

Kodirova Mukaddas Tog'ayevna
Termiz davlat universiteti dotsenti, PhD
E-mail: qmuqaddas@mail.ru

Tel: +998 91 588 26 77

UDK: 811.111.81.2

O'ZBEK TILI BIZNES DISKURSIDA XUSHMUOMALALIK

KATEGORIYASINING O'RNI

Annotatsiya: Ushbu maqola tilshunoslikda diskurs tadqiqining muammolariga bag'ishlangan. Shuningdek, unda o'zbek tili biznes diskursidagi xushmuomalalikning rolini va namoyon bo'lishini o'rganadi. Biznes munosabatlarida xushmuomalalik strategiyalari qanday qo'llanilishini tahlil qilish orqali tadqiqot madaniy qadriyatlar va kommunikatsiya amaliyotlari o'rtasidagi chuqur bog'liqlikni ochib beradi. Natijalar xushmuomalalikning biznes munosabatlarini boshqarish, ijtimoiy hamohanglikni saqlash va kasbiy muhitda samarali kommunikatsiyani ta'minlash uchun qanday qo'llanilishini mumkinligini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: xushmuomalalik, biznes diskurs, bilvosita nutq, verbal bo'lmagan xushmuomalalik, madaniy ishoralar.

Кодирова Мукаддас Тогаевна
Доцент Термезского государственного университета, PhD
Э-почта: qmuqaddas@mail.ru
Тел: +998 91 588 26 77

МЕСТО КАТЕГОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

УЗБЕКСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация: Данная статья посвящена проблемам исследования дискурса в лингвистике. В нем также исследуется роль и проявление вежливости в деловом дискурсе узбекского языка. Анализируя, как стратегии вежливости используются в деловых отношениях, исследование выявляет глубокую связь между культурными ценностями и практиками общения. Результаты показывают, как вежливость используется для управления

деловыми отношениями, поддержания социальной гармонии и обеспечения эффективного общения в профессиональной среде.

Ключевые слова: вежливость, деловой дискурс, косвенная речь, невербальная вежливость, культурные сигналы.

Kodirova Mukaddas Togaevna

Associate Professor of Termez State University, PhD

E-mail: qmuqaddas@mail.ru

Phone: +998 91 588 26 77

THE PLACE OF THE CATEGORY OF POLITENESS IN THE BUSINESS DISCOURSE OF THE UZBEK LANGUAGE

Abstract: This article is devoted to the problems of discourse research in linguistics. It also studies the role and manifestation of politeness in Uzbek language business discourse. By analyzing how politeness strategies are used in business relationships, the study reveals a deep connection between cultural values and communication practices. The results highlight how politeness can be used to manage business relationships, maintain social harmony, and ensure effective communication in professional settings.

Keywords: politeness, business discourse, indirect speech, non-verbal politeness, cultural cues.

Kirish

Biznes kommunikatsiyasi muvaffaqiyatli muzokaralar va hamkorliklar uchun muhim ahamiyat kasb etadi [8], ayniqsa, madaniy xilma-xillik mavjud bo'lgan muhitlarda. O'zbek tili biznes diskursi til sohiblarining o'ziga xos madaniy va lingvistik fonida shakllangan bo'lib, u yerda an'anaviy va zamonaviy ta'sirlar kesishadi. Xushmuomalalik samarali kommunikatsiyaning asosiy qismidir, ayniqsa, biznes kontekstlarda munosabatlarni saqlash va mojarolardan qochish muhim bo'lganda. O'zbek biznes diskursida xushmuomalalik madaniy me'yorlar va amaliyotlarga chuqur singgan bo'lib, biznes professionallarining bir-biri bilan qanday o'zaro ta'sir qilishini shakllantiradi. Ushbu tadqiqot o'zbek biznes

diskursida qo'llaniladigan aniq xushmuomalalik strategiyalarini o'rganishni maqsad qiladi.

Adabiyotlar tahlili

Zamonaviy tilshunoslikda xushmuomalalik kategoriyasi haqida yagona qarash mavjud emas. G.R. Vlasyan "Lingvistik xushmuomalalik ta'rifiga turlicha yondashuvlar" [7] deb nomlangan maqolasida xushmuomalalikni quyidagi yondashuvlari va tushunchalarini ajratib ko'rsatadi: xushmuomalalik nutq maksimalari va qoidalari sifatida (G.P.Gris, R.Lakoff, J. Lich [4]) [6]; xushmuomalalik axloqiy kategoriya sifatida (L. Kastler, N.I.Formanovskaya, S.A.Risinzon); xushmuomalalik inson statusini baholovchi sifatida (V.E.Goldin, V.I.Karasik) va xushmuomalalik yuzda ifoda saqlovchi sifatida (E.Goffman, P.Braun, S.Levinson, R.Scillon, S.Scillon). G.R.Vlasyan esa, xushmuomalalik kategoriyasini etnikmadaniy o'ziga xos birlik deb ataydi [7].

