

**ANDIJON DAVLAT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.60.02
RAQAMLI ILMIY KENGASH**

ANDIJON DAVLAT CHET TILLAR INSTITUTI

XOLISOVA GAVHAROY MANNOBJON QIZI

TIJORIY MATNLARNING PSIXOLINGVISTIK TADQIQI

10.00.01 – O'zbek tili

**FILOLOGIYA FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD) DISSERTATSIYASI
AVTOREFERATI**

Andijon – 2022

UO'K: 811.512.133'42:33

**Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati
mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по
филологическим наукам**

**Contents of Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) on
philological sciences**

Xolisova Gavharoy Mannobjon qizi

Tijoriy matnlarning psixolingvistik tadqiqi

..... 3

Холисова Гавхарой Маннобжон қизи

Психолингвистическое исследование коммерческих текстов.....

Kolisova Gavharoy Mannobjon qizi

Psycholinguistic study of commercial texts.....

Список опубликованных работ

List of published works.....

**ANDIJON DAVLAT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.60.02
RAQAMLI ILMIY KENGASH**

ANDIJON DAVLAT CHET TILLAR INSTITUTI

XOLISOVA GAVHAROY MANNOBJON QIZI

TIJORIY MATNLARNING PSIXOLINGVISTIK TADQIQI

10.00.01 – O'zbek tili

**FILOLOGIYA FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD) DISSERTATSIYASI
AVTOREFERATI**

Andijon – 2022

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2020.2.PhD/Fil1201 bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Andijon davlat chet tillar institutida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) ilmiy kengashning veb-sahifasida (www.adu.uz) hamda «Ziyonet» Axborot ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Shaxabitdinova Shoxida Xoshimovna
filologiya fanlari doktori, professor

Rasmiy opponentlar:

Mirzaxidova Muyassar Inamjanovna
filologiya fanlari doktori, professor

Xolmurodova Mehriniso Ibrohimovna
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori

Yetakchi tashkilot:

Qo'qon davlat pedagogika instituti

Dissertatsiya himoyasi Andijon davlat universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi PhD.03/30.12.2019.Fil.60.02 raqamli Ilmiy kengashning 2022-yil «___» _____ soat _____ dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 170100, Andijon shahar, Universitet ko'chasi 129 uy. Tel: 0(374) 223 88 14; faks: 0(374) 223 88 30 e-mail: agsu_info@edu.uz.)

Dissertatsiya bilan Andijon davlat universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (_____ raqami bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 170100, Andijon shahar, universitet

Dissertatsiya avtoreferati 2022-yil «___» _____ kuni tarqatildi.

(2022-yil «___» _____ dagi _____ raqamli reyestr bayonnomasi)

N.M.Uluqov

Ilmiy daraja beruvchi ilmiy kengash raisi,
filologiya fanlari doktori, professor

F.F.Usmanov

Ilmiy daraja beruvchi ilmiy kengash ilmiy kotibi,
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori

M.E.Umarxodjaev

Ilmiy daraja beruvchi ilmiy kengash qoshidagi
ilmiy seminar raisi, filologiya fanlari doktori,
professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon tilshunosligida matnning kognitiv-pragmatik tadqiqiga doir ilmiy izlanishlar keng miqyosda olib borilmoqda, ayniqsa, lisoniy vositalarning diskurs maqomidagi o'rganilishi amaliy jihatdan ancha samarali kechmoqda. Til birliklari, lisoniy imkoniyatlar davr nuqtai nazaridan kengayib boraveradi. Shu nuqtai nazardan turli uslubdagi matnlarni zamonaviy aspektlarda tekshirib ko'rish tilshunoslikka yangi ma'lumotlar, g'oyalar taqdim qiladi.

Dunyo uslubshunosligining dunyodagi hozirgi rivojlanish bosqichidagi eng muhim vazifalaridan biri bu funksional uslublarni o'rganishdir. Bugungi kunda madaniy modellar o'rtasidagi shaffoflikni oshirish, madaniyatlararo ijtimoiy va tijoriy aloqalari rivojlanib bormoqda, an'anaviy muloqot usullari, shuningdek, tijoriy diskurs o'zgarmoqda: bunday diskurs inson faoliyatining nafaqat iqtisodiy, balki ishlab chiqarish, siyosiy, texnik, ijtimoiy, ilmiy va madaniy sohalaridagi o'zaro ta'sirlarning butun bir majmuini birlashtiradi.

Mamlakatimizda keyingi yillarda tijorat ishlari sezilarli darajada rivojlanib bormoqda. Xalqaro tashkilotlar bilan turli shartnoma va bitimlar imzolanmoqda. Shu o'rinda tilning mazkur soha rivojiga qo'shadigan hissasi, tijorat bilan bog'liq matnlarning mazmuni, ularda lisoniy imkoniyatlarning voqelanishi masalalarini o'rganish zaruratga aylanib bormoqda. "Chunki necha asrlar osha ajdodlarimizdan bizga bezavol o'tib kelayotgan ona tilimizning ravnaqi va istiqboli haqida qayg'urish – bu millatning o'zligini anglashi, uning ma'naviy kamolotini yuksaltirish uchun kurash demakdir. Davlat tilining obro'-e'tibori – butun xalq, butun jamiyatning obro'-e'tiboridir."¹ Shu bilan birga, tijoriy muloqot, boshqa har qanday sohadagi aloqa singari, bugungi kunda ham chuqur transformatsiyalarga va o'zgarishlarga duch kelayotganligini umumiy e'tirof etishiga qaramay, so'nggi o'n yilliklar ichida shakllangan yangi jihatlar, tijoriy diskursning muhim xususiyatlari juda kam o'rganilganicha qolmoqda. Ushbu dissertatsiya tadqiqoti o'zbek tilidagi matnlarda psixolingvistik yondashuv mantig'ida tijoriy diskursni o'rganishga bag'ishlangan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 13-maydagi PF-4797-son "Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universitetini tashkil etish to'g'risida"gi, 2017-yil 16-fevraldagi PF-4958-son "Oliy o'quv yurtidan keyingi ta'limni yanada takomillashtirish to'g'risida"gi, 2019-yil 21-oktyabrdagi PF-5850-son "O'zbek tilining davlat tili sifatidagi nufuzi va mavqeini tubdan oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi, 2020-yil 20-oktyabrdagi PF-6084-son "Mamlakatimizda o'zbek tilini yanada rivojlantirish va til siyosatini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmonlari, 2017-yil 20-apreldagi PQ-2909-son "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori, mazkur faoliyatga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga ushbu dissertatsiya ishi muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga bog'liqligi. Ushbu dissertatsiya respublika fan va texnologiyalari

¹ Мирзиёев Ш. Ўзбекистон халкига байрам табриги // Халқ сўзи, 2020 йил 21 октябрь.

rivojlanishining “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma’naviy-ma’rifiy rivojlantirishda innovatsion g’oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo’llari” ustuvor yo’nalishi doirasida bajarildi.

