, expand the aesthetic capabilities of language and increase communicative efficiency.*

Keywords: *advertising text, word art, artistic and visual means, metaphor, stylistics, advertising discourse, language and expressiveness, linguistic analysis.*

Kirish. Bugungi globallashuv va axborot texnologiyalari jadal rivojlanayotgan sharoitda reklama jamiyat hayotining ajralmas qismiga aylandi. Reklama nafaqat mahsulot va xizmatlar haqida ma’lumot berish, balki iste’molchi ongiga ta’sir ko‘rsatish, uni muayyan harakatga undash vazifasini ham bajaradi. Shu sababli reklama matnlarining til xususiyatlari, ularning ta’sirchanlik va ekspressivlik darajasi zamonaviy tilshunoslikning muhim tadqiqot obyektlaridan biri hisoblanadi.

Reklama matnlarida tilning estetik va badiiy imkoniyatlaridan samarali foydalanish kommunikativ maqsadga erishishda muhim omil sanaladi. Ayniqsa, so‘z san’ati vositalari – metafora, epitet, taqqoslash, so‘z o‘yinlari, frazeologik birliklar va boshqa badiiy-tasviriy usullar reklama mazmunini jonlantiradi, uni esda qolarli va jozibador qiladi. Ushbu vositalar reklama matnlarining emotsional ta’sir kuchini oshirib, iste’molchi e’tiborini jalb etishga xizmat qiladi [2:79-b.].

So‘nggi yillarda reklama diskursini lingvistik va stilistik jihatdan o‘rganishga qiziqish ortib bormoqda. Biroq reklama matnlarida so‘z san’atining funksional qo‘llanilishi, ularning kommunikativ samaradorlikka ta’siri masalalari hali yetarlicha chuqur tadqiq etilmagan. Shu bois reklama matnlarida so‘z san’ati vositalarining qo‘llanilish xususiyatlarini tahlil qilish dolzarb ilmiy muammo sifatida namoyon bo‘lmoqda.