Tadqiqot metodologiyasi

O'zbek tili biznes diskursida xushmuomalalik kategoriyasining o'rniga bag'ishlangan ushbu maqolada ilmiy tadqiqotning tilshunoslik sohasida qo'llaniladigan analiz, sintez, qiyosiy tahlil kabi metod va usullaridan samarali foydalanildi.

Tahlil va natijalar

O'zbek madaniyati hurmat, kamtarlik va ijtimoiy uyg'unlikni saqlashga katta e'tibor beradi, bu qadriyatlar tilda o'z aksini topadi. O'zbek tilida xushmuomalalik an'anaviy qadriyatlar, masalan, katta yoshdagilarga hurmat, kamtarlik va jamoatchilikka xizmat qilish kabi qadriyatlar bilan chambarchas bog'liq. Bu madaniy me'yorlar xushmuomalalikning kundalik va biznes aloqalarida qanday ifodalanganligini belgilaydi. O'zbek tilida biznes diskursida xushmuomalalikni ifodalash uchun quyidagilardan foydalaniladi:

1. *Hurmat ko'rsatish va unvonlardan foydalanish*: Biznes professionallari bir-biriga unvonlar va hurmat ko'rsatish so'zlari bilan murojaat qilishadi, bu ijtimoiy mavqe va yoshga hurmatni aks ettiradi. Bu amaliyot ayniqsa iyerarxik biznes tuzilmalarida muhimdir. Masalan, "Siz" va "Janob/Xonim" murojaat

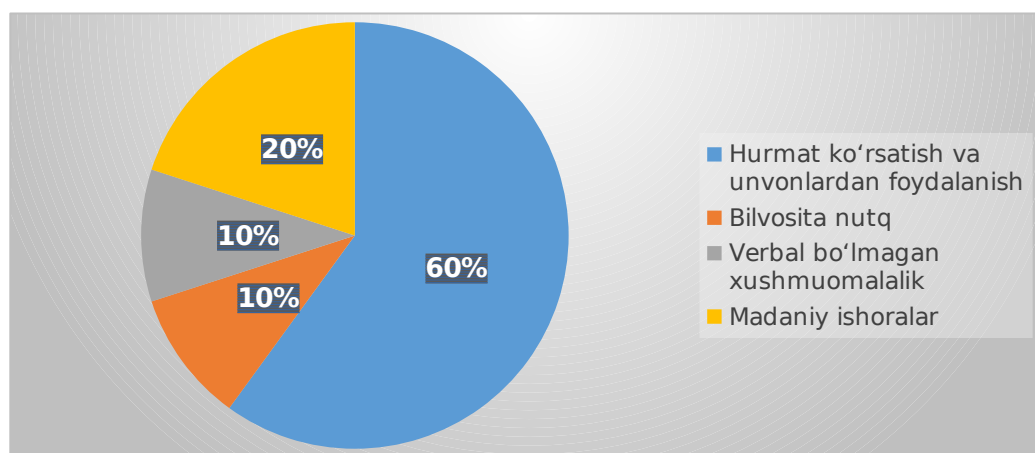
shakllaridan: “**Siz** bilan kelishuvni muhokama qilish uchun qo‘ng‘iroq qilmoqchimiz, **Janob** Karimov”. Bu misolda “Siz” formal muomala, hamkorni hurmat bilan chaqirishga xizmat qiladi. “Janob” unvoni ham shu maqsadda qo‘llaniladi; “**Gulnora opa**, biz sizning fikringizni bilib olmoqchimiz”. “Opa” qaindoshlik terminini qo‘shish suhbattashuvchini iliq va hurmatli tarzda chaqirishga xizmat qiladi. Bu so‘z hamkorga o‘zini qulay his qilishiga yordam beradi.

