

TIL MADANIYATNING ALOQA TIZIMI SIFATIDA

*Pardayev Sirojiddin Shokir o'g'li,
O'zbekiston-Finlandiya pedagogika instituti O'zbek tili va adabiyoti kafedrasida assistenti*

ANNOTATSIYA. Ushbu maqolada zamonaviy madaniyatshunoslikda til madaniyatning aloqa tizimi sifatidagi g'oyalari endigina shakllana boshlanayotganligi to'g'risida fikr yuritiladi. Madaniyatning ma'lum shakllari mavjudligi, ulardan biri madaniyatning kommunikativ shakli ekanligi, u bir qancha xususiyatlarga ega bo'lib bular: 1) madaniyat nafaqat avloddan-avlodga, balki bir davrdan ikkinchi davrga ham axborot tashuvchi; 2) madaniyat uchun nafaqat voqeliklarini bilish, balki ularni turli darajalarda tushunish ham zarurdir: mentalitet, qadriyatlar, me'yorlar, ma'nolar va boshqalar; 3) eng muhim kategoriya - bu kommunikativ tizim sifatidagi madaniyat tili bo'lib, u turli darajadagi madaniyat tashuvchilarning o'zaro tushunishini ta'minlaydi: mentalitet, an'anaviy qadriyatlar, belgilar shakllanishi va ramz shakllanishi haqida.

Kalit so'zlar: madaniyat, aloqa tizimi, mentalitet, qadriyat, muloqot, kommunikativ, til, me'yor, kategoriya, lingvistika, milliylik, madaniyat tili

LANGUAGE AS A COMMUNICATION SYSTEM OF CULTURE

*Pardayev Sirozhiddin Shokir o'g'li,
Uzbek-Finnish pedagogical Institute Assistant of the Department of Uzbek language and literature*

ANNOTATION. In this article, the ideas of language as a communication system of culture are just beginning to be formed in modern cultural studies. The existence of certain forms of culture, one of them is the communicative form of culture, which has several characteristics: 1) culture carries information not only from generation to generation, but also from one period to another; 2) it is necessary for culture not only to know its realities, but also to understand them at different levels: mentality, values, norms, meanings, etc.; 3) the most important category is the language of culture as a communicative system, which ensures mutual understanding of culture carriers at different levels: about mentality, traditional values, sign formation and symbol formation.

Key words: culture, communication system, mentality, value, communication, communicative, language, norm, category, linguistics, nationality, language of culture

ЯЗЫК КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ СИСТЕМА КУЛЬТУРЫ

*Пардаев Сирожиддин Шокир оглы,
Узбекско-Финляндский педагогический институт ассистент кафедры узбекского языка и литературы*

АННОТАЦИЯ. В данной статье представления о языке как коммуникативной системе культуры только начинают формироваться в современной культурологии. Существование определенных форм культуры, одной из них является коммуникативная форма культуры, имеющая ряд особенностей: 1) культура несет информацию не только от поколения к поколению, но и от одного периода к другому; 2) культуре необходимо не только знать свои реалии, но и понимать их на разных уровнях: менталитета, ценностей, норм, смыслов и т. д.; 3) важнейшей категорией является язык культуры как коммуникативная система, обеспечивающая взаимопонимание носителей культуры на разных уровнях: о менталитете, традиционных ценностях, знакообразовании и символизме.

Ключевые слова: культура, система общения, менталитет, ценность, общение, коммуникация, язык, норма, категория, языкознание, национальность, язык культуры

Kirish. Muloqot hodisasini o'rganish muloqotning sub'ekti (kommunikator) kim ekanligi, aloqa qanday va qay maqsadda sodir bo'lishi haqidagi savollarga javob izlashni o'z ichiga oladi. Mohiyatan, aloqa axborot va ma'no almashishdir. Muloqot har doim turli kontekstlarda sodir bo'ladi, masalan, bu shaxslararo muloqot, turli madaniy guruhlar yoki kichik guruhlar bilan muloqot (madaniyatlararo muloqot) yoki katta auditoriya (ommaviy aloqa) va boshqalar bo'lishi mumkin. Shu bilan birga, muloqot