Muammoning o’rganilganlik darajasi. Q. Sodiqov va Q.O.Omonovlar uslublarning tabiati borasida fikr yuritadilar². O’zbek tili nutq, muloqot madaniyatiga oid ishlarda tijoriy diskursni nazariy jihatdan o’rganish o’rtaga jiddiy qo’yilgan emas. S. Ibrohimov, E. Begmatov, L. Xo’jaeva, I. Ibrohimov, B. O’rinboev, S. Inomxo’jaev, R. Qo’ng’urov, S. Karimov, T. Qurbonov, A. Rustamov, A. Abdurahmonov, N. Mahmudov, T. Qudratov, Y. Tojiev, N. Hasanova, H. Tojimatov, O. Yo’ldosheva, B.X. Rahmatullaeva, Sh. Iskandarovalarning ishlarida nutq madaniyatiga oid bir qator nazariy fikrlar aytilgan³.

S. Mo’minovga ko’ra, o’zbek tilshunosligida nutq madaniyatini sof lingvistik, uslubiy yoki pedagogik maqsadda yoritib berishga qaratilgan bo’lib, masalaga ijtimoiy-lisoniy aspektida yondashilmagan.⁴

Tijorat sohasida kommunikativ o’zaro ta’sirning xususiyatlarini aks ettiradigan yangi atamalar, tushunchalar haqida Yu.V. Danyushina tadqiqotlarini ko’rsatish mumkin⁵. E. Azimov, A. Shukin ishbilarmonlik muloqotning asosiy farqi faoliyat sohasida ekanligini ta’kidlashadi.⁶ S. Bolshakov, M. Potolokova, E.Yu. Karlovaning asarlarida ishbilarmonlik muloqotining muhim xususiyatlari, maqsadga muvofiqligi, shuningdek, o’rganilgan hodisa bilan “biznes sohasida maqsadlarga erishishga qaratilgan faoliyat” ekanligi ta’kidlanadi⁷.

O’zbek tilshunosligida R. Karimov⁸ o’zbek tijorat xatlarini lingvopragmatik aspektida ingliz tili materiallariga qiyoslab o’rgangan olim hisoblanadi. D.A. Babaxanovanning tadqiqotida hozirgi zamon adabiy o’zbek tilida rasmiy-xizmat

²Содиқов Қ. Омонов Қ.О. Ўзбек тилининг ёзма услублари тарихидан. <http://azrefs.org/osimjon-sodiov-udratulla-omonov-zbek-tilining-ezma-uslublari-t.html?page=9>

³ Қаранг: Қўнғуров Р., Бегматов Э., Тожиев Ё. Нутқ маданияти ва услубияти асослари. – Тошкент: Ўқитувчи, 1992; Иброҳимов С. Ўзбек тили нутқ маданиятига доир // Ўзбек тили ва адабиёти, 1964, 5-сон; Бегматов Э. Ўзбек нутқ маданияти масалалари // Ўзбек тили ва адабиёти, 1980 – Б.4; Хўжаева Л. Нотиклик санъати. – Тошкент, 1967; Иброҳимов И. Нутқ маданияти ва адабий талаффуз ҳақида. – Тошкент: Фан, 1972; Ўринбоев Б. Сўзлашув нутқи. – Тошкент: Фан, 1979; Иномхўжаев С. Нотиклик санъати асослари. – Тошкент: Ўқитувчи, 1982; Қўнғуров Р., Каримов С., Қурбонов Т. Нутқ маданияти асослари. – Самарқанд, 1985; Абдурахмонов Х., Маҳмудов Н. Сўз эстетикаси. – Тошкент, 1981; Қудратов Т. Нутқ маданияти асослари. – Тошкент: Ўқитувчи, 1993; Тожиев Ё., Ҳасанова Н., Тожиматов Х., Йўлдошева О. Ўзбек нутқи маданияти ва услубияти асослари. – Тошкент, 1994; Раҳматуллаева Б. Х. Этикет форма обращения и привлечения внимания в современном русском языке (в сопоставлении с узбекским). Автореф. дис. канд. филол. наук. – Тошкент, 1992; Искандарова Ш. Ўзбек нутқ одатининг мулоқот шакллари. Филол. фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган дис. автореф. – Самарқанд, 1993.

⁴ Мўминов С. Ўзбек мулоқот ҳулқининг ижтимоий-лisonий хусусиятлари – Фарғона: 2020. – 229 б.

⁵ Данюшина Ю. В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ// Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – № 2 (46). – С. 48-52. – С. 49

⁶ Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с. – С. 57

⁷ Большаков С. Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012. — 137 с. – С. 55; Карлова Е. Ю. Этика бизнес-коммуникаций в современной России: автореф. дис. ... канд. философ. наук. – Москва, 2015. – 26 с. – С. 14

⁸ 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.

uslublari tahlil etiladi⁹. D.M. Teshaboeva esa o'zbek va rus tillaridagi savdo-sotiq sohasidagi xizmat xatlarida nutqiy etiketning qo'llanilishiga e'tibor qaratgan¹⁰. Tadqiqotimizda mazkur yo'nalishda bajarilgan ishlardan farqli ravishda, o'zbek tijoriy matnlari psixolingvistik aspektda maxsus o'rganilmagan.

Tadqiqotning dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Tadqiqot ishi Andijon davlat universiteti ilmiy-tadqiqotlar rejasining «Filologiyaning dolzarb muammolari va ularni amaliyotga joriy etishning yangi texnologiyalari» mavzusi doirasida bajarilgan.

Tadqiqot maqsadi o'zbek tilida tijoriy diskursning rivojlanish xususiyatlarini psixolingvistik nuqtai nazardan ochib berishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat:

o'zaro ta'sirning maxsus turi sifatida tijoriy muloqotning xususiyatlarini o'rganish;

tijoriy muloqotning maqsadi, funksiyalari, vazifalarini aniqlash;

tijorat aloqalarining aniqligi, standartlashuvi, rasmiyligi, qisqaligi kabi uslubiy xususiyatlarini tahlil qilish;

tijorat matnlarining tarkibiy va kompozitsion xususiyatlarini o'rganish;

zamonaviy o'zbek tijoriy diskursni o'rganishga qaratilgan psixolingvistik tahlil metodikasini ishlab chiqish;

psixolingvistik tahlil asosida tijoriy muloqotda axborot strategiyasini amalga oshirish xususiyatlarini aniqlash;

tajriba natijalariga ko'ra o'zbek tijoriy diskursida motivatsiyani amalga oshirishni tahlil qilish;

tahlil natijalariga ko'ra tijoriy muloqotda rad etishni aks ettirish xususiyatlarini aniqlash;

tijoriy diskursda uzr so'rashni ifodalashning o'ziga xos jihatlarini o'rganish.

Tadqiqot obyekti zamonaviy o'zbek tijoriy diskursi hisoblanadi.

