

Gavharoy XOLISOVA,

Andijon davlat chet tillari instituti Mannobjon qizi f.f.f.dok.dotsent gavharxolisova@gmail.com

Tel.:+998881656262

F.f.d professor Shohida Hoshimovna Shahobiddinova taqrizi asosida

COMMERCIAL DISCOURSE: REFLECTIONS ON THEORY AND PRACTICE

Annotation

Based on the study of the specifics of Information reporting, it was found that each strategy of information differs significantly.

Key words: Lexeme, associative field, sema, formal address, lexical units, core of field.

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИСКУРС: РАЗМЫШЛЕНИЯ О ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Аннотация

На основе изучения особенностей информатизации установлено, что каждая стратегия информатизации существенно отличается.

Ключевые слова: Лексема, ассоциативное поле, Сема, формальное обращение, лексические единицы, ядро поля.

TIJORIY DISKURS: NAZARIYASI VA AMALIYOTIGA DOIR MULOHAZALAR

Annotatsiya

Axborot berishning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish asosida axborotning har bir strategiyasi sezilarli darajada farq qilishi aniqlandi.

Kalit so'zlar: Leksema, assotsiativ maydon, sema, rasmiy murojaat, leksik birliklar, maydonning yadrosi.

Kirish. Barcha zamonlarda tijoriy muloqotlar har qanday biznesning muhim tarkibiy qismlaridan biri, uning doirasidagi hamkorlikning asosiy vositasi va uning bir subyektlarining boshqasiga ta'sirining qudratli mexanizmi bo'lgan. Aynan to'g'ri o'tkazilgan muzokaralar, savodxonlik bilan rasmiylashtirilgan kelishuv yoki muayyan taklifni mahorat bilan asoslay olish pirovardida tarbirkorlik faoliyatining muvaffaqiyatini belgilaydi. Til va nutq bir paytning o'zida kommunikatsiya, ya'ni muloqot davomida namoyon bo'ladi. Tilning mavhum tizimi nutqda faollashadi va bu odamlar o'rtasida muloqotni keltirib chiqaradi. Inson hayotining turli qirralarida til vositalarining tanlab olinishi nutqning xilma-xil ko'rinishlarining yuzaga kelishiga sabab bo'ladi.

Hozirda rasmiy-tijoriy uslub, o'zbek tilida ham sezilarli o'zgarishlarga yuz tutdi. Rasmiy bilan bir qatorda – yarim rasmiy xatlar (tabriknomalar, reklama xatlari kabi) kirib bormoqdaki, ularda hayajonlilik va ta'sirchanlik hamda standartning nisbati gohida bir tomon, gohida esa boshqa tomonga o'zgaradi. Rasmiy-idoraviy uslubning o'ziga xos belgilari majmuini aniqlash ahamiyatli hisoblanadi. Tijoriy faoliyat – yuridik va jismoniy shaxslarning talabni qondirish va daromad olish maqsadida oldi-sotti operatsiyalarini amalga oshirish bilan bog'liq faoliyatidir.

Agar lisonan foydalanuvchi shaxsning muloqot jarayonida qanday harakatlarni bajarishini bilsak, lison kommunikativ vosita vazifasini o'tashi uchun qanday imkoniyatlarga ega bo'lishi va ushbu imkoniyatlarni qay yo'sinda namoyon qila olishini aniqlash mumkin bo'ladi.

