

**ТИЖОРИЙ ДИСКУРСНИНГ НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ ХУСУСИЯТЛАРИГА  
ДОИР НАТИЖАЛАР**

Холисова Гавхарой Маннобжон қизи  
Андижон давлат чет тиллар институти  
Тел:998881656262

**Аннотация:**

Ахборот беришнинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиш асосида ахборотнинг ҳар бир стратегияси сезиларли даражада фарқ қилиши аниқланди.

**Калит сўзлар:** лексема, ассоциатив майдон, сема, расмий мурожаат, лексик бирликлар, майдонининг ядроси.

**RESULTS FROM A STUDY OF COMMERCIAL DISCOURSE**

**Annotation:**

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

**Keywords:** lexeme, associative field, sema, formal reference, lexical units, the core of the field.  
Результаты исследования коммерческого дискурса

**Аннотация:**

На основании изучения специфики отчетности было установлено, что каждая информационная стратегия существенно отличается.

**Ключевые слова:** лексема, ассоциативное поле, сема, формальная ссылка, лексические единицы, ядро поля.

Тижорий дискурда импулс репрезентларининг маъноси ҳам сезиларли даражада фарқ қилади: импулс нафақат касбий тижорат фаолиятига, балки ижтимоий, академик соҳага ҳам тегишли. Рағбатлантириш нафақат кўпроқ моддий мукофотлар билан боғлиқ. Ташувчиларнинг онгида итариш, туртки орқали туртки бериш тижорат соҳаси билан боғлиқ эмас. Босим, шунингдек, ҳаракатни рағбатлантириш ўрнига, ҳаракат сифатида қабул қилинади. Мажбурий ҳаракатларнинг ўзи салбий қабул қилинади. Ҳаракатга йўналтиришнинг энг кўп, кенг тарқалган стратегияси босимдир, ушбу стратегияга мурожаат қилиш сони таҳлил қилинганларнинг умумий сонининг 47 фоизини ташкил қилади. Йўналтириш ва мажбурлаш, импулс ва йўналтириш, импулс ва туртишнинг ассоциатив майдонларининг кесишиши қайд этилган. Амалга ундайдиган ассоциатив майдоннинг ядроси қуйидаги ассоциатларни ўз ичига олади: (1) тугма (тугмага, тугмани); (2) ишга (иш, ишлаш, меҳнатга); (3) орқага; (4) куч (кучни, кучли); (5) бажариш (қилиш,

амалга ошириш); (6) физика (физикада); (7) тепки (тепкини); (8) ҳаётни; (9) педал (педалга); (10) ўқишга (таълим олиш). Рағбатлантиришнинг ассоциатив соҳасининг ядроси у ёки бу тарзда ишлаб чиқариш, ижтимоий ва ўқув фаоллигини ошириш мотивацияси билан боғлиқ реакцияларни ўз ичига олади.

Тижорий дискурда шикоят ниятлари асосан тўғридан-тўғри шикоят номинацияси билан амалга оширилади (таҳлил қилинган стратегиялар умумий сонининг 79%) - адолатсизлик ҳисси, ҳуқуқ ва эркинликларнинг бузилиши ёки шикоятни акс эттиришга қаратилган хатти-ҳаракатлар билан мурожаат қилинган расмий мурожаат. Лексик бирликлар "хўрсиниш", "туҳмат" эскирган, улар тижорий дискурда ишлатилмайди. Ҳамдардлик шамаси билан бирлаштирилган шикоят ва хўрсиниш ассоциатив майдонларининг кесишиши қайд этилган. Ниятнинг ассоциатив майдонининг ядросига шикоятнинг жисмоний кўринишлари билан боғлиқ бўлган хўрсинишлар (ох, эҳ) билан бирга лексемалар, шунингдек, хўрсинишларнинг турли хил хусусиятлари киради: чуқур, охирги, ачинишни акс эттирувчи.