2. *Bilvosita nutq*: Bilvosita til so‘rovlarni yumshatish, fikr-mulohazalar berish yoki norozilikni bildirish uchun qo‘llaniladigan odatiy strategiya hisoblanadi [2]. Bu bilvositalik ko‘pincha yumshatuvchi so‘zlar, passiv qurilmalar va evfemizmlardan foydalanishni o‘z ichiga oladi. Masalan, so‘rovlarni yumshatishda: “Agar mumkin bo‘lsa, ertaga biz bilan uchrashishni rejalashtirsangiz yaxshi bo‘lardi”. Bu gapda “agar mumkin bo‘lsa” iborasi so‘rovni to‘g‘ridan-to‘g‘ri berish o‘rniga yumshoq va hurmatli shaklda ifodalashga xizmat qiladi; “Taqdimot keyingi seshanba kuni amalga oshiriladi.” Passiv konstruktsiya (*amalga oshiriladi*) gapiruvchini to‘g‘ridan-to‘g‘ri mas’uliyatdan ozod qiladi va shu bilan birga, so‘rovni yumshoq tarzda ifodalashga yordam beradi.

3. *Verbal bo‘lmagan xushmuomalalik*: O‘zbek tili biznes diskursida verbal bo‘lmagan xushmuomalalik ko‘pincha so‘zsiz (ishoralar, ko‘z aloqasi va b.) muloqotning ahamiyatli qismi hisoblanadi [3]. Xushmuomalalikning bu turi turlicha amalga oshirilishi mumkin, masalan, tanishish va qo‘l berish: “Ish uchrashuviga kelgan hamkorga jilmayib **qo‘l cho‘zib** salom berdi, so‘ngra **o‘zini tanishtirdi**”. Bu harakatlar iliq va ochiq munosabatni namoyon etadi va muloqotning o‘zaro hurmatga asoslanganligini ko‘rsatadi.

4. *Madaniy ishoralar*: Madaniy o‘ziga xos ishoralar, masalan, maqollar va frazeologik ifodalardan foydalanish biznes nutqida xushmuomalalikning yana bir ko‘rinishidir. Ushbu ishoralar ko‘pincha hurmat va hamohanglik qadriyatlariga muvofiq keladigan yashirin ma’nolarni ifodalaydi [5]. Mas., “Bu masalada hamma narsani batafsil tushuntirishim mumkin, lekin **bir so‘z bilan yuz so‘z aytilsin**, biz

birgalikda ishlay olamiz”. Bu maqol (*bir soʻz bilan yuz soʻz aytilsin*) muloqotda qisqa va aniqlikni taʼkidlaydi. Bu maqolning ishlatilishi suhbatdoshga gapirilgan gapning mazmunini tushunishni osonlashtiradi va oʻzaro ishonchni kuchaytiradi. Bundan koʻrinib turibdiki, oʻzbek tilida biznes diskursida maqollar va iboralarni qoʻllash oʻzaro hurmatni koʻrsatish, oʻz fikrlarini aniqroq va samaraliroq yetkazish, shuningdek, suhbatdosh bilan ishonchli va samimiy munosabatlarni oʻrnatishga yordam beradi. Tahlillar shuni koʻrsatdiki, oʻzbek tili biznes diskursida xushmuomalalik bilvosita, rasmiylik va hurmat koʻrsatish usullari bilan xarakterlanadi. Tahlil uchun 50 ga yaqin biznes muloqotlar kuzatildi va quyidagi natijalarga erishildi:



1-rasm. Oʻzbek tilida biznes diskursida xushmuomalalikni ifodalash

Oʻzbek tilidagi materiallarni oʻrganish natijasida olib borilgan tahlil, ushbu xushmuomalalik elementlarining qanday amalga oshirilayotganini va bu elementlarning biznes aloqalaridagi oʻrni aniqlandi:

1. *Hurmat koʻrsatish*: Oʻzbek biznes muloqotida hurmat koʻrsatish ancha oldin-sezilgan va qadrlangan qadriyat sifatida nazarda tutiladi. Odatda, biznes xodimlari bir-biriga unvonlar orqali murojaat qilishadi, bu esa ijtimoiy mavqe va yoshga boʻlgan hurmatni aks ettiradi. Mas., “*Janob*”, “*Xonim*”, “*Doktor*” kabi unvonlar muntazam foydalaniladi va bu muloqotda rasmiylikni hamda hamkorlar oʻrtasida hurmatni saqlaydi.

2. *Bilvosita nutq*: Ushbu strategiya soʻrovlar, fikr-mulohazalar va rad etish jarayonlarida xushmuomalalikni saqlashga yordam beradi. Mas., biron-bir masala haqida samimiy muhokama qilishda, iboralar (“*Agar imkoniyat boʻlsa*”) bilan

so'rovni yumshoq ifodalash, rad etishlarni diplomatik tarzda taqdim etilish, muloqotni yanada yumshoq va hurmatga asoslangan holatga olib keladi.

