

**BIZNES DISKURSINING LINGVOPRAGMATIK
XUSUSIYATLARI**

Mashxura Tursunova

Andijon davlat universiteti tayanch doktoranti,

**LINGUO-PRAGMATIC FEATURES OF
BUSINESS DISCOURSE**

Mashkhura Tursunova

PhD student of Andijan state university

**ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА**

Машхура Турсунова

докторант Андижанского государственного университета.

Annotatsiya. Ushbu tezis biznes diskursining lingvopragmatik xususiyatlarini o'rganishga bag'ishlangan. Biznes muloqotida til birliklarining qanday shakllarda qo'llanilishi, muloyimlik va yumshatish strategiyalari hamda rasmiy muloqot uslublarining ahamiyati tahlil qilinadi. Ingliz va o'zbek tillaridan olingan real misollar yordamida ularning o'ziga xos pragmatik xususiyatlari taqqoslanadi. Tadqiqot natijalari biznes muloqotining samaradorligini oshirishda lingvopragmatik yondashuvning muhimligini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: biznes diskurs, lingvopragmatika, muloyimlik, yumshatish strategiyasi, rasmiy muloqot, ingliz tili, o'zbek tili.

Annotation. This article explores the linguo-pragmatic features of business discourse, focusing on the use of language units, politeness, hedging strategies, and formal communication styles. Real examples from English and Uzbek languages are analyzed to compare their pragmatic characteristics. The findings emphasize the importance of a linguo-pragmatic approach in enhancing the effectiveness of business communication.

Keywords: business discourse, linguo-pragmatics, politeness, hedging strategies, formal communication, English, Uzbek.

Аннотация. Данная статья посвящена изучению лингвопрагматических особенностей делового дискурса. Анализируются использование языковых единиц, стратегии вежливости, смягчения и официальные стили общения. На основе реальных примеров из английского и узбекского языков проводится сопоставление их прагматических характеристик. Результаты исследования подчеркивают

важность лингвопрагматического подхода для повышения эффективности деловой коммуникации.

Ключевые слова: деловой дискурс, лингвопрагматика, вежливость, стратегии смягчения, официальное общение, английский язык, узбекский язык.

Kirish. Biznes diskurs – bu professional muloqotning til vositalari orqali amalga oshiriladigan ko‘rinishi bo‘lib, uning samaradorligi lingvopragmatik xususiyatlarga bog‘liq. Lingvopragmatika so‘zlovchining maqsadi va kontekst asosida qanday semantik va pragmatik strategiyalar qo‘llanilishini o‘rganadi. Ayniqsa, muloyimlik, yumshatish (hedging) va rasmiy uslub biznes muloqotining muhim qismlaridan hisoblanadi. Ingliz va o‘zbek tillaridagi biznes muloqotida pragmatik yondashuv turlicha namoyon bo‘ladi. Ingliz tili bilvosita va muloyim nutq strategiyalariga tayanadigan bo‘lsa, o‘zbek tilida aniq, qisqa va rasmiy ifodalar ustunlik qiladi. Ushbu maqola ana shu xususiyatlarni real misollar asosida lingvopragmatik jihatdan tahlil qilishga qaratilgan.

Adabiyotlar tahlili. Biznes diskursining lingvopragmatik xususiyatlarini tahlil qilishda rus, qozoq va ingliz olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlar muhim ahamiyatga ega. Bu olimlarning ishlari pragmatik strategiyalarning til va madaniyat bilan uzviy bog‘liqligini ko‘rsatib beradi. Danyushina (2011) biznes diskursining pragmatik tabiatini o‘rganib, uning faoliyatga yo‘naltirilgan ekanligini ta’kidlaydi. Uning fikricha, biznes muloqoti aniq va maqsadga yo‘naltirilgan bo‘lib, unda muloyimlik va rasmiylik muhim o‘rin tutadi. Xususan, rus tilida biznes muloqotida to‘g‘rilik va ishonchlilikni ta’minlovchi strategiyalar ko‘p uchraydi. Buning aksicha, ingliz tilidagi biznes diskursida, Bhatia (2004) ta’kidlaganidek, bilvosita ifodalar va "hedging" strategiyalaridan keng foydalaniladi. Masalan, inglizcha muloqotda "We would appreciate it if..." kabi iboralar yordamida muloyimlik bilan talab ifodalanadi, bu esa muloqotning pragmatik jihatdan yumshoqroq tus olishini ta’minlaydi. Beznayeva (2015) biznes kommunikatsiyasining lingvopragmatik xususiyatlarini madaniy omillar bilan bog‘liq holda o‘rganadi. U rus tilidagi rasmiy biznes diskursining pragmatik samaradorligini aniq ifodalangan talab va takliflar orqali tushuntiradi. Ingliz tilida esa muloyimlik strategiyalari muloqotning ishonchli va hamkorlikka yo‘naltirilgan tusini kuchaytiradi. Beznayevaning bu yondashuvi Swales (1990) tomonidan keltirilgan janr tahlili bilan uyg‘unlashadi. Swales biznes diskursining pragmatik maqsadini – iltimos, taklif va kelishuvlar kabi nutq aktlari orqali amalga oshirilishini ko‘rsatadi.