Тижорий дискурда рад этиш стратегиялари денотатлар сони, фойдаланишнинг ўзига хос хусусияти билан сезиларли даражада фарқ қилади. Рад этиш - бу таклифга салбий муносабат, жавоб ҳам ижобий, ҳам салбий бўлиши мумкин, рад этиш таклифни рад этишни, келишмовчиликни назарда тутати - таклифни рад этишни англамайдиган позицияларнинг изчиллиги йўқлиги, рад этиш кўпроқ ҳиссий рад этиш туфайли ўзаро таъбирнинг тўлиқ тўхташи билан боғлиқ. Энг кўп қўлланиладиган стратегия - бу рад жавобини жавоб сифатида қабул қилиш (таҳлил қилинган реакциялар умумий сонининг 83%). Рад этиш ва жавоб бериш, рад этиш ва инкор этишнинг ассоциатив майдонларининг тасодифийлиги қайд этилган. Рад этиш ниятидаги ассоциатив майдоннинг ядроси қуйидаги бирликларни ўз ичига олади: (1) савол, (2) ҳа, (3) ёлғизлик, (4) рад этиш, (5) тўғри, (6) ҳеч нарса, (7) йўқ, (8) радди маърака, (9) вақт, (10) инкор. Ядро реакцияларининг аксарияти синонимик (рад этиш, инкор этиш, йўқ) ёки антонимик (ҳа) муносабатларга асосланган алоқа (савол) билан боғлиқ.

Кечирим сўраш ниятидан четга чиқиш стратегияси бошқача. Энг кенг тарқалган стратегиялар - айбни тан олиш (таҳлил қилинганларнинг умумий сонининг 47%) ва афсусланиш (30%). Энг ҳиссий стратегия - бу афсусланиш, бу фақат хафагарчилик, ғам, қайғу ва ҳоказоларнинг эмоционал ҳолатлари билан боғлиқ бўлиб, натижада стратегияга мурожаатлар сони камаяди. Кечирим стратегияси ҳам тижорий мулоқот, ҳам ўзаро алоқанинг бошқа соҳалари билан боғлиқ бўлиши мумкин. Стратегияларнинг ассоциатив соҳалари бир-бирига мос келмайди. Кечирим сўрашнинг ассоциатив майдонининг асосий қисмига қуйидаги ассоциатлар киради: (1) ёлғон, (2) хафагарчилик, (3) қайғу, (4) ҳаёт, (5) ҳақиқат, (6) унутиш, (7) дўст, (8) тушуниш, (10) ҳалоллик. Кечирим сўраш нияти ёлғон, ҳақиқатдан четга чиқиш, муносабатларда ҳалоллик, она тили билан дўстона муносабатда бўлган одамлар билан боғлиқ. Ёлғончилик, инсофсизликнинг намоён бўлиши ҳаётнинг ажралмас қисми, унутилиши ва кечирилиши керак бўлган нохуш ҳолат сифатида қабул қилинади.

Олинган натижаларга кўра, тижорий дискурда энг кенг тарқалган кечирим сўраш стратегияси айбни тан олиш эканлигини акс эттиради. Кўпинча кечирим сўрашга афсусланиш билан бирга келади, кечирим ва баҳона эса камроқ учрайди.

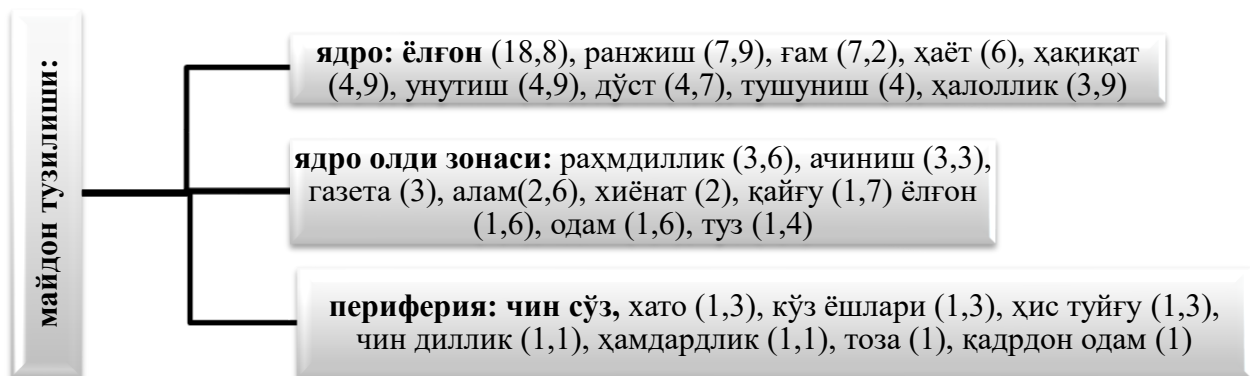
Фоиз сифатида тижорат субкурсида ишлатиладиган лексемалар сонининг ассоциатлар сонига нисбати қуйидаги расмда кўрсатилган:

Юқорида келтирилган маълумотлар акс эттирганидек, аксарият ҳолларда корпусдаги фойдаланиш сони ассоциатлар сонидан анча кам, бу эса узр сўраш стратегиялари нафақат она тили билан суҳбатдошлар онгида тижорий мулоқот билан боғлиқлигини, лексемаларнинг ўзаро таъсирнинг бошқа соҳаларида кенг ишлашини, қўшимча ассоциатив маъноларга эга бўлишини англатади.

Тадқиқотнинг кейинги босқичида ўрганилаётган бирликлар ассоциатларининг хусусиятларини таҳлил қилиш ўринли кўринади.

Кечирим сўраш ниятидаги рейтинг натижасида қуйидаги ассоциатларни ажратиш мумкин: (1) ёлғон, (2) алам, (3) қайғу, (4) ҳаёт, (5) ҳақиқат, (6) унутиш, (7) дўст, (8) тушуниш (10) ҳалоллик. Кўриб турганингиздек, кечирим сўраш нияти ёлғон, ҳақиқатдан четга чиқиш, муносабатларда ҳалоллик билан боғлиқ. Биринчи навбатда улар билан дўстона муносабатда бўлган одамларга тегишлидир. Шу билан бирга, натижада пайдо бўлган ассоциатлар ҳаётнинг ажралмас қисми, унутулиши ва кечирилиши керак бўлган нохуш ҳолат сифатида тушунилган инсофсизлик, ёлғон намоёишлари фалсафий англашни акс эттиради.

График шаклда лексемалар ассоциатив даражасининг майдон тузилиши - тижорий дискурда кечирим сўраш репрезент лексемалари қуйидаги расмда кўрсатилган:



Тадқиқотнинг кейинги босқичида семани изоҳлаш натижаларини, шунингдек тижорий дискурда узр сўраш ниятининг функционал хусусиятларини аниқлашга ўтиш мақсадга мувофиқ.

Шундай қилиб, ўтказилган таҳлил асосида хулоса қилиш мумкинки, кечирим сўраш ниятини акс эттиришнинг асосий воситаси - бу ўз айбини тан олиш, бу лексик birlik тижорий мулоқот субкорпусида таҳлил қилинганларнинг энг кўпи. Афсусланишни изҳор этиш умумий стратегиядир. Шу билан бирга, кечирим стратегияси тижорий дискурда камдан кам қўлланилади, чунки бу юқори ҳиссий таркибий қисм, кечирилганини ҳиссиётлар, қайғу, ғам ҳиссиётлари билан ажралмас алоқада қабул қилиш. Ушбу мулоқот соҳасидаги шафқат ҳиссини кўрсатиш мумкин эмас.

Албатта, таҳлил қилинган ниятларни ақс этиришнинг барча хусусиятлари, тижорий дискурснинг хусусиятлари аниқланган қонуниятлар билан чегараланиб қолмайди, бу йўналишдаги ишлар давом этирилиши керак

#### Фойдаланилган адабиётлар

- i. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011.
- ii. Большаков С. Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петербур. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012.
- iii. Мандрица В. М. Этика бизнеса - деловое общение / В. М. Мандрица, И. В. Мандрица. - Ростов-на-Дону : РИНХ, 2005 (ООО АзовПечать).
- iv. Желамская В. А. Лингвистическая структура деловой документации на материале французского и итальянского языков: Дисс. канд. филол. наук. – Москва, 2017
- v. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения: Английский язык. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного университета, 1992.