hodisasini tushunish uning madaniyatdagi o'rmini bilishni talab qiladi. Madaniyat atama sifatida ham akademik, ham kundalik nutqda keng qo'llaniladi, u turli tushuncha va tushunchalarni anglatadi. Bu atama dastlab qadimgi yunon va rim madaniyatlariga taalluqli bo'lsa-da, hozirda u har bir sohada, xususan, antropologiya, sotsiologiya va kommunikatsiya tadqiqotlari bo'yicha keng ko'lamli ehtiyojlarga asoslangan turli o'lchamlarga ega. Kommunikativ tadqiqotlar bilan bog'liq holda, madaniyat fenomeni o'zaro ta'sir orqali bir guruh shaxslar tomonidan o'rganilgan xatti-harakatlar to'plami sifatida belgilanishi mumkin. Madaniyat qat'iy, monolit mavjudot emas, u o'zgaruvchan, har doim o'z a'zolarining tajribasi yoki boshqa madaniyatlar bilan o'zaro munosabati kabi turli ta'sirlarga javob beradi. Biroq, ma'lum bir madaniyat tashuvchilari uchun artefaktlar, madaniy xatti-harakatlar va kodlarning o'ziga xos xususiyatlari ko'rinmas bo'lib qolishi mumkin. Madaniyat jamiyatning asosiy madaniy doirasida mavjud bo'lgan o'ziga xos submadaniyatlarga ega bo'lishi mumkin, lekin unda uni asosiy oqimdan ajratib turadigan o'ziga xos xususiyatlar yoki modalliklar mavjud. Ushbu submadaniyatlar ko'p yillar davomida yoki faqat qisqa vaqt ichida mavjud bo'lishi mumkin. Ular nobud bo'lishi yoki madaniy evolyutsiya jarayonida asosiy oqimning bir qismiga aylanishi mumkin. Madaniyatlar o'rtasida ba'zi farqlar mavjud bo'lsa-da, umuman olganda madaniyatlar bir qator umumiy xususiyatlarni birlashtiradi, xususan, umumiy til yoki lingvistik belgi, to'g'ri va noto'g'ri xulq-atvorning ta'rifi, qarindoshlik va ijtimoiy munosabatlar tushunchasi, san'at va madaniyat tushunchasi, yetakchilikni tushunish va qaror qabul qilish jarayonlaridir. Madaniyat va jamiyat bir vaqtning o'zida juda ko'p o'xshashlik va farqlarga ega. Madaniyat odamlarning barqaror xulq-atvori va dunyoqarashi bilan belgilanadi. Jamiyatni eng soddalashtirilgan shaklda o'zaro ta'sir qiluvchi shaxslar guruhlari sifatida tasvirlash mumkin. Biroq, aynan shu o'zaro ta'sir orqali shaxslar rivojlanadi va madaniy belgilarni keyingi avlodlarga o'tkazadi, shuning uchun insoniyat jamiyatlarida «madaniyat» va «jamiyat» tushunchalarini ajratish juda qiyin. Madaniyatdagi muloqotning roliga qaytsak, shuni ta'kidlaymizki, madaniyat g'oyasi jamiyatni birlashtiruvchi hodisa sifatida madaniyat va muloqot o'rtasidagi o'zaro ta'sirning barcha shakl va ko'rinishlarida tafsilotlarini tushunish zarurligini anglatadi. Muloqot madaniyatning tarqalishi va ko'payishiga yordam beradi. Aloqa va ommaviy axborot vositalari umumiy aloqa jarayoni tomonidan ta'minlangan takrorlanuvchi o'zaro ta'sirlar va almashinuvlar orqali madaniyat qadriyatlarini va chizgilarini targ'ib qiladi.

Madaniyat tasodifiy birgina muloqotda emas, takrorlanuvchan axborot almashinuvi va unda jam bo'lgan, muayyan lahzalarda yetkaziladigan g'oyalar hamda qadriyatlar natijasida shakllanishiga e'tibor qarataylik. Mazkur murakkab o'zaro harakatning mulohaza qilib ko'rishning usullaridan biri P.dyu Gey va boshqa olimlar ishlarida qarab chiqilgan madaniyatning aylanish tushunchasiga murojaat qilish mumkin[1].