So'zsiz, muloqot jarayonining asosiy maqsadi axborot uzatish va qabul qilishdir. Shu sababli bo'lsa kerakki, kommunikatsiya hodisasiga turli mualliflar tomonidan berilayotgan barcha ta'riflar asosida ijtimoiy kommunikatsiyani insonlarning belgilar vositasida bajaradigan o'zaro «axborot - ma'no hamkorligi» sifatidagi talqini yotadi. Axborot berishning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish asosida axborotning har bir strategiyasi sezilarli darajada farq qilishi aniqlandi: (1) hisobot yuqori mansabdor shaxslar, xodimlar bilan bog'liq, ma'lum mavzuni yoritishga qaratilgan, kengligi bilan ajralib turadi, natijada u zerikarli, jonga tegadigan deb qabul qilinadi; (2) bildirishnomalar asosan salbiy yangiliklar, o'lim bilan bog'liq; (3) axborot - ommaviy axborot vositalaridan olingan ma'lumotlar ishonchli yoki yolg'on bo'lishi mumkin, ko'pincha ortiqcha bo'lishi mumkin; (4) xabarnomalar - rasmiy yoki shaxsiy ma'lumotlar uzoqdan kelishi mumkin; (5) xabar berish - tasniflanishi mumkin bo'lgan ma'lumotlar. Eng ko'p bo'lgan aloqa strategiyasi, ulardan foydalanish tahlil qilingan strategiyalarning 77% holatlarida amalga oshiriladi. Bildirishnoma va ma'lumotlarning assotsiativ maydonlarining kesishishi qayd etilgan, bildirishnomalar va xabar berishlar, ma'lumotlar va xabar berishlar kesishgan, umumiy semalarni o'z ichiga oladi, bu birliklarning sinonimiyasi va ularning assotsiativ maydonlari to'g'risida gaplashishga imkon beradi. Tijoriy diskursdagi assotsiativ strategiya maydonining asosiy qismini quyidagi assotsiatlar namoyish etadi: (1) gazeta; (2) xabar; (3) yomon; (4) yaxshi; (5) aks ettirish uchun (uchun); (6) o'lim; (7) mavhum; (8) qimmatli; (9) maxfiy. Ko'rib turganingizdek, tijoriy diskursdagi ma'lumot manbai (gazeta, yangiliklar, mavhum), undan foydalanish (fikir uchun), shuningdek baholash (yomon, yaxshi, qimmatli, maxfiy) bilan bog'liq. Assotsiativ maydonning asosiy qismi "o'lim to'g'risida" ma'nosini o'z ichiga oladi, bu intuitiv darajada ona tilida so'zlashuvchilar o'lim yoki xalok bo'lganlik to'g'risida xabar olishdan qo'rqib, xabarning bir shakli sifatida bildirishnomalardan qo'rqishadi degan xulosaga kelishimizga imkon beradi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Tadqiqotning keyingi bosqichida semani izohlash natijalarini, shuningdek tijoriy diskursda uzr so'rash niyatining funksional xususiyatlarini aniqlashga o'tish maqsadga muvofiq.

Shunday qilib, o'tkazilgan tahlil asosida xulosa qilish mumkinki, kechirim so'rash niyatini aks ettirishning asosiy vositasi - bu o'z aybini tan olish, bu leksik birlik tijoriy muloqot subkorpusida tahlil qilinganlarning eng ko'pi. Afsuslanishni izhor etish umumiy strategiyadir. Shu bilan birga, kechirim strategiyasi tijoriy diskursda kamdan kam qo'llaniladi, chunki bu yuqori hissiy tarkibiy qism, kechirishni hissiyotlar, qayg'u, g'am hissiyotlari bilan ajralmas aloqada qabul qilish. Ushbu muloqot sohasidagi shafqat hissini ko'rsatish mumkin emas.

Kommunikativ niyatlarni tijoriy matnda aks ettirish xususiyatlarini ishlab chiqilgan metodologiyaga muvofiq psixolingvistik tadqiqotlar asosida tavsiflash o'rinli ko'rinadi.

Lug'at adabiyotida mustahkamlangan hamma ma'nolar ham tijoriy diskursda mavjud emas. Grafik shaklda leksik birlikning umumiy tilda va tijoriy muloqotda semantik tuzilishini taqqoslash 1-rasmda ko'rsatilgan:

umumiy qo'llanuvchi soha



1 xabar, hisobot, ariza qilish

2 og'z. biror narsa haqida gapirish, xabar berish

3 og'z. biron narsani boshqa narsaga qo'shimcha qo'ymoq, qo'shmoq

4 mehmon yoki tashrif buyuruvchi kelgani haqida xabar berish

5 rahbariyat yoki yuqori lavozimdagi shaxslarga biron narsa to'g'risida rasmiy axborot bermoq

tijorat sohasi



1 xabar, hisobot, ariza qilish

2 rahbariyat yoki yuqori lavozimdagi shaxslarga biron narsa to'g'risida rasmiy axborot bermoq

