

SAVDOGAR NUTQI LEKSIKASINING STRUKTURASI XUSUSIDA

B. To'raliyev ¹

Annotatsiya:

Inson ma'lum kasb-hunar doirasida faoliyat yuritir ekan, bu kasb-hunar uchun maxsus leksik birliklar ham mavjud bo'ladi. Ularni o'rganish bugungi tilshunoslikning muhim masalalaridandir. Ushbu maqolada qadimiy va murakkab sohalardan biri – savdo sohasi leksikasi va uning struktural jihatlar haqida fikr yuritildi.

Kalit so'zlar: savdo, struktura, sodda gaplar, evfemizmlar, qisqa va aniqlik.

Kishilik jamiyatining turli bosqichlarida savdo va uning turlari har xil shakllarda amalga oshirilgan. Dastlab savdo tovar ayirboshlash tarzida, keyinchalik ma'lum tartib-qoidalarga asoslangan ko'rinishda amalga oshirilgan. Qadimiy bozor turlariga chorva mollari va dehqonchilik mahsulotlari sotiladigan bozorlarni misol keltirish mumkin. Ushbu bozorlardagi sotuvchi, oluvchi, dallolning o'ziga xos leksikasi mavjud. Dastlab bozorlar bo'lmagan. Ijtimoiy munosabatlarning rivojlanishi natijasida keyinchalik yoyma rastalarda, xaridorni chaqirib, oldi-sotdi amalga oshirilgan. Savdo jarayoni murakkab jarayon bo'lib, sotuvchi va xaridor o'rtasida ma'lum ijtimoiy talablarga asoslangan muloqot bo'lib o'tadi. Quyidagi mol bozor sotuvchilari nutqidagi birliklarning struktural xususiyatlari haqida fikr yuritimiz.

Sotuvchi bilan xaridor tovar (mol)ning o'zlari ixtiyor qilgan narxini savdolashib turgan joylarini tark qilgunlariga qadar bir-birlariga narx taklif qilmoqlari lozimdir. Har ikkala tomon o'rtasida savdo ixtiyoriy bo'lishi kerak. Savdo-sotiqdagi ixtiyoriylikning asosi deb savdolashib turilgan joydan bir qadam boshqa joyga jilmay turib savdo shartlarini aniq kelishib olishni va shu yerning o'zida oldi-sotdi munosabatlarini bevosita sodir bo'lgan deb tushunmog'imiz lozim. Demak, savdo-sotiq qilish to'g'risida sotuvchi bilan xaridor aniq bir belgilangan joyda (bozor yoki boshqa bir o'zaro kelishilgan joyda) sodir bo'lishining zarurligini hayotning o'zi azaldan taqazo etgan[2:133]. Mol bozorda sotuvchi moliga qat'iy narx aytmasdan, savdoni so'rang-so'rangdan boshlaydi. Odatda, sotuvchi xaridor bilan savdolashish niyati borligini bildirish uchun *so'rang narx sotilmaydi* (ya'ni narxni kelishamiz degan mazmunda) tarzidagi sintaktik qurilmadan foydalanadi. Agar mijoz va sotuvchi o'rtasidagi savdo cho'zilsa, vaqt kam bo'lsa, xaridor "pitatkan joyi qancha?" (oxirgi bermoqchi bo'lgan narxingiz qancha ma'nosida) shaklidagi elliptik va dialektal gapdan foydalanadi. Agar xaridor qassoblik kasbi bilan shug'ullanadigan bo'lsa, u dastlab molning necha kilo go'sht berishi bilan qiziqadi va taxmin qilib ko'radi yoki *"Qancha qiladi?"*, *"Qancha yuki bor?"* degan savollar bilan sotuvchini sergaklantiradi. Ma'lumki, qassob molni sotib olgach, uni so'yib sotadi. Go'sht sotish jarayonida ham xaridor va sotuvchi savdolashuvi sodir bo'ladi. Savdogarlik kasbi bilan mashg'ul har bir kishidan talab qilinadigan ilk talab – xushmuomalalikdir. Xitoy xalqi: "Agar tabassumi bo'lmasa, u sotuvchi emas" – deyishadi. Ya'ni sotuvchidan ham xushmuomalik ham nutqiy madaniyat talab etiladi. Bunday vaziyatlarda sotuvchining til imkoniyatlaridan to'g'ri foydalanishi savdo jarayonining rivojlanishini ta'minlaydi. Xususan, qassob go'sht sotishda quyidagicha nutqiy dialog kuzatiladi: "Qassobchilik bilan bog'liq xaridor muomalasida ham evfemik vositalar muhim ahamiyat kasb etadi. Avvalo, go'sht do'koniga kirib borilganda, salomdan keyin, oluvchi bilan sotuvchi o'rtasida qo'llaniladigan:

