Xulosa. Bu bosqichdagi izlanishlar sintaksisda gapni ikki bo‘lakka – binar tuzilishga ajratish g‘oyasini kengaytirgan bo‘lsa-da, bu tahlillar grammatik doira bilan cheklanmaydi. Asosiy yutuqlardan biri shundaki, tilshunoslar gapning grammatik tuzilmasi bilan uning kommunikativ-semantik tuzilishi har doim ham to‘g‘ridan to‘g‘ri mos kelmasligini tan oldilar.

Aynan shu nuqtadan boshlab, gapning aktual bo‘linishi bilan bog‘liq hodisalarni, jumladan, so‘z tartibi, intonatsiya, mantiqiy urg‘u, semantik urg‘u hamda ikkinchi darajali gap bo‘laklari – o‘rganishga yangicha yondashuv shakllandi. Bu tahlil, o‘z navbatida, so‘zlar ketma-ketligi va mazmun orasidagi ichki psixologik bog‘liqlikni ochib berishga xizmat qildi.

Xolisova Gavharoy Mannobjon qizi (PhD, Andijon davlat chet tillari insituti dotsenti; gavharxolisova@gmail.com),
Sobirjonov Ravshanbek Tolipjon o‘g‘li (filologiya va tillarni o‘qitish yo‘nalishi 2-kurs talabasi)

TIJORIY DISKURSNING NAZARIY TAHLILIGA DOIR MULOHAZALAR

Annotatsiya. *Tijoriy muloqot va tijoriy diskurs biznes-diskursning subtiplaridan biri, ishbilarmonlik muloqotini anglatadi. Shu bilan birga, ilmiy adabiyotlar tahlilida aks etganidek, zamonaviy ilmiy adabiyotda tijoriy muloqotni, tijoriy diskursni tushunishga yondashuvlar mavjud emas. L.S.Vigotskiyning nazariyasi asosida A.A.Leontyev nutq faoliyatini “bir tomondan, muayyan natijaga erishishga yo‘naltirilgan murakkab jarayonlar yig‘indisi bo‘lib, bu natija ayni paytda mazkur faoliyatning obyektiv harakatlantiruvchi kuchi hisoblanadi.*

Kalit so‘zlar: *nutq faoliyati, samarali muloqot shakllari, muloqotning murakkab tabiati, tijoriy diskurs.*

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОММЕРЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Аннотация. *Коммерческая коммуникация и коммерческий дискурс являются одним из подвидов делового дискурса, под которым понимается деловое общение. В то же время, как показывает анализ научной литературы, в современной научной литературе отсутствуют подходы к пониманию коммерческой коммуникации и коммерческого дискурса. Основываясь на теории Выготского, А.А.Леонтьев определяет речевую деятельность как «с одной стороны, совокупность сложных процессов, направленных на достижение определенного результата, и этот результат является в то же время объективной движущей силой этой деятельности.*

Ключевые слова: *речевая деятельность, формы эффективного общения, комплексный характер общения, коммерческий дискурс.*

REMARKS ON THE THEORETICAL ANALYSIS OF COMMERCIAL DISCOURSE

Annotation. *Commercial communication and commercial discourse are one of the subtypes of business discourse, which means business communication. At the same time, as reflected in the analysis of scientific literature, there are no approaches to understanding commercial communication and commercial discourse in modern scientific literature. L.S.Based on Vygotsky's theory, A.A.Leontiev defines speech activity as "on the one hand, a set of complex processes aimed at achieving a certain result, and this result is at the same time the objective driving force of this activity.*

Key words: *speech activity, forms of effective communication, complex nature of communication, commercial discourse.*