Umumiy va tijorat sohaslarida "hisobot berish" leksemasining semantik tuzilishi

Tadqiqot metodologiyasi: Ko'rib turganingizdek, tijoriy muloqot sohasining o'ziga xos xususiyatlari ta'siri ostida o'zaro ta'sirning maqsadlari, avvalo, suhbat funksional uslubiga xos ma'nolar xabar berishdir. Leksemaning semantik tarkibida faqat tijoriy muloqot sohasiga tegishli bo'lgan belgilar keltiriladi. Hisob leksemasi haqida fikr yuritadigan bo'lsak, O'zbek tilining izohli lug'atida u bilan bog'liq bir qator tushunchalar mavjud:

HISOB [a. — hisoblash, hisoblab, sanab chiqish; sanoq; hisob-kitob; yakun chiqarish, hisobot] 1 Son, miqdorni belgilash uchun raqamlab atash; sanoq, sanash. Og'zaki hisob. hisobda yanglishmoq. M. Yasovulboshi hisobidan yanglishmay, o'lim kaltagini sanaydi.

Hisobda bo'lgani; miqdor, sanoq. Hasharda qatnashayotganlarning hisobi. Fermadagi qo'ylarning hisobi. Olarda hisobi — to'qqiz, Berarda sanori — o'ttiz. Maqol. M. Rus shaharlariga borib savdo qiluvchilar Turkistonda juda oz hisobda bulib.. A. Qodiriy, O'tgan kunlar.

O'rta hisobda O'rtacha hisob bilan aytganda. Jamoa o'rta hisobda yigirma besh sentnerdan hosil oladi. Hisobga olmoq 1) hisobini, miqdorini belgilamoq.

Hisob daftari 1) shaxs, narsa yoki son-miqdor qatori qayd etiluvchi daftar. U tirmashib, xirmonga chiqa boshladi.. tarozi yonida turgan Tal'at uni ko'rib qoldi, shekilli, hisob daftarini paxta ustiga tashlab, chopib keldi.. O'. Hoshimov, Qalbingga qo'loq; sol; 2) sarf-harajat, tushum va sh.k. lar qayd etilgan daftar. -Hay, mayli.. menda odamgarchilik bor,— deydi-da, hisob daftari bilan cho'tni oladi. P. Tursun, O'qituvchi(1).

HISOBDON [a. + f. hisob- ni (yaxshi) biluvchi; aniq, puxta ishlovchi] esk. kam qo'll. Hisobda adashmaydigan, hisobni yaxshi biladigan, to'g'ri hisob yuri- tadigan. -Hisobni yolg'iz boylar biladilar demang, — dedi gapga qo'shilmay.. o'tirgan soqoli qirchiq bir yigit, — yollanib ishlovchilar ham hisobdon bo'lgan. S. Ayniy, Qullar.

Izohda keltirilgan misollardan ham ko'rinib turibdiki, hisob bermoq, hisob-kitob qilmoq, hisob yuritmoq ...kabilar maishiy tijoriy diskursda faol. Kuzatishlarimizga ko'ra ular ko'chma ma'no kasb etishda ham faoldir: Sen bilan alohida hisobimiz bor(tahdid ma'nosida). Bu esa tijoriy jihatdan faol birliklarning boshqa diskurslarga ko'chishi ruhiy ta'sir ko'rsatishda alohida usul ekanligini ko'rsatadi. Keyingi bosqichida tijoriy diskursda "xabarnoma" leksemasining ishlashi misolida ma'lumot berish niyatining aks etish xususiyatlarini o'rganish kerak.

Abdulla Qodiriyning «O'tkan kunlar» romanida ham Otabek savdogarlik bilan shug'ullangani bois asarda tijoriy muloqot namunalari uchraydi:

Hasanali ustida bo'lg'an haligi gapdan keyin Rahmat so'radi: — Toshkandan nimalar keltirdingiz, bek aka?