Qozoq olimasi Aymoldinova (2017) o‘z tadqiqotida biznes diskursini qozoq va ingliz tillari o‘rtasida taqqoslab, pragmatik strategiyalarning madaniy farqlar bilan uzviy bog‘liqligini ochib beradi. Unga ko‘ra, qozoq va rus biznes muloqoti aniq, qisqa va rasmiy bo‘lsa, ingliz tilida muloyimlik va bilvosita ifoda ustunlik qiladi. Aymoldinova biznes diskursida qo‘llaniladigan "formal strategiyalar" o‘zaro ishonchni ta’minlashda va pragmatik maqsadlarga erishishda muhim vosita ekanini ta’kidlaydi. Rus va qozoq tadqiqotchilari (Danyushina, Beznayeva, Aymoldinova) biznes diskursining rasmiyligi va

aniq ifoda uslublarini pragmatik jihatdan tahlil qilgan bo'lsa, ingliz tilshunoslari (Swales, Bhatia) muloyimlik, bilvosita talab va "hedging" strategiyalarining samaradorligini ko'rsatib o'tgan. Bu ikki yondashuv muloqotning madaniy va lingvistik farqlarga bog'liqligini tasdiqlaydi va global biznes muloqotining samaradorligini oshirishda pragmatik yondashuvning muhimligini ta'kidlaydi.

Muhokama va tahlillar. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, biznes diskursining lingvopragmatik xususiyatlari til va madaniyatga bog'liq holda shakllanadi va qo'llaniladi. Ingliz va o'zbek tillari orasidagi farqlarni aniqlash orqali biz biznes muloqotining samaradorligini oshirish yo'llarini tushunishimiz mumkin. Ushbu farqlar, ayniqsa, muloyimlik strategiyalari, rasmiylik darajasi va talablarni ifodalash uslubida yaqqol namoyon bo'ladi.

Ingliz tilida biznes diskursining pragmatik strategiyalari ko'proq yumshatish (hedging) va bilvosita ifoda asosida quriladi. Bunday yondashuv so'zlovchining talab yoki taklifni bevosita emas, muloyim tarzda ifodalashiga imkon beradi. Misol tariqasida, *"We kindly request you to consider this proposal at your earliest convenience"* kabi iboralar keltirish mumkin. Bunday strategiyalar muloqotga professional va hamkorlikka asoslangan ohang beradi. Ushbu pragmatik yondashuv muloqot jarayonida tomonlar o'rtasidagi ishonchni mustahkamlaydi, lekin ayni paytda talabni yumshoq shaklda yetkazishni ta'minlaydi.

O'zbek tilida esa biznes diskursida aniqlik va rasmiylik asosiy o'rinni egallaydi. O'zbek tilidagi pragmatik strategiyalar to'g'ridan-to'g'ri muloqot orqali ifodalanadi, lekin bu jarayonda hurmat saqlanadi. Masalan, *"Sizdan ushbu taklifni ko'rib chiqishingizni so'raymiz"* kabi jumlar qisqa, aniq va rasmiy ohangda tuziladi. Ingliz tilidagi kabi yumshatish strategiyalari kamroq qo'llanilsa-da, formal tuzilma orqali pragmatik maqsadga erishiladi. Bu o'zbek madaniyatida aniqlik va bevosita muloqotga bo'lgan ehtiyojni aks ettiradi.

Tahlil jarayonida aniqlangan ushbu farqlar xalqaro biznes muloqotida alohida ahamiyat kasb etadi. Ingliz tilidagi "hedging" va muloyimlik uslublari xalqaro hamkorlikda muvaffaqiyatli ishlatilsa, o'zbek, rus va qozoq tillaridagi aniq va qisqa ifodalar ichki biznes muloqotida samaradorlikni oshiradi. Shu sababli, lingvopragmatik farqlarni bilish va ulardan to'g'ri foydalanish biznes muloqotida tushunmovchiliklarning oldini olishda, samarali kelishuvlarga erishishda muhim vosita hisoblanadi.

Xulosa. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, biznes diskursining lingvopragmatik xususiyatlari har bir til va madaniyatning o'ziga xosligi bilan bog'liq. Ingliz tilida muloyimlik va bilvosita ifodalar yordamida pragmatik strategiyalar qo'llanilsa, o'zbek tilida aniqlik va formal tuzilma ustunlik qiladi. Mazkur diskursda tillarida ham rasmiylik va qisqalik asosiy o'rin tutadi, biroq o'zbek tilida bilvosita unsurlar ham namoyon bo'ladi. Ushbu farqlarni bilish xalqaro biznes muloqotida samaradorlikni oshirish va tushunmovchiliklarning oldini olishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Aymoldinova, Zh. *Lingvopragmaticheskie Osobennosti Delovogo Diskursa*. Almaty: Kazakh University Press, 2017.
2. Bargiela-Chiappini, Francesca, Catherine Nickerson, and Brigitte Planken. *Business Discourse*. Palgrave Macmillan, 2007.
3. Beznayeva, T. V. *Lingvopragmatika i Kul'turnaya Spetsifika Biznes-Kommunikatsii*. Moscow: Flinta Nauka, 2015.
4. Bhatia, Vijay K. *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View*. Continuum, 2004.
5. Danyushina, M. A. *Deyatelnostnaya Priroda Biznes-Diskursa*. Moscow: Vysshaya Shkola, 2011.
6. Swales, John M. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge University Press, 1990.
7. Wierzbicka, Anna. *Semantics: Primes and Universals*. Oxford University Press, 1996.
8. Yo'ldoshev, N. *O'zbek Tilida Formal Nutq Tuzilmalari*. Toshkent: Fan, 2009.