

**TIJORIY DISKURSNING AMALIY AHAMIYATIGA DOIR
MULOHAZALAR***ADCHTI dotsenti Xolisova G.M**Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori*

Annotatsiya: Og'zaki tijoriy muloqot paytida samarali madaniyatlararo muloqotni kuchaytirish, shuningdek muloqotning pragmatik mazmunini aniqlay olish uchun muloqot egalari ijtimoiy-madaniy, ijtimoiy-pragmatik va pragma-lingvistik bilimlariga ega bo'lishlari kerak.

Abstract: In order to strengthen effective intercultural communication during oral commercial communication, as well as to be able to determine the pragmatic content of communication, communicators should have socio-cultural, socio-pragmatic and pragma-linguistic knowledge.

Kirish.

Bugungi kunda xalqlar o'rtasida ijtimoiy va tijoriy aloqalar sezilarli tarzda rivojlanganini kuzatishimiz mumkin. Shuningdek, O'zbekistonda ham bu rivojlanish, tijoriy va tadbirkorlik ishlari tez sur'atda oshib bormoqda va jahondagi xalqaro kompaniyalar bilan shartnoma imzolanmoqda. Jahon tilshunosligida ijtimoiy-pragmatik tadqiqiga doir izlanishlarning ko'lami ortib bormoqda. Jumladan, lisoniy vositalarning diskurs maqomidagi o'rganishlar amaliy jihatdan samarali kechmoqda. Bugungi kunda xalqlar o'rtasida ijtimoiy va tijoriy aloqalar rivojlanib bormoqda, shu o'rinda tijoriy muloqot o'zgarmoqda. Mana shu tijoriy muloqot jarayonlarini bajarishda uning ijtimoiy-pragmatik jihatlarini aniqlash masalasi o'z yechimini kutmoqda. Tijorat – bu mutlaq iqtisodiy hodisadir, uning maqsadi foyda olish. Shunga ko'ra, tijoriy muloqot bu moddiy manfaat olishga qaratilgan tijorat faoliyati ishtirokchilarining kommunikativ o'zaro ta'siridir. Sh.Safarov: “Til muloqot vositasi bo'lish bilan bir qatorda dunyoni bilish, uning haqida axborot to'plash va uni saqlash, boshqalarga yetkazish vositasi hamdir” – deb ta'kidlagan edi.

Og'zaki tijoriy muloqot paytida samarali madaniyatlararo muloqotni kuchaytirish, shuningdek muloqotning pragmatik mazmunini aniqlay olish uchun muloqot egalari ijtimoiy- madaniy, ijtimoiy-pragmatik va pragma-lingvistik bilimlariga ega bo'lishlari kerak. Muloqot egalari tijoriy suhbat vaqtida konseptual ma'nodan tashqariga chiqa olmasalar, pragmatik darajadagi jiddiy tushunmovchilik yuzaga kelishi mumkin. Ushbu maqolada madaniyatlararo muloqotdagi qiyinchiliklar muhokama qilinadi va ijtimoiy-pragmatik darajani o'z ichiga olgan yechimlar taklif qilinadi. Muloqot jarayonida so'zlarning ko'p ma'noli va tushunchalarga boy ekanligi sabab, muloqotchining niyatini talqin qilish ularni madaniy kontekstiga bog'liq,