Madaniy o'ziga xoslikni kommunikativ jarayonga ta'sir o'tkazuvchi ahamiyatli uskuna sifatida qarash muhimdir, qolaversa, madaniy rang-baranglik davrida boshqa madaniyatlarni bilmay turib, madaniyatda o'z-o'zini namoyon etish imkonsiz. Shundan kelib chiqib xulosa qilish mumkinki, madaniy o'ziga xoslikning mohiyati yakka holda tegishli madaniy normalar va namunali xulqlarni, qadriyatlar yo'nalishi va tilni tushunib turib qabul qilishda, o'z "men"ini muayyan jamiyatda qabul qilingan xarakteristika va haqiqatlarda tushunishda yuz ko'rsatadi.

J.A.Veroxovskaya fikricha, madaniyatlararo aloqa jarayonida har bir kishi bir vaqtning o'zida ikkita asosiy muammoni hal qiladi: o'zining madaniy o'ziga xosligini saqlab qoladi va boshqa madaniyatga qo'shiladi[2]. Turli madaniyat vakillarining "o'zimizniki" va "begona"ga bo'linish xususiyatini madaniyatlararo aloqada madaniy o'ziga xosliklar paydo bo'lishi bilan bog'liq muammolar doirasi belgilaydi. J.A.Veroxovskaya ta'kidlashicha, madaniyatlararo aloqada "o'zimizniki" va "begona" o'rtasidagi chegara masalasi yuzaga chiqishi muqarrardir. "O'zimizniki" sifatida kishi kelib chiqqan, u yashaydigan va tarbiyalanadigan, tilida gapiradigan va o'ylaydigan, an'analarni xotirasida asraydigan va o'z fe'l-atvoriga o'tkazadigan madaniyat nazarda tutiladi. O'zimizniki va begona madaniyat o'rtasidagi chegara bir tomondan insonga bog'liq bo'lmagan sharoit bilan, ikkinchi tomondan esa, uning erkin tanlovi bilan belgilanishini V.M. Mejuev odilona ko'rsatib o'tgan[3]. Mazkur chegarani aniqlash oson emas.

K.Levi-Stross ibtidoiy jamoalar hayotiy faoliyatini tashkil qilish prinsipida «o'zimizniki» – «begona» dixotomiyasiga asoslanib, ular uchun xarakterli bo'lgan sodda etnotsentriзмning orqa tomoni – "o'zimizniki" va "begona" o'rtasidagi masofani o'rnatishga urinish ekanligiga e'tibor qaratdi[4]. Olimning taxminicha, insoniy madaniyatning rang-barangligi uning tashuvchilari ihotalanganligi bilan kamdan-kam hollarda belgilanadi, aksariyat hollarda ularni birlashtiradigan aloqalar bilan shartlanadi.

Madaniyatning shakli ushbu madaniyatning bir qator aspektlari harakat qiladigan va unga ta'sir o'tkazadigan madaniyat mahsulotini murakkab ob'ekt sifatida tadqiq etish uslubidir. Muloqot sharoitida madaniyatni tadqiq qilishda qo'llaniladigan besh usulning har birini qisqacha talqin etsa arziydi:

1. Auditoriyaga, foydalanuvchiga yoki kommunikantga maxsus belgilar, moduslar va diskurslar orqali informatsion(faktik) va ijtimoiy fikr sifatida taqdim etiladigan namoyish. Xususan, bu konkret madaniyat kontekstida qirmizi rangni yetkazish mumkin.

2. Axborot oluvchi yoki auditoriyaning fikrni ma'lum bir tarzda o'zlashtirishini nazarda tutadigan o'xshashlik. Jamiyatning o'xshashligi uning madaniyati orqali shakllanadi, bu madaniyat o'xshashlikning munosabat va madaniiy qadriyatlar almashinuvi orqali taqdim etiladigan, belgilanadigan va qayta ko'rib chiqiladigan qator hayotiy qobiliyatli va hayotiy qobiliyatsiz variantlarini yaratadi. Muayyan kommunikativ matnlar va strategiyalarni istifoda etib va namoyish qilaroq, jamiyat bir vaqtning o'zida o'xshashlikning bir pozitsiyasini ma'qullab, boshqasini inkor etadi.