Tadqiqot predmeti ekstralingvistik, psixologik, subyektiv, individual va ijtimoiy, obyektiv, jamoaviy omillar ta'siri bilan shakllangan zamonaviy tijoriy diskursning psixolingvistik xususiyatlari.

Tadqiqot usullari. Tadqiqotda umumiy ilmiy metodlar (tahlil, sintez, taqqoslash, umumlashtirish, sharhlash va boshqalar) bilan bir qatorda semantik va pragmatik talqin qilish usullari, diskurs tahlillari, lug'at ta'riflarini tahlil qilish usuli, qiyosiy tavsiflash usuli, psixolingvistik tahlil usullaridan foydalanildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi:

zamonaviy tijoriy diskursni psixolingvistik o'rganish uchun birliklarni tanlashda amal qilish lozim bo'lgan qo'llanish tezligi, zamonaviy foydalanish yoki ma'noga muvofiqligi, madaniy, ijtimoiy ahamiyatga egalik, semantik jihatdan faollik xususiyatlari aniqlangan;

⁹Бабаханова Д.А. Официально-деловой стиль современного узбекского литературного языка: Дисс. ... канд. филол. наук. –Ташкент, 1987. – 122 с.

Тешабаева Д.М. Речевой этикет делового письма: Автореф. ... канд.филол. наук. –Ташкент, 2000. – 19 с.

psixolingvistik tahlil o'tkazishning lug'at ta'riflarini umumlashtirish, korpusli tahlil, tahlil natijalari tavsifi, so'z semantikasining assotsiativ tavsifi, assotsiativ reaksiyalarning semantik talqini kabi bosqichlari mavjudligi aniqlangan;

muloqot vaziyati, tijoriy matnlar yaratishda motivatsiya, shikoyat, rad etish, kechirim, ma'lumot modalligini ifodalashning ohang, so'z tartibi, undov kabi lisoniy vositalaridan foydalanish imkoniyatlari ochib berilgan;

tijoriy munosabatlarning rivojlanishida tomonlar muloqotining samarali bo'lishida milliy mentalitet, tijoriy muloqot madaniyatining o'zbekona jihatlari dalillanib, muloqotda nutq xususiyatlari emas, balki ekstralingvistik omillar, ya'ni nutq vaziyati muhimligi aniqlangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

oliy o'quv yurtlarida umumiy, o'zbek tilshunosligi, kommunikativ lingvistika kabi fan yo'nalishlarida yaratilajak darslik va qo'llanmalarining mukammallashuviga xizmat qilishi asoslangan;

tadbirkorlar uchun o'zbekona muloqot asoslarini yaratish imkoniyati dalillangan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi respublika va xalqaro miqyosdagi ilmiy-uslubiy va ilmiy-amaliy konferensiyalarda qilingan ma'ruzalar, ilmiy jurnallarda chop etilgan maqolalar, xulosalar, taklif hamda tavsiyalarning amaliyotda joriy etilgani, olingan natijalarning vakolatli tashkilotlar tomonidan tasdiqlanganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati.

Dissertatsiya tadqiqotining ilmiy ahamiyati tijoriy aloqalarning turli jihatlarini chuqur o'rganishda, zamonaviy tijoriy diskursning o'ziga xos rivojlanish xususiyatlarini, matndan tashqari ekstralingvistik omillarni, birinchi navbatda psixologik va ijtimoiy xususiyatlarni aniqlash asosida ko'rib chiqishdan iborat.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati tijoriy diskursda kommunikantlarning nutqiy o'zaro ta'sir xususiyatlarini aniqlash va tizimlashtirish, zamonaviy tijoriy diskursning konvertatsiya qilish xususiyatlarini belgilaydigan ekstralingvistik omillarni o'rganishdir. Olingan natijalar tilshunoslik fanlarini (stilistika, leksikologiya, matnni talqin qilish va boshqalar) o'qitish uchun, amaliy muloqotning amaliy kursini, o'quv ingliz tilini o'qitishning turli bosqichlarida o'qitish uchun tavsiya etilishi mumkin. Dissertatsiya natijalaridan amaliy maqsadlarda foydalanish mumkin – tijoriy aloqalarni amalga oshirish, tijorat matnlarini yozish, ish yuritish va hk.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Tijoriy matnlarning psixolingvistik jihatdan tadqiqi jarayonida olingan natijalar asosida:

zamonaviy tijoriy diskursni psixolingvistik o'rganish uchun birliklarni tanlashda amal qilish lozim bo'lgan qo'llanish tezligi, zamonaviy foydalanish yoki ma'noga muvofiqligi, madaniy, ijtimoiy ahamiyatga egalik; semantik jihatdan faollik tamoyillari xususidagi xulosalardan O'zbekiston Respublikasi Fanlar Akademiyasi Qoraqalpog'iston bo'limi Qoraqalpoq gumanitar fanlar ilmiy - tadqiqot instituti tomonidan olib borilgan FA-F1-GOO3 "Hozirgi qoraqalpoq tilida funksional so'z yasalishi" (2012-2016 yy.) mavzusidagi fundamental loyihada foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Fanlar Akademiyasi Qoraqalpog'iston bo'limining 2021

yil 17 sentabrda 17.01/227-son ma'lumotnomasi). Natijada zamonaviy o'zbek tijoriy diskursining o'ziga xos xususiyatlari psixolingvistik yondashuv nuqtai nazaridan ko'rib chiqildi muloqotda nutq xususiyatlari emas balki ekstralingvistik omillar ya'ni nutq vaziyati muhimligi aniqlanib, o'zbek tijoriy muloqoti tijorat matnlarini ham til va tafakkur, til va madaniyat, til tizimi va ijtimoiy hayotning mushtarakligida o'rganish zarurligi asoslangan;

psixolingvistik tahlil o'tkazishning lug'at ta'riflarini umumlashtirish, korpusli tahlil, tahlil natijalari tavsifi, so'z semantikasining assotsiativ tavsifi, assotsiativ reaksiyalarning semantik talqini kabi bosqichlariga oid xulosalardan Germaniya Federativ Respublikasi Bremen shahridagi ilmiy markazning tilshunoslikning psixolingvistika masalasiga bag'ishlangan yillik hisobotlarini tegishli ilmiy ma'lumotlar bilan to'ldirishda hamda uni qayta shakllantirishda foydalanilgan (A&A Ausbildung und Arbeit Plus GmbH ilmiy tashkilotining 2021 yil 24 iyuldagi 204/22-son ma'lumotnomasi). Natijada olingan xulosalar aynan hisobotning tijoriy matnlarining psixolingvistik xususiyatlari tijoriy munosabatlarning rivojlanishida, tomonlar muloqotining samarali bo'lishida, milliy mentalitet tijoriy muloqot madaniyatining o'ziga xos xususiyatlarini aks ettirilgani hamda uning yozma va og'zaki savodxonlikni rivojlantirish bo'limlarini ilmiy jihatdan ochib berishga xizmat qilgan;