Kirish. Inson jamiyatida kommunikatsiya deganda fikrlar, bilimlar, his-tuyg‘ular, xatti-harakat sxemalari va boshqalar bilan almashish jarayoni tushuniladi. Muloqot inson mavjudligining ajralmas qismi hisoblanadi. Kundalik hayotda u biz uchun odatiy va tushunarli hodisa sifatida qabul qilinadi. Ammo barcha davrlarda inson muloqoti faylasuflar, psixologlar, sotsiologlar, lingvistlar va madaniyatshunoslar tomonidan katta qiziqish uyg‘otib kelgan. Bu esa “Muloqot, bir qarashda, aniq va ravshan tuyuladigan tushunchalar qatoriga kiradi, ammo inson muloqoti murakkab va oson izohlab bo‘lmaydigan hodisadir”,[1] degan fikrni tasdiqlaydi. Miloserdovaning fikriga ko‘ra, muloqot hodisasi sodda ko‘rinishiga qaramay, aslida, ko‘p qirrali va murakkab jarayon bo‘lib, turli xil tushunchalar va ko‘rsatkichlarni o‘z ichiga oladi. Bu fikr shuni anglatadiki, muloqotni to‘liq anglash va uni izohlash uchun fanlararo yondashuv talab etiladi. Miloserdovaning ushbu fikri muloqotning murakkab tabiati va uni tadqiq etishda fanlararo yondashuvning zarurligini tasdiqlaydi. Muloqot bir qarashda oddiy va tabiiy jarayon sifatida ko‘rinsa ham, uni chuqur tahlil qilganda, lingvistik, sotsiologik, psixologik, madaniy, hatto falsafiy jihatlarni o‘z ichiga oladigan ko‘p qirrali hodisa

[1] Милосердова О.А. Теоретические основы общения и коммуникации. Москва, 2001, с. 3.

ekani ayon bo‘ladi. Shu nuqtayi nazardan, tijoriy diskursni o‘rganishda ham faqat lingvistik tahlil bilan cheklanib bo‘lmaydi. Chunki tijorat muloqoti iqtisodiy, psixologik va ijtimoiy omillar bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, uning samaradorligi, maqsadga yo‘naltirilganligi va ta’sirchanligi ko‘plab turli omillar ta’sirida shakllanadi. Shu bois tijoriy diskurs tadqiqotida kommunikativ strategiyalar, pragmatik usullar, ijtimoiy kontekst va madaniy omillarni ham hisobga olish muhim. Kommunikatsiya bu faqat axborot almashinuv jarayoni bo‘lib qolmay, balki insoniy jamiyatni birlashtiruvchi asosiy omildir. O‘zaro axborot almashinuv bu hodisaning mohiyatini – odamlarning birgalikdagi harakatlari va o‘zaro ta’sirini aks ettiradi. Tijorat va biznes sohasidagi kommunikatsiyaning maqsadi esa foyda olishga yo‘naltirilgan.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. XIX asrning 30-yillaridayoq V.fon Gumboldt tilning faoliyat xarakteriga e’tibor qaratgan edi: “Til – bu faoliyatning mahsuli (ergon) emas, balki faoliyatning o‘zi (energeia)…Tilni haqiqiy va to‘liq ma’noda faqat nutqiy faoliyat aktlarining yig‘indisi sifatida tushunish mumkin”.[1] Gumboldt tilni energiya, ya’ni doimiy harakat va ijod jarayoni sifatida ta’riflaydi.

Tijorat sohasida kommunikativ o‘zaro ta’sirning xususiyatlarini aks ettiradigan yangi atamalar, tushunchalar haqida ham mulohaza yuritish kerak bo‘ladi. Jumladan, Y.V.Danyushina “biznes-diskurs” tushunchasini “o‘zaro ta’sirning o‘ziga xos xususiyatlarini aks ettiruvchi hodisa sifatida” ishbilarmonlik sohasiga va biznesning keng doirasiga kiritishni taklif qiladi. Mazkur yondashuvni amalga oshirishda tijoriy muloqot va tijoriy diskurs biznes-diskursning subtiplaridan biri, ishbilarmonlik muloqotini anglatadi. Shu bilan birga, ilmiy adabiyotlar tahlilida aks etganidek, zamonaviy ilmiy adabiyotda tijoriy muloqotni, tijoriy diskursni tushunishga yondashuvlar mavjud emas. L.S.Vigotskiyning nazariyasi asosida A.A.Leontyev nutq faoliyatini “bir tomondan, muayyan natijaga erishishga yo‘naltirilgan murakkab jarayonlar yig‘indisi bo‘lib, bu natija ayni paytda mazkur faoliyatning obyektiv harakatlantiruvchi kuchi hisoblanadi; boshqa tomondan esa inson faoliyatining yagona tizimi, ya’ni alohida faoliyatlarning birligi sifatida” talqin qilgan.