3. Fikrni ishlab chiqarish. Fikr bir qator usullar bilan ishlab chiqarilishi va qayta ishlab chiqarilishi mumkin. Inson o'zi haqida fikr yaratishi mumkin, masalan, u qanday kiyinishi to'g'risida. Apple™ kompaniyasi Phone™ ni qanday loyihalashi va ishlab chiqarishi haqidagi fikrni yaratishi mumkin, jamoat tashkiloti o'z faoliyati haqidagi axborotni ishlab chiqib, uni Youtube dagi tegishli roliklarga joylashtirish yo'li bilan tarqatishi mumkin. Fikrlarni ishlab chiqarishning bu fakti ustuvor madaniyatning bir qismi bo'lishi va gegemonlikni qo'llashga, muayyan kodlar va qadriyatlar mavqeyini saqlab qolishga ko'maklashishi mumkin. Biroq, ular muqobil bo'lishlari va jamiyatda hukmron bo'lgan ishonchlar, qarashlar yoxud qadriyatlarni kurash maydoniga taklif etishi ham mumkin. Xususan, pop-madaniyatda Ledi Gaging dastlabki ijodi ig'vogarona va qoliplarni sindiruvchan edi, bu ham yetmaganday, u sahna faoliyati bilan shug'ullanuvchi kishilar liboslari mansub bo'lgan mavjud madaniy paradigmatlardan sezilarli chetga og'adigan kiyinish uslubiga moyil edi.

4. Iste'mol qilish. Ishlab chiqarishning ikkinchi tomoni iste'moldir. Qo'shiq matni, kiyinish uslubi, gapirish uslubi yoki estrada qo'shiqlarini eshitish madaniy qadriyatlar va umidlarni aks ettiradi. Qadriyatlar va umidlarga moslashish muammosiz iste'molga olib keladi, chunki u kutilgan talab va belgilangan madaniy me'yorlarga mos keladi. Ushbu tizimga to'g'ri kelmaydigan matnlar rad etish, e'tiroz va hatto jamiyatda shokni keltirib chiqarishi mumkin. Shu munosabat bilan biz sahnadagi xatti-harakatlari bilan jamiyatni hayratda qoldirib, yangi madaniy yo'nalishlarni shakllantirgan ("The Beatles", "Queen", "Rammstein" va boshqalar) qo'shiqchilar va musiqachilarning ko'plab misollariga yana murojaat qilishimiz mumkin.

5. Matnlarni ishlab chiqarish, tarqatish va iste'mol qilishni cheklovchi mexanizmlarni nazarda tutuvchi tartibga solish. Ushbu mexanizmlar qonuniy yoki axloqiy bo'lishi mumkin, masalan, teleradiokompaniyalarning xulq-atvor kodeksida lakmus testi: «Siz buni onangizning huzurida aytasizmi?». Kommunikativ vaziyatda madaniyatni o'rganishning ushbu beshta o'zgaruvchisining barchasi o'zaro bog'liq va P. dyu Gay yozganidek, bu o'zgaruvchilar juda muhim, shuning uchun ularni alohida ko'rib chiqish mumkin emas. Madaniy kontekstda muloqotni ko'rib chiqayotganda, matn va ma'noning yaratilishiga ta'sir qiluvchi ko'plab omillar mavjudligini yodda tutish kerak. Bu omillar matnni qo'llab-quvvatlashi, madaniy pozitsiyani mustahkamlashi yoki aksincha, madaniyatga qarshi chiqishi yoki unga qarshi turishi mumkin. P.dyu Gay modeli bir xil madaniy vaziyat doirasidagi muloqot va madaniyat o'rtasidagi o'zaro ta'sirni tahlil qilish uchun muntazam ravishda qo'llaniladi[5]. Biroq, ommaviy axborot vositalari va kommunikativ landshaftning globallashuvi sharoitida madaniyatlararo muloqotning xususiyatlari haqida fikr yuritish tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Garchi barcha madaniyatlar mahalliy bo'lsa-da, muloqot globaldir. Bu konsepsiya bugungi misli ko'rilmagan texnologik inqilobning mustahkam poydevorini o'zida mujassam etgan. Inqilob mahalliy xalqlar madaniyatiga ommaviy axborot vositalarining ta'sirini kuchaytirdi. Ilmiy adabiyotlarda ommaviy axborot vositalarining tijorat faoliyati natijasida yoshlar uchun madaniyat va umuman ijtimoiy muhitga salbiy va zararli ta'siri ko'rsatilgan. Bugungi global media muhitida ommaviy axborot vositalari "kuchli pozitsiya"ni egallab, ijtimoiy va madaniy voqelikni o'zgartirish yoki yaratishga qodir. Madaniy gomogenlashtirish texnologik jihatdan boy ommaviy axborot vositalarining, ayniqsa, Internet va konvergent ommaviy axborot vositalari kabi yangi ommaviy axborot vositalarining mahsulidir, shu bilan birga, Xantington o'zining mashhur «Tamaddunlar to'qnashuvi» asarida nazarda tutgan sivilizatsiyalar bo'linishining kuchayishi ham ilg'or ommaviy axborot vositalarining natijasi bo'lib ko'rinadi. Ommaviy