muloqot vaziyati, tijoriy matnlar yaratishda motivatsiya, shikoyat, rad etish, kechirim, ma'lumot modalligini ifodalashning ohang, so'z tartibi, undov kabi lisoniy vositalaridan foydalanish imkoniyatlariga doir natijalardan O'zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi "Mahalla" teleradiokanali "Madaniy-ma'rifiy" muharririyati tomonidan tayyorlangan "Vatan madhi", "Adabiyot sarchashmalari" kabi ko'rsatuvlarni tayyorlashda foydalanilgan (O'zbekiston Milliy teleradiokompaniyasining 2021 yil 25 fevraldagi 02-10-410-son ma'lumotnomasi). Natijada teletomoshabinlar ko'rsatuvni badiiy idrok etishi, lisoniy vositalarni to'la anglab olishiga xizmat qildi, ma'lumotlardan bahramand bo'lishida ilmiylik mezonini ta'minlangan;

tijoriy munosabatlarning rivojlanishida, tomonlar muloqotining samarali bo'lishida milliy mentalitet, tijoriy muloqot madaniyatining o'zbekona o'ziga xos jihatlari, shuningdek, muloqotda nutq xususiyatlari emas, balki ekstralingvistik omillar, ya'ni nutq vaziyati muhimligi yuzasidan olingan xulosa va amaliy takliflaridan JHBL-20 "Oila va mahalla gender tengligi mavzusida badiiy asarlarning elektron korpusini yaratish" mavzusidagi loyihada foydalanilgan ("Mahalla va oila" ilmiy-tadqiqot institutining 2022 yil 14 iyundagi 01-09/957-son ma'lumotnomasi). Natijada psixolingvistik tahlil o'tkazishning lug'at ta'riflarini umumlashtirish, korpusli tahlil, tahlil natijalari tavsifi, tijoriy munosabatlarning rivojlanishida tomonlar muloqotining samarali bo'lishida milliy mentalitet tijoriy muloqot madaniyatining o'zbekona o'ziga xos jihatlari tavsiflash tavsiya etilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari 3 ta xalqaro va 3 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanida muhokamadan o'tkazildi.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha respublika va xorij jurnallarida jami 10ta ilmiy ish chop etilgan, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy Attestatsiya

komissiyasi tomonidan doktorlik dissertatsiyalarining asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy jurnallarda 4 ta maqola ulardan 2 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning hajmi foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan tashqari 141 sahifani tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, maqsad va vazifalari, shuningdek tadqiqotning obyekt va predmeti shakllantirilgan, tadqiqot ishining O'zbekiston Respublikasi fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga mosligi ko'rsatilgan, ilmiy yangiliklar va tadqiqotning amaliy natijalari bayon etilgan, olingan natijalarning nazariy va amaliy ahamiyati ochib berilgan, tadqiqot natijalarini joriy qilish, chop etilgan ishlar va dissertatsiya tuzilishi va hajmi haqida ma'lumotlar berilgan.

Ishning I bobi "Tijoriy diskurs ilmiy tadqiqot obyekti sifatida" deb nomlanib quyidagi qismlardan iborat: "Tijoriy muloqot o'zaro ta'sirning maxsus turi sifatida", "Tijoriy muloqotning maqsadi, vazifalari", "Tijoriy muloqotning uslubiy tavsifi (rasmilik, aniqlik, standartlashtirish, qisqalik)".

Avvalo, "tijorat", "muloqot", "diskurs" tushunchalarining mazmun-mohiyatiga to'xtalish maqsadga muvofiqdir. Savdo-sotiq bilan bog'liq ko'plab atamalar arab va rus tillaridan tilimizga kirib kelgani sir emas.

"Tijorat" – so'zi ham arab tilidan kirib kelgan bo'lib, o'zbek tiliga aynan o'girganda "savdo" degan ma'noni anglatadi. Tijorat savdogarlik, oldi-sotdi ishi; savdo-sotiq, savdo (savdogarlik) ishlari tushuniladi. "Tijoriy" – so'zi ham arab tilidan olingan bo'lib, savdoga oid, tijoratga oid, tegishli, aloqador degan ma'nolarni anglatadi. Tijoratchi tijorat bilan shug'ullanuvchi shaxs degan ma'noni beradi¹¹.

Muloqot – murakkab ko'rinishdagi lisoniy (nutqiy) tafakkur faoliyatidir.

Matnni turg'un, tayyor mahsulot, diskursni esa kechayotgan nutqiy muloqot jarayoni sifatida talqin qilinishi ularning keskin farqlanishiga sabab bo'ladi. Muloqot – axborot almashuv jarayoni, uning maqsadi ham shu. Shuni ta'kidlash mumkinki, biznes sohasidagi aloqa xususiyatlarini aniqlash muammosi mahalliy ilmiy adabiyotda kam o'rganilgan.

Olimlarning fikriga ko'ra, ishbilarmonlik muloqoti jarayonida ishtirokchilarning har biri, avvalambor, o'z kasbi bilan bog'liq bo'lgan vazifalarni hal qilishga intiladi, bu esa ishbilarmonlik aloqasi doimo maqsadli amalga oshiriladi degan xulosaga kelish imkonini beradi. Tijoriy muloqotga kelsak, bu aloqa tijoratchilar faoliyatida amalga oshiriladi, degan xulosaga kelish mumkin. S.Bolshakov, M.Potolokovanning asarlarida ishbilarmonlik muloqoti "ma'lum bir mazmunli faoliyat turini tashkil etish va optimallashtirishga qaratilgan biznes

¹¹Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 1-том. –Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – Б. 33-34. (680 б.)

sheriklarining o'zaro ta'siri jarayoni", deb tushuniladi¹². Ta'rifda muloqotning ikkita muhim xususiyati birdaniga ta'kidlanadi: birinchisi – uning maqsadliligi va ikkinchisi muloqot kasbiy sohada sodir bo'lishidir.

Ishbilarmonlik muloqotining maqsadga muvofiqligi, shuningdek, o'rganilgan hodisa bilan "biznes sohasida maqsadlarga erishishga qaratilgan faoliyat" tushunilishi E.Y.Karlova tomonidan ta'kidlanadi¹³. Binobarin, muloqot har doim sohaviy tijorat maqsadlariga erishishga, kasbiy muammolarni hal qilishga qaratilgan.

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 edi¹⁴.