Tadqiqod metodologiyasi. Odamlar o‘rtasidagi muloqotda xabarlarning uzatilishi xabarning ongli va maqsadli amalga oshirilishi bilan tavsiflanadi. Bunda, ko‘pincha, adresat (yoki adresatlar), uzatilayotgan xabarlar va ma’lumotni uzatishning aniq vaziyati hisobga olinadi. Shuningdek, bu jarayon mazkur etnokultura va jamiyatda qabul qilingan qoidalarga asoslanadi. Bu qoidalar irsiy bo‘lmay, balki hayotiy va nutqiy tajriba to‘plash jarayonida o‘zlashtiriladi”.[2] Susovning ushbu ta’kidlari kommunikatsiyaning ongli va ijtimoiy yo‘naltirilganligini ko‘rsatadi. Bu fikrlar nutqiy jarayonlarning nafaqat lingvistik, balki madaniy, psixologik va sotsial jihatlariga ham asoslangan holda tahlil qilinishini talab etadi. Nutq faqat so‘zlar va jumlalar yig‘indisi emas, balki insonlar o‘rtasidagi ma’lumot almashinuvi jarayoni bo‘lib, u kommunikatsiyaning konkret ijtimoiy-madaniy sharoitlarida yuz beradi.[3] Bu yondashuv tadqiqotlarda muhim ahamiyatga ega bo‘lgan bir qancha tamoyillarni ochib beradi:

1. Maqsadga yo‘naltirilganlik. Xabarlarning uzatilishi maqsadli amalga oshiriladi, ya’ni, xabarni yuboruvchi kommunikativ jarayonni oldindan rejalashtiradi va maqsadiga erishishga intiladi. Bu, o‘z navbatida, kommunikativ strategiya va taktikalarni ishlab chiqishni talab qiladi.

2. Adresat omili. Xabarni qabul qiluvchi (adresat)ning ahamiyati katta. Uzatuvchi adresatning bilim darajasi, madaniy tajribasi va ehtiyojlarini hisobga olib, xabarni shunga moslashtiradi. Bu holat kommunikatsiyada pragmatik yondashuvning asosiy komponentidir.

3. Etnokulturaviy omillar. Kommunikatsiya etnik va madaniy xususiyatlarga bog‘liq. Har bir jamiyat o‘ziga xos qoidalar va konvensiyalarga ega bo‘lib, ular muloqot jarayonida tilni qanday ishlatishni belgilaydi. Ushbu qoidalar irsiy bo‘lmay, balki ijtimoiylashuv jarayonida o‘zlashtiriladi. Bu masala tilni o‘rganish va o‘zlashtirishda muhim ahamiyatga ega.

4. Kommunikativ tajriba. Nutqiy jarayon davomida insonlar hayotiy tajriba yig‘adi va kommunikatsiya qoidalarini o‘zlashtiradi. Bu tajriba pragmatik kompetensiya shakllanishining asosi hisoblanadi.

Susovning ushbu fikrlari kommunikatsiyaning lingvistik va madaniy jihatlarini birlashtirgan holda, uning universalligi va o‘ziga xosligini tushunishga yordam beradi. Ayniqsa, bu nuqtayi nazar psixolinguistika, sotsiolingvistika va interkultural kommunikatsiya tadqiqotlarida muhim ahamiyat kasb etadi.

Tahlil va natijalar. Yangi geoiqtisodiy chaqiriqlar biznesda til va kommunikatsiyaning o'rganilishini yanada dolzarblik kasb etadi. Biz yangi sinergetik yo‘nalish sifatida bizneslingvistika – til resurslarining biznesda qo‘llanilishini o‘rganadigan interdisipliner tadqiqot sifatida ajratish zarurligini asosladik. Bizning fikrimizcha, bu jarayon til va kommunikatsiyaning biznes-kontekstdagi faoliyatini tahlil qilishda diskursiv

---

[1] Гумболдт В.фон. Язык и интеллектуальное развитие человечества. Москва, 2000, с. 70.
[2] Сусов, И.П. (2007). Основы теории коммуникации. Москва, “Флинта-Наука”, с. 34.
[3] Сусов, И.П. Основы теории коммуникации. Москва. “Флинта-Наука”, 2007, с. 35.