3. *Verbal bo'lmagan kommunikatsiya*: Bevosita so'zlar bilan bir qatorda, so'zsiz muloqot ham biznes muomalalarida muhim rol o'ynaydi. Ko'z aloqasi, jilmayish, qo'l berish kabi noverbal harakatlar, bir-biriga yaxshilik va samimiylik ko'rsatmasi sifatida qabul qilinadi. Bu, muloqotda ishtirok etayotgan taraflarning o'rtasida iliq muhitni yaratadi.

4. *Rasmiylik va samimiylik balansini saqlash*: O'zbek tilida biznes diskursida xushmuomalalikni ifodalashda, rasmiylik va samimiylik o'rtasida muvozanatni saqlash zarur. Boshqalar bilan bu muvozanatni topish, muvaffaqiyatli biznes aloqalarini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, 50dan ortiq biznes muloqotlarni o'rganish natijasida xushmuomalalikning ifodalanish usullari va uning samara keltirish qobiliyati oydinlashgan. Bu noan'anaviy strategiyalar va tajriba, o'zbek biznes muhitiga xos bo'lgan qadriyatlar va an'analar bilan uyg'unlashgan holda, muvaffaqiyatli muloqotlarni tashkil etishda yordam beradi.

Xulosa

Ushbu tadqiqot o'zbek tili biznes diskursida xushmuomalalikni atroflicha tahlil qiladi, kommunikatsiya amaliyotlarini shakllantirishda madaniy qadriyatlarning rolini ta'kidlaydi. Tadqiqot o'zbek tilida samarali biznes kommunikatsiya uchun mahalliy xushmuomalalik strategiyalarini tushunish va ularga moslashishning ahamiyatini uqtiradi. Tahlilga tortilgan materiallar madaniy kontekstning biznes kommunikatsiyasida xushmuomalalikni tushunishdagi ahamiyatini yorqinayotganini ko'rsatadi. O'zbek tili biznes diskursida xushmuomalalik faqat ijtimoiy me'yorlarga rioya qilish emas, balki murakkab ijtimoiy iyerarxiyalar va munosabatlarni strategik boshqarish haqida hamdir. Bilvosita til va hurmat ko'rsatish usullaridan foydalanish hurmat, kamtarlik va ijtimoiy hamohanglikni saqlashga qaratilgan kengroq madaniy urg'ularni aks ettiradi. Xalqaro biznes amaliyotchilari uchun ushbu xushmuomalalik strategiyalarini tushunish o'zbek tilidagi samarali kommunikatsiyalar uchun ham

muhimdir. Tadqiqot shuni ham ko'rsatadiki, ushbu strategiyalar mojarolar xavfini kamaytirish va o'zaro hurmatni mustahkamlash orqali biznes o'zaro ta'sirlar samaradorligiga hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bargiela-Chiappini F., Nickerson C., Planken B. Business Discourse / F. Bargiela-Chiappini, C. Nickerson, B. Planken. – Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2010. – 282 p.
2. Brown P. & Levinson S.C. Politeness: Some Universals in Language Usage. – UK: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
3. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values Cross Cultural Research and Methodology (Том 5). – UK: London, 1984. – 327 p. ISSN 0271-9177
4. Leech G.N. Principles of pragmatics [Text] / G.N. Leech. - London: Longman, 1983. – 250 p.
5. Matsumoto Y. Reexamination of the Universality of Face: Politeness Phenomena in Japanese /Journal of Pragmatics, 12(4), 1988. – P. 403-426.
6. Баландина Н.А. Дискурс переговоров в англоязычной деловой коммуникации [Текст]: дис. ... канд. филол. наук / Н.А. Баландина. — Волгоград, 2004. – 193 с.
7. Власян, Г. Р. Различные подходы к определению лингвистической вежливости / Г. Р. Власян // Вестник Нижневартковского гос. ун-та. – 2010. – № 3. – С. 29-39.
8. Стодолинская Ю.В. Бизнес дискурс как самостоятельный тип дискурса / Ю.В. Стодолинская // Перевод и сопоставительная лингвистика. – Екатеринбург: Уральский гуманитарный институт, 2013. – Вып. 9. – С. 82-86.
9. Шабан Абдулджаббар Кадим Махди. Средства вербализации вежливости в деловом дискурсе: универсальное и культурно-специфическое (на материале английского, арабского и русского языков) // <https://www.dissercat.com/content/sredstva-verbalizatsii-vezhlivosti-v-delovom-diskurse-universalnoe-i-kulturno-spetsifichesko>.