Binobarin, mazkur tadqiqot doirasida tijoriy diskurs professional tijorat sohasida yuzaga keladigan, tijorat faoliyati ishtirokchilarining kasbiy vazifalarni hal qilishga qaratilgan, moddiy manfaatlarga erishishga qaratiladigan, ishbilarmonlik va publitsistik, o'quv va akademik elementlar, shuningdek, shaxsiy va kundalik subdiskurslar sintezidan iborat, buning natijasida muloqot murakkab sinkretik xususiyat kasb etadigan, bu esa o'z navbatida muloqotning maqsadlari, funksiyalari, tarkibiy-kompozitsion va uslubiy xususiyatlarini belgilaydigan diskurs turi sifatida tushunilishi mumkin. Bugungi kunda tijorat bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar o'rtasida rasmiy muloqotlarni tashkil qiluvchi tijoriy diskurs ham muayyan qolip – pragmatik modelga ega. Ishbilarmonlik suhbatlari, muzokaralar va hokazolarga hamroh bo'lishi mumkin bo'lgan tijoriy, ishbilarmonlik xatlari, hujjatlar va boshqalarni alohida aloqa turi sifatida ajratish mumkin. Umumiy shaklda tijoriy muloqotning shakllari quyidagi rasm orqali tizimli ifodalangan:



1-rasm. Tijoriy muloqot shakllari

¹² Большаков С. Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012. — 137 с. — С. 55

¹³ Карлова Е. Ю. Этика бизнес-коммуникаций в современной России: автореф. дис. ... канд. философ. наук. — Москва, 2015. — 26 с. — С. 14

¹⁴ Сафаров Ш. Семантика. —Т.: "Ўзбекистон миллий энциклопедияси" давлат илмий нашриёти, 2013. — Б. 7.

Ko'rinib turgani kabi ishbilarmonlik muloqoti turli shakllarda bo'lishi mumkin, u professional jihatdan muhim natijalarga erishish bilan bog'liq bo'lgan juda xilma-xil vaziyatlar majmuasini qamrab oladi, yuqori o'zgaruvchanlik xususiyatiga ega, og'zaki va yozma ravishda amalga oshirilishi mumkin, muayyan funksiyalarni amalga oshirishga qaratilgan bo'lishi mumkin, bu biznes-nutqni o'rganish jarayonlarini sezilarli darajada murakkablashtiradi.

Ishbilarmonlik muloqotda lisoniy imkoniyalarning voqelanishini tahlil qilish uchun dissertatsiyada bir qator materiallar ko'rib chiqilgan.

Ishbilarmonlik muloqot shakli va kommunikativ niyatlar tijoriy diskursni shakllantirishning o'ziga xos xususiyatlarini belgilaydi. Bundan tashqari, tijoriy diskursning shakllanishiga boshqa kommunikativ omillar ham ta'sir qiladi. Ishbilarmonlik muloqotining namoyon bo'lishining yuqori variantivligi va xilma-xilligiga qaramay, o'zaro aloqalarni tijoriy sifatida baholashga imkon beradigan bir qator xususiyatlarni aniqlash mumkin. Avvalo, bunday xususiyatlarga muloqot sohasi – kasbiy, tijoriy, ya'ni o'zaro ta'sirning o'ziga xos jihatlarini, aloqaning muhim belgilarini shakllantiradigan foyda olish bilan, bozor munosabatlari, iqtisodiyot bilan chambarchas bog'liqlikni kiritish kerak.

Yuqoridagi tasniflarga qo'shimcha ravishda S. Mo'minovning quyidagi yondashuvini ham keltirish joiz: Muloqotda adresant va adresatlar faoliyati funksional farqlangani kabi kompozitsion jihatdan ham farqlanadi. Shuning uchun biz adresant va adresatlar faoliyatini kompozitsion jihatdan alohida-alohida tahlil etishni ma'qul topdik va ular faoliyatini quyidagi bosqichlarga ajratdik: **I. Adresant faoliyati**

bosqichlari: 1. Salomlashuv va murojaat bosqichi. 2. Tanishuv bosqichi. 3. Daromad bosqichi. 4. Muddao bosqichi. 5. Xotima yoki xayrlashuv bosqichi. II. Adresat faoliyati bosqichlari: 1. Tinglash bosqichi. 2. Munosabat bildirish bosqichi.¹⁵

Shunday qilib, olib borilgan tahlillar asosida biz tijoriy muloqot biznes muloqoti shakllaridan biri, degan xulosaga kelishimiz mumkin, bu bozor iqtisodi institutlari bilan bog'liq bo'lgan moddiy manfaatlarga erishish maqsadiga bo'ysunadigan kasbiy muammolarni hal qilishga qaratilgan tijorat subyektlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik, iqtisodiyot, xususiy mulk huquqlari, o'zida to'g'ridan-to'g'ri biznes, ham akademik, shaxsiy va kundalik subkurslarning tarkibiy qismlarini sintez qilishdir. Tijoriy muloqot bir xil emas, u o'zgaruvchanligi, namoyon bo'lishining xilma-xilligi bilan ajralib turadi, bu bir nechta janrlarni, tijoriy diskursning invariantlarini, shu jumladan ishbilarmonlik suhbatlari, muzokaralar, press-relizlar, brifinglar, biznes uchrashuvlar, taqdimotlar va boshqalarni ajratib olishga imkon beradi. Tijorat muloqot sezilarli darajada farq qiladi, ularni amalga oshirish xususiyatlariga bir qator omillar ta'sir qiladi, shu jumladan, (1) adresat tabiati; (2) adresant tabiati; (3) kommunikantlarning pozitsion (rol) munosabatlari; (4) kommunikantlar o'rtasidagi ijtimoiy-psixologik masofa ham muhim ahamiyatga ega. Tijoriy o'zaro ta'sirning maqsadlari kasb, tijorat tashkilotlari yoki muassasalarining faoliyati bilan bevosita bog'liqdir. Avvalroq aytib o'tilganidek, tijoriy muloqotning asosiy maqsadi moddiy manfaatlar olish, professional muhim muammolarni hal qilishdir.

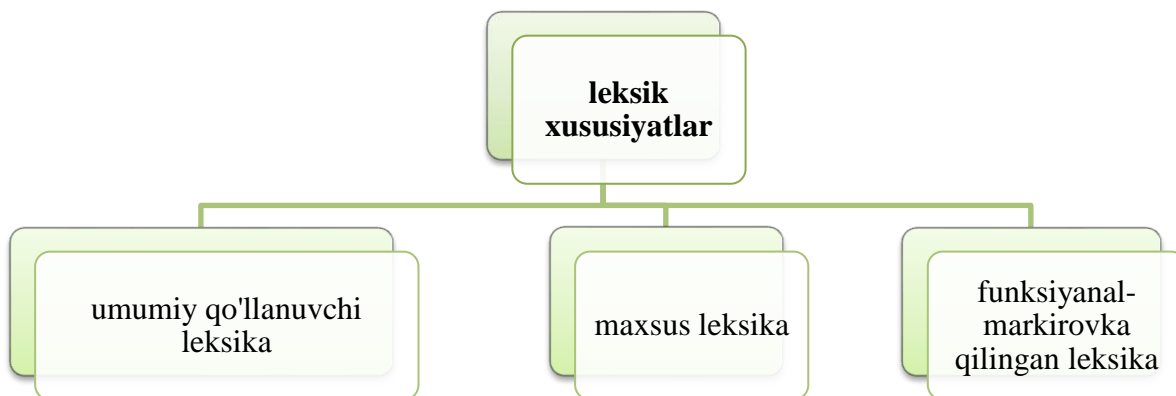
¹⁵ Мўминов С. Ўзбек мулоқот ҳулкининг ижтимоий-лисоний хусусиятлари – Фарғона: 2020. – Б.62

Tijorat muloqotining maqsadlari va funksiyalari tijoriy muloqotning uslubiy xususiyatlarini belgilaydi.