axborot vositalari tomonidan ta'kidlangan va kristallangan sivilizatsiyalardagi farqlar dunyoni juda xilma-xil tamaddunlarga ega bo'lgan ko'plab bloklarga ajratadi[6]. Biroq, madaniy farqlar yo'qolib ketishga yaqin. Xususan, Uzoq Sharq, Fors ko'rfazi, Lotin Amerikasi va Osiyoning ko'p qismidagi uy xo'jaligi va umumiy turmush tarzi G'arbiy Yevropada qabul qilinganlar bilan deyarli bir xil va ularni «boshqa», «» deb, «oq va oq bo'lmaganlar», «biz va ular» deb ajratish va boshqa farqli ma'nolar bugungi kunda ortib bormoqda. Zamonaviy jamiyatlarda ommaviy axborot vositalarining roli ortib borayotganligi sababli, aloqa vositalari «virtual yoki ramziy madaniyat» tarzida harakat qiladi va uni tarqatadi, bu esa ommaviy axborot vositalari faoliyat ko'rsatayotgan madaniy muhitga mutloq o'xshamaydi. Bu rivojlanayotgan va kam rivojlangan mamlakatlar boshdan kechirayotgan madaniy ziddiyatga o'xshaydi. Shu munosabat bilan, bu davlatlar madaniy hukmronlikning potensial xavf-xatarlarini, ularning madaniy siyosati, madaniy sohalari (kino, drama, she'riyat va boshqalar) va hayotining boshqa madaniy sohalari uchun oqibatlarini tan olish va ekstrapolyasiya qilish vaqti keldi. Shunday qilib, madaniyatshunoslikda madaniyat aloqalar tizimi sifatidagi g'oyalari rivojlanishning dastlabki bosqichidir. Madaniyatning kommunikativ shakli quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi: 1) madaniyat nafaqat avlodan-avlodga, balki bir davrdan ikkinchisiga ham axborot tashuvchi; 2) madaniyat nafaqat uning voqeliklarini bilishni, balki ularni turli darajalarda tushunishni ham talab qiladi: mentalitet, qadriyatlar, me'yorlar, ma'nolar va boshqalar; 3) eng muhim kategoriya - madaniyat tili kommunikativ tizim sifatida, u turli darajadagi muloqot darajasida: mentalitet, an'anaviy qadriyatlar, belgi shakllanishi va ramz shakllanishida madaniyat tashuvchilarning o'zaro tushunishini ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

Ebert, C. *Kultursemiotik am Scheideweg: Leistungen und Grenzen des dualistischen Kulturmodells von Lotman / Uspenskij* // *Forum für osteuropäische Ideen- und Zeitgeschichte*. –2002. – No 6(2). – 34-47 pp.

Kristeva J *On Yury Lotman* // *PLMA: Publications of the Modern Language Association*. – 1994. – No 109(3). – 375–376 pp.

Schönle A., Shine, J. *Introduction*. In: Schönle A (ed.) *Lotman and Cultural Studies: Encounters and Extensions*. – Madison: University of Wisconsin Press, 2006. – 13–14 pp.

Hess-Lüttich, E.W.B. *Spatial turn: on the concept of space in cultural geography and literary theory. Meta – carto – semiotics* // *Journal for Theoretical Cartography*. – 2012. – No 5. – P. 19; Nöth, W. *Yuri Lotman on metaphors and culture as self-referential semiospheres* // *Semiotica*. –2006. – No 161. – 249–250 pp.; Ruhe, C. *La Cité des poètes: Interkulturalität und urbaner Raum*. – Würzburg: Königshausen, 2004. – 10-33 pp.

Вернадский В.И. *Биосфера. I-II*. – Л.: Научное химико-техническое издательство. Научно-технический отдел В.С.Н.Х, 1926. – 628 с.

Lotman, Y.M. *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*, trans. Shukman A. – Bloomington, IN: Indiana University Press, 1990. – P. 178.