– *Go'shtga baraka.*

– *Umringizga baraka.*

– *Go'sht totli bo'lsin.*

– *Totganda ma'lum bo'lsin* tarzidagi vositalar ham dialogik evfemadir. Ayrim qassoblar *qayerini beray?* (biroz qo'pol, qisman mantiqsiz) degan gaplar bilan murojaat qiladilarki, bu – xaridorning *sonini bering, orqasini bering, qovurg'asini bering, dummasini bering* tarzida javob berishga majbur qiladi. *Qayeridan beray?* savoli esa *sonidan* (qovurg'asidan... kabi) *bering, torting* tarzidagi qisman evfemik javob talab qiladi. *Qanday go'sht beray, suyaklimi, suyaksizmi?* degan savolga, agar suyaksiz talab qilinayotgan bo'lsa, *lahmidan* evfemasi qo'llaniladi. *Suyak beraymi?* (ba'zan suyak ham qaynatish uchun olinadi) gapini *ustuxon olasizmi?* gapi bilan almashtirish ham evfema qo'llashdir. Savdogar nutqining yana bir xususiyati ular nutqida, asosan, ta'sirchan evfemik birliklar qo'llanadi. Xaridorning *go'sht bormi?* savoliga qassobning: *go'sht yo'q, tamom bo'ldi, qolmadi* tarzida emas, balki *afsus, salgina kechikdingiz* kabi, ya'ni achinish ohangidagi bayoni ham evfemik javobdir[1:137]. Bundan tashari, qassoblar faqatgina go'sht emas, so'yilgan molning terisi, kallasi, ichaklari, qorni, oyoqlari (umumiy qilib aytganda kalla-pocha deyiladi) ni ham sotishadi. Bunday vaqtlarda ular molning

¹ To'raliyev Baxodir Erali o'g'li, Termiz davlat universiteti tayanch doktoranti

katta ekanini, xaridor olayotgan mahsulotidan zarar ko'rmasligini *"Oling, bir qozonni obod qiladi, bir qozonni to'ldiradi"* kabi gaplar bilan ma'lum qilishadi.

Xaridor molni boqish uchun olmoqchi bo'lsa uning yoshi bilan qiziqishi va uning tishlaridan aniqlashi ham bu soha vakillariga xos odatdir. Chorvadorlar leksikasini tadqiq etgan olim Anvar Omonturdiyev ham quyidagicha fikr bildirgan: "Mol savdosi bilan bog'liq muomala jarayoni birmuncha murakkab bo'lib, o'ylab-o'ylamay aytilgan bir so'z yoki gap oluvchini ham, sotuvchini ham omad va omadsizligiga sabab bo'lishi mumkin. Avvalo, sotuvchining qimmat aytishi, oluvchining arzon so'rashi bozor muomalasining o'ziga xos xususiyatidir. Odatda, oluvchi sotuvchidan molning narxini so'raydi, sotuvchi molning narxini birdaniga *"faloncha"* yoki *"buncha"* deb qimmat aytib, xaridorni cho'chitib qo'ymaslik maqsadida: *o'zingiz so'rang, o'zingiz ayting, o'zingiz tilang, qanchaga olasiz, qancha berasiz, qanchaga so'raysiz, epga keltirib so'rang* kabi evfemik xarakterdagi gaplardan foydalanadi" [1:134]. Xaridor molni sotib olish uchun bir narx aytishga shoshilmasdan *"chiqqan narxi qancha"* (*o'zidan oldingi xaridorning taklif qilgan narxi*) deya qiziqib ko'radi. O'zidan oldin qilingan savdoga qarab narx taklif qiladi. Sotuvchi sotayotgan molining sifatini ta'riflash uchun "Aka, molning tishi butun", "Bu egizning tiri/uchchamning tiri" (chorvachilikda birdaniga ikkita yoki uchta tug'ilgan to'l – qo'zi yoki uloq ulg'aygach, ikkita yoki uchta tug'adi degan qarash bor va bu asosli fikr), "bergan narsangizni yeyveradi, nishxurd chiqarmaydi ya'ni qoldiq qoldirmaydi ma'nosida"; molning mahalliy iqlimga chidamliligini bildirish uchun *"jaydari/joydori mol"* qolipidagi sifatlardan foydalanadi.