Dissertatsiyada tijoriy matn turlari ajratilgan va tahlil qilingan.

Rasmiylik, aniqlik, standartlashtirish, tijoriy muloqotning qisqartirilishiga erishish tegishli leksik va sintaktik vositalarni tanlash orqali amalga oshiriladi.

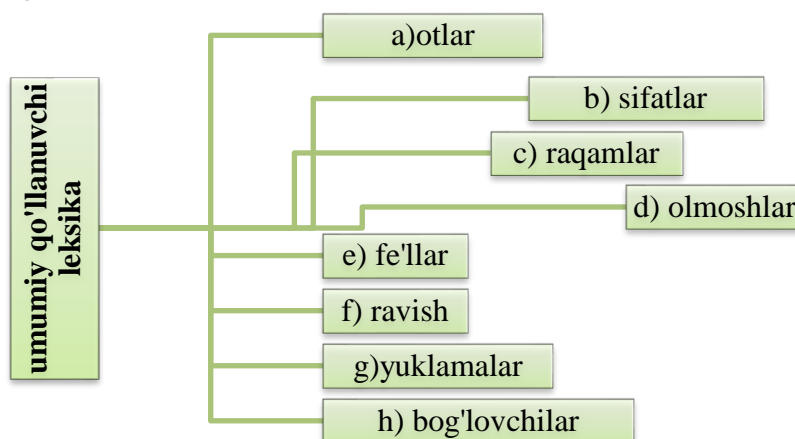
Grafik shaklda ishbilarmonlik muloqotining leksik xususiyatlari 2- rasmda ko'rsatilgan:



2-rasm. Ishbilarmonlik muloqotining leksik xususiyatlari

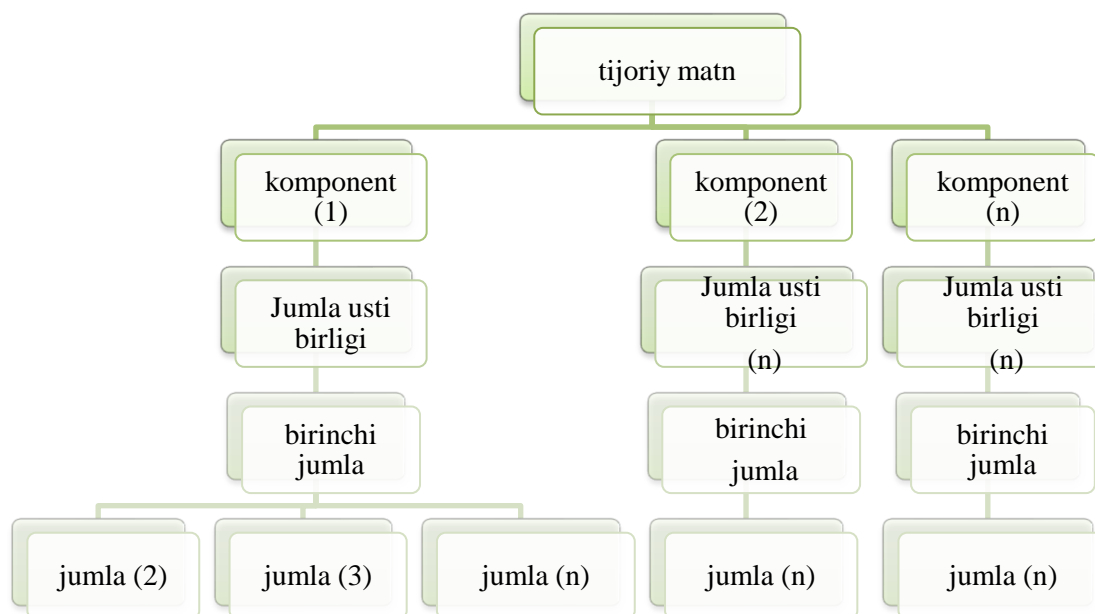
ma'noga ega.

Grafik shaklda ishbilarmonlik muloqoti umumiy lug'atining xususiyatlari 3-rasmda ko'rsatilgan:



3-rasm. Ishbilarmonlik muloqotida umumiy qo'llanuvchi leksika guruhlari

Eng umumiy shaklda tijorat matnining tuzilishini 6- rasmda ko'rsatilgandek tasavvur qilish mumkin:



4-rasm. Tijoriy matn tuzilishi

Tijoriy matn murakkab tuzilgan shakl bo'lib, uning har bir komponenti ma'lum darajadagi avtonomiyaga ega bo'lgan holda semantik yaxlitlikni shakllantirishga kiradi.

Milliy fazilatlar tijorat aloqalarini amalga oshirishda namoyon bo'ladi. O'zbek tijoriy muloqotida diniy, islomiy tushunchalar ustuvorlik qiladi. Savdo-sotiq ishlarida ko'pchilik bu faoliyat bilan Muhammad alayhissalom shug'ullanganligi e'tiborga olinadi. Asosiy rasmiy muloqot, ya'ni bitimlar shartnoma bandlari, qonunchilik hujjatlari orqali hal etilsa ham o'zaro muloqot shariat doirasida hal qilinadi. Savdogarlar va tadbirkorlar, shuningdek, xaridorlar o'rtasini diniy-islomiy aqidalar boshqarib, tartibga solib turadi. O'zbek ishbilarmonlari nutqida g'arbdagilardan farqli o'laroq qat'iylik, ichki ishonch, katta tavakkalchilik, qo'rqmasdan harakat boshlash kabi biznes muhiti uchun zarur bo'lgan sifatlarni ko'rish mumkin.

Ishning ikkinchi bobi "Psixolingvistik tahlil tijoriy nutqiy jarayonlar va hodisalar tadqiqining yangi yo'nalishi sifatida" deb nomlanadi va quyidagi qismlardan iborat: "Psixolingvistik tahlilni amalga oshirish masalalari", "Tijoriy tahlil materialida psixolingvistik jihatlar", "Psixolingvistik tadqiqot metodikasi".