shuning uchun muloqot ba'zan bilvosita va yashirin bo'lishi mumkin. Bunday muloqot jarayonida suhbatdoshiga yetarlicha madaniy jihatdan fikrini yetkazib bera olishi uchun muloqot egasidan moslashuvchanlik talab qiladi. Ma'lumki, ma'noning 3 turi mavjud: (i) Konseptual: so'z/gapning alohida-alohida ma'nosi (ii) Kontekstual: so'z/gap muayyan ma'noda qabul qiladigan (iii) Pragmatik: so'z/gapning mazmuni tufayli qabul qiladigan so'zlovchi va tinglovchi o'rtasidagi o'zaro ta'siri.) Ijtimoiy-pragmatikada til foydalanuvchilariga nisbatan aniqlanadi va pragmatika o'zaro ta'sirga murojaat qilgan holda, so'zlarni va jummalarni talqin qilish bilan shug'ullanadi, xuddi shu jarayonda tinglovchi va so'zlovchi muloqotni konseptual ma'nodan pragmatik ma'noga o'tishi kerak. Madaniyatlararo munosabatlarda duch keladigan qiyinchiliklardan muloqot egalari xabardor bo'lishi kerak. Tilning ijtimoiy-madaniy darajasida madaniyat umumiy qadriyatlar, e'tiqodlar va qadriyatlar sifatida belgilanadi. Bilamizki, har bir xalqning o'z madaniyati va xalqlar orasidagi madaniyatlar farqi katta. Xorijiy yurtga biznes yuritish maqsadida tashrif buyurgan tadbirkorda ko'pincha tijoriy muloqotda muammo yuzaga kelishi mumkin, ular orasida bitimlar kelishilbigina qolmay ular ortidan muzokaralar olib borilishi mumkin. Endilikda ishbilarmon tadbirkorlar yoki sayohatchilar mamlakatga tashrif buyurishdan oldin, o'zlarini madaniyat bilan tanishtirish kerak ekanligini aniqlaydilar. Misol uchun, O'zbekistonga tashrif buyurgan yoki o'sha yerda istiqomat qiluvchilar tijoriy muloqot jarayonida sotuvchi tomonidan aytilgan narxdan ancha kam miqdorda xarid qilishlarini kuzatishimiz mumkin bo'ladi, bu jarayonda ular o'zaro ijtimoiy-pragmatik ma'noda suhbatlashadi va ohirida yaxshi xaridga erishiladi. Qo'shni respublika Qirg'izistonni misolida tijoriy muloqot jarayoni ko'p vaqt talab etmaydi, chunki tadbirkor yoki sotuvchi aytilgan narxga mahsulotini pullaydi va xaridorlar savdolashib o'tirmaydilar. Lingvistik darajada biz aniq leksik, fonologik va grammatikaga e'tibor qaratamiz. Biroq ijtimoiy-pragmatik darajada biz so'zlovchini nima demoqchiligini tushunishimiz kerak, so'zlovchining ijtimoiy o'zaro ta'sirida so'z tanlashi va bu tanlovning tinglovchiga ta'sirini ko'rsatadi. Xulosa qilib aytganda, madaniyatlararo tijoriy muloqot jarayonida bo'lganimizda suhbatdoshimizning nutqidagi pragmatik (ko'zda tutiladigan va bilvosita) ma'noni aniqlash juda muhimdir. Biz so'zlovchini tinglayotganimizda uning jumla va so'zlarni tanlashdagi, shuningdek tinglovchiga bo'ladigan o'zaro ta'sirini talqin qilishimiz uchun konseptual ma'nodan pragmatik ma'noga o'tishimiz kerak. Madaniyatlararo munosabatlarga duch keladigan pragmatik qiyinchiliklardan muloqot egalari xabardor bo'lishlari kerak.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Levinson, S.C. (1997) *Pragmatics*, (1st ed) Cambridge:CUP.
2. Мощева С. В. *Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации: на материале коммерческого и некоммерческого*

- рекламного дискурса: автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Москва, 2019. – 52 с. – С. 21
3. Pragmatic approach to cross-cultural communication in the business world. Dr. DINÇAY KÖKSAL.Çanakkale Onsekiz Mart Universiteti, Turkiya
 4. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 1-том. –Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – Б. 33-34. (680 б.)
 5. Сафаров Ш. Прагмалингвистика. – Жиззах: Сангзор, 2007. – Б.231 б. Каримов Р. Тижорат хатларининг лингвопрагматик аспекти: ўзбек ва инглиз тили материаллари асосида фил. фан. бўйича фалсафа д-ри. илмий даражасини олиш учун ёзилган дисс. – Т., 2018. –190 б. Ўзбек тилининг изоҳли луғати 5-жилд. – Тошкент: Ўзбекистон Миллий энциклопедияси давлат нашриёти, 2008 – Б. 533
 6. <https://ziyouz.uz/>
 7. Данюшина Ю. В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ// Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - 2010. - № 2 (46). - С. 48 - 52. - С. 48