Keltirilgan misollar strukturasi sodda yig'iq gaplardan iborat bo'lib, savdoda aniq va qisqa gap qurilmalaridan foydalanish ko'proq kuzatiladi. Bunga sabab sifatida savdoning tez kechishi va savdoda so'zlashuv uslubi birlamchi ekanligi aytish mumkin. Agar oluvchi narxni qayta-qayta so'rayversa, sotuvchi bir narx aytishdan tiyilib *"Sizdan oldin savdo qilganlar bunchaga so'radi"*, *"Oxirgi chiqqan narxi shuncha bo'ldi"*, *"Oxiri falonchi so'mda to'xtadi"*, *"Falonchi so'mga bermadik"* singari qurilmalar orqali o'z maqsadini bildiradi. "Agar sotuvchi xushmuomala bo'lsa, savdosi kelishmaganda ham: Mol olishga kelganmisiz o'zi? Molni bilasizmi? Hech mol olib ko'rganmisiz? Siz ololmaysiz! Mol olish qo'lingizdan kelmas ekan kabi dag'al disfemik gaplar o'rnida: *biroz savdomiz kelishmay turibdi; mayli, xohishingiz; mana bozor, bir aylanib ko'ring; balki hali yana uchrasharmiz; savdomiz kelishib qolar* kabi evfemik vositalarni qo'llaydi. Savdo jarayoni bunday nutqiy muomalani oluvchidan ham talab qiladi. Qimmat, narxini oshirib aytayapsiz gapi o'rniga xaridor: *biroz tushing, balandlab ketdingiz, shekilli; olislab ketdingiz, baland aytdingiz, oshib ketdi, nazrimda* kabi yumshoq iboralarni qo'llaydi" [1:135]. Agar shunday jumalardan keyin ham kelishuv amalga oshmasa, sotuvchilar: *insof bilan so'rang-da, akajon (ukajon, tog'ajon, amaki), ozroq chiqing, biror nima qo'shing, hali ozroq bor, hali mol narxiga yetmadingiz* kabi qoliplashgan murojaatlardan foydalanishdi. Mijoz bunday vaqtda *xayr barokasi uchun biror narsa o'ting; chek pulisini o'tib bering; yo'l pulisini (moshin pulini, odatda) o'tib bering; bering endi baraka topay; odamdan mol qadrli emas* kabi sintaktik qurilmalarni ishlatadi. Yuqoridagi misollar tarkibida qarindoshlikni ifodalovchi undovlar faol ishlatilgan. Undovlarni ishlatishdan maqsad mijozni o'ziga yaqin tutish, unga xayrixoh ekanligini sezdirish, u bilan oldi-sotdi qilish istagi borligini bildirishdir. Mol bozor sotuvchilarining boshqa bozorlar sotuvchilaridan yana bir farqli jihati unda asosan erkaklarning savdo qilishidir. Shu sababdan ham ishlatiladigan iboralar, leksemalar gender jihatdan farqlanadi. Gaplar qisqa va aniq bo'ladi. "Odatda, savdo bitimi – oldi-sotdidagi kelishuv bor baraka qilindi, barakasi berildi, shirinkoma berildi, qo'l tashlandi, qo'l olindi, lafz qimmat, va'da vafosi bilan kabi evfemik iboralari orqali anglashiladi. Har ikki tomon nutqida ham bir-biriga nisbatan: baraka toping, to'ylaringizga ketsin, yaxshi kunlaringizga buyursin kabi olqish vositalari qo'llaniladi" [1:135]. Qolaversa, moldan baraka toping, puldan baraka toping, yaxshilikka ishlatig, yaxshilikka xizmat qilsin kabi tilaklar ham ishlatiladi.

Bunday qoliplashgan maqtovlarning doimo ishlatilishi e'tiqodiy qarashlar bilan bog'liqdir. Ya'ni har ikkala tomon ham bir-biriga olgan mol va pullarini yaxshi kunlarga sarflashni tilaydi. Yuqoridagi misollar strukturasi va semantikasidan shunday xulosa qilish mumkinki, savdo jarayoni qizg'in va qisqa vaqt talab qiladigan jarayon bo'lganligi uchun foydalaniladigan birliklar, asosan, sodda gaplar, iboralar, odat tusiga kirib ulgurgan so'z gaplardan tashkil topadi. Sotuvchilar nutqida qo'shma gaplardan deyarli foydalanilmaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

- [1]. Omonturdiyev A. Профессионал нутқ эвфемикаси (chorvadorlar нутқи мисолида): Фил.фан.док.дисс. –Тошкент, 2009. – 252 б.
- [2]. Сафаров Д. Савдо-сотикдаги психологик таъсир ва унинг назарий-амалий таҳлили. // "Психология" илмий журнал, №2. – В.128-135
- [3]. Норбаева Ш. Хоразм шеваларидаги соҳавий лексика. Монография. –Тошкент, Turon-zamin ziyo. 2014. –120 б.
- [4]. Мўйдинов Қ. Ўзбек тилида суд нотиклиги лексикаси. –Тошкент, 2015. –138 б.

- [5]. Искандарова Ш. Ўзбек нутки одатининг мулоқот шакллари: Филол.фан.номз. ...дис.автореф. –Самарканд, 1993. – 32 б.
- [6]. Ибрагимов С. Профессиональная лексика узбекского языка (на материалах ферганских говоров): Автореф. дис.д-ра филол. наук. –Ташкент, 1961. –163 с.