Tadqiqotning belgilangan maqsadi va vazifalariga muvofiq, zamonaviy tijoriy diskursni psixolingvistik o'rganish metodologiyasini ishlab chiqilgan. Psixolingvistik tahlil – bu lingvistik tahlil turlaridan biri, tilshunoslik va psixologiya tutashgan joyda shakllangan psixolingvistik hodisalar sohasidagi ilmiy taxminlarni rad etish yoki tasdiqlash usuli. Odatda, psixolingvistik tahlil til haqidagi yangi bilimlarni keltirib chiqarishga yoki nutqni aks ettirish bilan bog'liq nutqni, uning idrokini ishlab chiqarishga qaratilgan ba'zi operatsiyalarga qaratilgan. Shunga ko'ra, A. A. Leontev psixolingvistik metodlarning asosiy vazifasi – bu odamni, ona tili bilan yaqin aloqada bo'lgan tilni, til tizimini o'rganish ekanligini ta'kidlaydi. Shuni ta'kidlash kerakki, psixolingvistik tadqiqot usullari til haqida empirik ma'lumotlarni to'plash jarayonida

katta rol o'ynagan¹⁶. Psixolingvistik eksperimentning asosiy maqsadi leksik birlikning psixolingvistik ma'nosini aniqlash sifatida ko'rsatilishi mumkin. Psixolingvistik ma'no, odatda, leksikografik korrelyatiga qaraganda kengroq va hajmlidir, uning tarkibiy qismlari psixolingvistik ma'noda yorqinligi jihatidan har xil joylarni egallashi mumkin. So'zning an'anaviy leksikografik tavsifi so'zlovchilarning psixologiyasi, produtsientning psixologik realligini emas, asosan denotativ ma'nolarni tavsiflashni o'z ichiga oladi. Ushbu yondashuvni amalga oshirish tilda, matnlarda, lug'atlarda, og'zaki va yozma nutqda allaqachon belgilab qo'yilgan narsalarning, allaqachon shakllangan, aniqlangan narsalarning tavsifini nazarda tutadi.

Tadqiqot maqsadlariga muvofiq, psixolingvistik tadqiqotlarni o'tkazish metodologiyasiga muvofiq, materiallarni yig'ish jarayonida o'zbek rasmiy uslubiga xos matnlarga murojaat qilish mumkin¹⁷. Bizning tadqiqot ishimizda maishiy tijoriy matnlar tahliliga ko'p e'tibor berilgan. Tijoriy matnlar ko'rinishlarida psixolingvistik jihatlar tahlili masalasi nazariy jihatdan ko'rib chiqilgan bo'lsa-da, dissertatsiya hajm imkoniyatlaridan kelib chiqib maishiy tijoriy matnlar amaliy tahliliga e'tibor qaratildi.

So'nggi yillarda korpus tilshunosligi rivojlangan lingvistik, ijtimoiy va madaniy tadqiqotlar yo'nalishiga aylandi. Zamonaviy korpus juda katta hajmdagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi, shuningdek, zamonaviy manbalar tadqiqotchiga o'rganilayotgan material bilan ishlashni osonlashtiradigan ko'plab funksiyalarni taqdim etadi, bu korpus tahlilidan nafaqat tilning grammatik jihatlarini, balki semantik jihatlarini ham aniqlashga imkon beradi.

O'zbek tilining milliy korpusi yaratilsa, eng yirik, global miqyosdagi narsalardan biri bo'lib, tadqiqot maqsadlariga erishish uchun zarur bo'lgan subkorpuslarni ko'rsatishga imkon beradi. Ushbu tadqiqotning maqsadi va vazifalarini hisobga olgan holda tijoriy diskurs zarur subkorpus vazifasini bajaradi.

Psixolingvistik tahlilni amalga oshirish jarayonida to'plangan material miqdoriy va sifatiy tadqiq qilinadi.

Psixolingvistik tahlilni amalga oshirish bo'yicha ishlab chiqilgan metodologiya asosi – leksemaning ma'nosining ajralmas konsepsiyasi, ensiklopedik ma'no tushunchasi va so'zning maydon tushunchasi¹⁸.

Assotsiativlar maydon tuzilishi darajalari bo'yicha taqsimlanadi: yadro assotsiatsiyalari, yarim atrofi assotsiatsiyalari, periferiya assotsiatsiyalari.

a) olingan reaksiyalarning semantik talqini, olingan birlashmalarni so'z-belgining semantik tarkibiy qismlarining lingvistik tasavvurlari sifatida tushunishdan iborat. Tavsif bir qator bosqichlarni o'z ichiga oladi:

I. ma'no denotativ komponentining tavsifi;

II. tarkibiy, xarakterli qismni tavsifi;

¹⁶ Chen Tsung-Ying, Myers James. Worldlikeness: A Web-based Tool for Typological Psycholinguistic Research. University of Pennsylvania Working Paper of Linguistics. — 2017. — Vol. 23. — Issue 1. — P. 22 — 34. — P. 22

¹⁷ Давлат тилида иш юритиш. —Тошкент: Ўзбекистон нашриёти, 2020. — Б.296.

¹⁸ Стернин И.А., Рудакова А. В., Виноградова О.Е. Проект «Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка (проблема теоретического и лексикографического описания)»// Официальный сайт И. А. Стернина. Электронный ресурс. Адрес доступа: <http://sterninia.ru/index>.

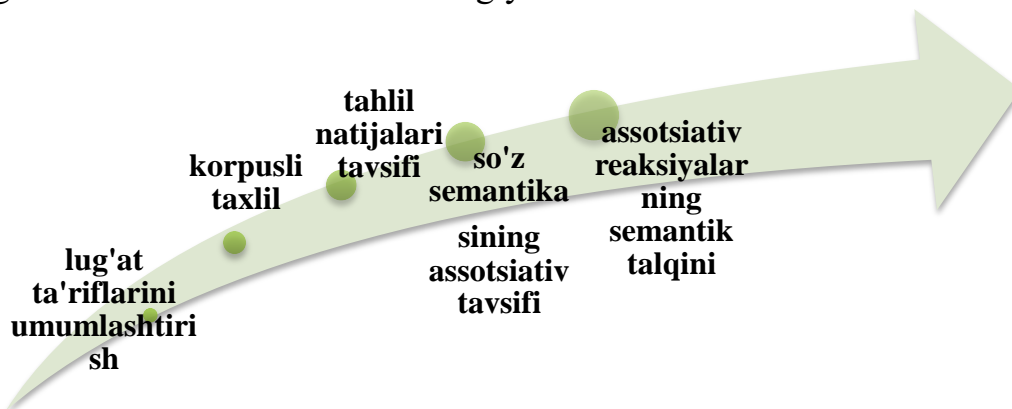
III.funksional qismning tavsifi: maqsadi, shakli, hajmi va boshqalar;

munosabat tavsifi tashqi ma'no aloqalarini aks ettiradi, quyidagi parametrlarni o'z ichiga oladi: (1) oldingi matnlarni aktuallashtirish – assotsiatlar badiiy adabiyot, folklor, badiiy filmlar va boshqalar bilan bog'liqlik uyg'otishi mumkin; (2) turg'un iboralar – assotsiatlar frazeologik birliklar, barqaror konstruksiyalar va boshqalar bilan aloqaning mavjudligini aks ettirishi mumkin; (3) kommunikativ javob – rag'batlantiruvchi so'z ma'lum barqaror aloqa strategiyasini aks ettirishi mumkin (masalan, tashakkur – arzimaydi).

Bundan tashqari, munosabat, metamatn komponentining tavsifi (1) baholovchi xususiyatlarni, ijobiy, salbiy, neytral bahoni ifodalashni o'z ichiga oladi; (2) keyingi bosqichda ma'nolarni hissiy tavsiflash amalga oshiriladi: ijobiy-hissiy, salbiy-hissiy, hissiyotsiz munosabatni ifodalash.