yondashuvga asoslanishi kerak, bu esa N.D.Arutunovaning ta'rifiga ko'ra, "nutqning hayotga singib ketishi"ni nazarda tutadi. Y.S.Stepanov ta'kidlashicha, "diskurs – bu til ichidagi til", ammo o'ziga xos ijtimoiy voqelik sifatida taqdim etilgan.[1] Bu tadqiqot, biznesdagi til va kommunikatsiyaning o'rganilishi bo'yicha dolzarb masalalarni ko'rib chiqadi. Yangi iqtisodiy sharoitlar va geoiqtisodiy o'zgarishlar, ayniqsa, globalizatsiya jarayonlari, biznesda tilning va kommunikatsiyaning yangi shakllarini o'rganish zaruriyatini keltirib chiqarmoqda. Tadqiqotda ilgari surilgan "biznes-diskurs" va "tarmoq biznes-diskursi" kabi tushunchalar, til va biznesning o'zaro aloqalarini chuqur tahlil qilishga imkon beradi. Bundan tashqari, biznes-diskursning tipologiyasini ishlab chiqish va uni tahlil qilish uchun yondashuvlarni aniqlash tadqiqotning ilmiy qiymatini oshiradi. Bu jarayonning muvaffaqiyati, tilshunoslik va biznes fanlari o'rtasidagi o'zaro aloqalarning yanada chuqurlashishiga olib keladi.

Xulosa. So'nggi yillarda kommunikatsiya muammolariga, nafaqat tilshunoslikda, balki uning doirasidan tashqarida ham qiziqishning kuchayishi kuzatilmoqda. Maxsus nazariy tadqiqotlarning predmeti sifatida axborot suhbatlarini o'tkazish texnologiyalariga, ma'lumotlarni so'rashga, argumentativ muloqotlarga, ishbilarmon muzokaralarga va bir shaxsning ong mazmunini boshqa shaxsga eng yaxshi tarzda uzatish masalalariga bag'ishlangan masalalar alohida e'tiborga olinmoqda. Ushbu masalalar doimo klassik va zamonaviy shakldagi ritorikaning diqqat markazida bo'lgan. Aynan ritorika lingvistikaning yangi yo'nalishi – nutqiy kommunikatsiya nazariyasi uchun asosiy fanlardan biriga aylangan. Aloqa va axborot vositalarining rivojlanishi ommaviy kommunikatsiya hodisasining yuzaga kelishiga sabab bo'ldi. Ishlab chiqarish faoliyatining insoniy tarkibiy qismiga bo'lgan qiziqish menejment sohasida kommunikatsiya muammosini oldinga surdi. Kommunikatsiya masalalarini o'rganish tarixi esa kommunikativ jarayonlarni modellashtirish usullarining yaratilishiga asoslangan holda kuzatiladi. Kommunikatsiya masalalariga e'tibor qaratish zamonaviy tilshunoslikning dolzarb yo'nalishlaridan biridir. Mazkur parcha kommunikatsiya nazariyasining rivojlanishi, ayniqsa, uning ritorika, menejment va ommaviy axborot vositalari bilan uzviy bog'liqligini ta'kidlaydi. Tilni muloqot vositasi sifatida o'rganish lingvistik tizimdan tashqariga chiqib, uning ijtimoiy va amaliy funksiyalariga e'tibor qaratishni talab qiladi. Ritorikaning klassik va zamonaviy shakllari kommunikatsiya jarayonida mazmunni samarali yetkazish, tinglovchini ishontirish va muloqot samaradorligini oshirishning universal tamoyillarini taklif qiladi. Nutqiy kommunikatsiya nazariyasining rivojlanishi ushbu tamoyillarning lingvistik jihatdan tizimli tahlil qilinishiga sabab bo'ldi. Masalan, argumentatsiya, muzokaralar va axborot uzatish jarayonlari kognitiv, sotsiolingvistik va pragmatik yondashuvlar yordamida chuqur tadqiq etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

(1). Сосновская А.М. Деловая коммуникация и переговоры. Учеб. пособие, СПб., изд-во "СЗАГС", 2011, с. 8; с. 92 – 117.

(2). Xolisova G., Murhanova M. Nutqning o'zaro ta'siri jarayonidagi analik va diskursiv xususiyatlari. "Pedogog" jurnali, Vo l6, 12-son (2023).

(3). Xolisova G. Diskurs va diskursiv tahlil bo'yicha lingvistk yondashuvlar. Umumiy filologiyaning dolzarb masalalari. Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari, 2024.

[1] Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990, с. 136 – 137.