— Arzimagan narsalar: gazmol, qalapoy afzali va bir oz qozon. — Marg'ilonda gazmol bilan qalapoy afzalining bozori chaqqon, — dedi Homid.(2)

Matnda tijorat mahsulotlarining nomlari keltirilishi tijoriy muloqot muhitini hosil qilmoqda. Shuningdek, Otabekning savdogarlik, tijorat haqidagi tasavvurlari, ruhiyati quyidagi matn orqali bayon qilinadi:

— Savdo bilan qanday shaharlarga bordingiz, bek?— deb qutidor so'radi. — O'zimizning shaharlardan ko'pini ko'rdim, — dedi bek, — o'ris shahardan Shamayga ham bordim.

— Ha, ha, siz Shamayga ham bordingizmi? — deb Ziy o shohichi ajablandi. — O'tkan yil borg'on edim, — dedi bek, — borishim noqulay bir vaqtga to'g'ri kelib ko'b mashaqqatlar chekdim.

— Chin savdogar siz emishsiz, — dedi qutidor, — biz shu yoshqa kelib hali o'zimizning kattaroq shaharlarimizni ham ko'ralmadik; siz o'risning Shamayigacha borg'ansiz.

— Yurgan daryo, o'lturgan bo'ryo emish, — dedi Akram hoji. O'ris shaharlariga borib savdo qilg'uchilar Turkistonda juda oz hisobda bo'lib, chet ellarni ko'rgan Otabek majliska tansiqlandi. O'rislar to'g'risida allaqanday xayoliy rivoyatlar eshitib yurgan qutidor va Ziy o shohichilarning Otabekdan haqiqiy holni bilgilar kelib, undan Shamayda ko'rib, kechirganlarini so'radilar. Otabek Shamay xotirotni so'zlab berdi. O'rislarning siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotlarini eshitkuchilarni tongg'a qoldirib, ortiq tafsiloti bilan aytib chiqg'ach: — Shamayga bormasimdan ilgari o'z hukmdorlig'imizni ko'rib; boshqalar ham shundaydir, deb o'ylar edim, — dedi bek, — lekin Shamay manim fikrimni ost-ust qilib, o'zimni ham butunlay boshqa kishi

yasadi. Men o'risning idora ishlarini ko'rib, o'z idoramizning xuddi bir o'yinchoq bo'lg'anlig'ini iqrор etishka majbur bo'ldim...(3)

Tahlil va natijalar. Otabekning tijoriy dunyoqarashi muloqot jarayonida siyosat bilan ham bog'lanib ketdi. Eng muhimi asar qahramoni savdo-sotiq tufayli dunyoni ko'rib, tirikchilik, turmush haqidagi tasavvurlari o'zgaradi. Bu borada uning suhbatdoshlari fikri ham o'zgarib boradi. Jumladan, "Yurgan daryo – o'tirgan bo'riyo" maqoli ham tijoriy nutq vaziyatiga mos holda qo'llanilmoqda.

Albatta, tahlil qilingan niyatlarni aks ettirishning barcha xususiyatlari, tijoriy diskursning xususiyatlari aniqlangan qonuniyatlar bilan chegaralanib qolmaydi, bu yo'nalishdagi ishlar davom ettirilishi kerak

ADABIYOTLAR

1. Ўзбек тилининг изоҳли луғати 5-жилд. – Тошкент: Ўзбекистон Миллий энциклопедияси давлат нашриёти, 2008 – Б. 533
2. <https://ziyouz.uz/>
3. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011.
4. Большаков С. Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012.
5. Мандрица В. М. Этика бизнеса - деловое общение / В. М. Мандрица, И. В. Мандрица. - Ростов-на-Дону : РИНХ, 2005 (ООО АзовПечать).
6. Желамская В. А. Лингвистическая структура деловой документации на материале французского и итальянского языков: Дисс. канд. филол. наук. – Москва, 2017
7. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения: Английский язык. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного университета, 1992.
8. Азимов Э. Г., Шукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с. - С. 57
9. Виноградова О.Е., Стернин И.А. Психолингвистические методики в описании семантики слова. Монография. – Воронеж: издательство «Истоки», 2016.
10. Данюшина Ю. В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ// Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - 2010. - № 2 (46). - С. 48 - 52. - С. 48