Tijoriy muloqotda ma'lumot berish, rad etish, shikoyat qilish, rag'batlantirish, kechirim so'rash niyatlarini aks ettirishning hissiy yukini aniqlashga murojaat qilish tuyg'ular insonning ma'nosini shakllantirish jarayonlarini, tilda ma'nolarni aks ettirish jarayonlarini tartibga solishi bilan bog'liq. Hissiylik – nutqning ayrim turlarining semantik dominantidir (masalan, badiiy). V. A. Pishchalnikova ta'kidlaganidek, hissiyotlar “ma'lum bir daqiqagacha badiiy asarning yagona semantik markazidir”¹⁹. Dissertatsiyada badiiy asarlardan olingan tijoriy mazmunli matnlar psixolingvistik jihatdan tahlil qilingan.

Psixolingvistik tahlil o'tkazish metodologiyasi 5-rasmda ko'rsatilishi mumkin:



5- rasm. Psixolingvistik tahlil o'tkazish jarayoni

Ko'rib turganingizdek, psixolingvistik tahlil o'tkazish bosqichma-bosqich jarayon bo'lib, uning har bir bosqichi leksemaning psixolingvistik ma'nosi, uning denotativ, konnotativ ma'nolari, leksema bilan bog'liq assotsiatsiyalar, boshqa leksik birliklar bilan o'zaro aloqalar va sintaktik konstruksiyalar haqida to'liqroq tushuncha beradi. Psixolingvistik tahlilni amalga oshirish jarayonida quyidagi usullar qo'llaniladi: leksikografik tavsiflash usuli, korpus tahlili, sema talqini, semem talqin, assotsiativ reaksiyalarni umumlashtirish usuli, assotsiativ tajribalar natijalarini birlashtirish usuli.

¹⁹ Пищальникова В.А. Концептуальный анализ художественного текста: Учеб. пособие. – Барнаул, 1991. – 87 с. — С. 18

Ishning uchinchi bobi “Tijoriy matnda kommunikativ niyatlarni amalga oshirish (ayrim psixolingvistik tahlillar asosida)” deb nomlanadi va quyidagi qismlardan iborat: “Axborot berish, xabardorlikni amalga oshirish”, “Niyatni amalga oshirish”, “Tijoriy matnda shikoyatning ifodasi”, “Rad etishning nutqiy reprezentatsiyasi”, “Kechirishning nutqiy reprezentatsiyasi”.

Tadqiqotning amaliy qismida kommunikativ niyatlarni tijoriy matnda aks ettirish xususiyatlarini ishlab chiqilgan metodologiyaga muvofiq psixolingvistik tadqiqotlar asosida tavsiflangan.

Soʻzlashuv funksional uslubiga xos maʼnolar rasmiy tijoriy muloqotda amalga oshirilmaydi. Assotsiativ maʼnolarni shakllantirish asosida – sinonimiya (rad etish, yoʻq, inkor) va antonimiya (ha, yoʻq) munosabatlari, shuningdek, ularga nisbatan inkor (vaqt, pul) ifodalangan obyektlar yotadi. Maishiy tijoriy diskursda xabar berish momentlarida psixolingvistik tushlarni kuzatsak:

Kir xalat kiygan moʻylovli kishi kapgiri oʻynatib baqiradi:
— Kep qoling, laqqa baliq! Laqqa baliq! Qatidan qovurib beray?
Undan nariroqda kattakon doshqozonda osh damlab qoʻyilibdi. Zarchava solingan, sapsariq. Ogʻzimning suvi kep ketdi. Iye, ana kabob! Qop-qora kabobpaz bidir-bidir qilib xaridor chaqiradi.

— Yeganlar darmonda, yemaganlar armonda, dumba-jigar!
Qarang, hidiga odam mast boʻladi-ya!

... Kun salqin boʻlishiga qaramay, koʻylakchan boʻlib olgan ozgʻin bola bir pachka papirosni koʻz-koʻz qilib, bor ovozi bilan baqiradi.

— Papirosi nord, chekmanglar chort!²⁰

Shuni taʼkidlash lozimki, tadqiqot maqsadida tijoriy matnlardagi psixolingvistik turlar ajratib koʻrilsa-da, odatda, ular hamroh yuzaga chiqadi. Xususan, yuqoridagi matnda asosan xabar yetkazish nazarda tutilgan. Mahsulotini sotish maqsadini realizatsiya qilish xabar qilish bilan boshlanadi: Kep qoling, laqqa baliq! Laqqa baliq! Qatidan qovurib beray?..

Yeganlar darmonda, yemaganlar armonda, dumba-jigar!
Qarang, hidiga odam mast boʻladi-ya!

Papirosi nord, chekmanglar chort!

Mahsulot nomlari bu matnda denotativ maʼnoni aks ettirish bilan birga nutqiy taʼsir uchun turli vositalardan xususan, tijoriy diskurs uchun xarakterli boʻlgan turgʻun birliklardan foydalanilgan: Yeganlar darmonda, yemaganlar armonda. Okkozional turgʻun iboralar, ayniqsa, tijoriy matn taʼsirchanligini oshirgan: Papirosi nord, chekmanglar chort!

Ekstralingvistik omillar bu taʼsirni kuchaytirgan: Qop-qora kabobpaz bidir-bidir qilib xaridor chaqiradi.

Kun salqin boʻlishiga qaramay, koʻylakchan boʻlib olgan ozgʻin bola bir pachka papirosni koʻz-koʻz qilib, bor ovozi bilan baqiradi.

²⁰ Хошимов Ў. Дунёнинг ишлари// www.ziyouz.com – Б.60

Bidirlab gapirish, yalang'och bo'lib olish sotuvchini ommadan ajratadi, matnning psixolingvistik ta'sirini kuchaytiradi. Ushbu konsituatsiyada mahsulotdan xabar berish va uni tavsiflash hamroh yuzaga chiqqan.

Bu zotli mol, akam aylanay! Onasi har yili ikkitadan tug'adi, — dedi dallol shang'illab.

— Kuniga bir chirpitdan sut beradi. Suti sigirnikidan ham yog'li. Pulingiz yoningizda ketadi, akam aylanay.

— Judayam osmondan kelavermang-da, siz ham. — Shlyapali odam norozilik bilan bosh chayqadi.

— Hech bo'lmasa olti yuz deng.

— O'zingiz ham juda janaz odam ekansiz-da. Qarang, buning qornida bolasi bor! — Choponli kishi echkning ikkala biqiniga shapillatib qo'ydi. — Xudo xohlasa, ayni qish chillasida bolalarning og'zi oqarib qoladi, birodar!²¹

Xabar mazmunining denotativ qismi – echki. U haqida ma'lumot berishda tijoriy diskurs tabiatidan kelib chiqib mubolag'a usulidan foydalanilgan: Bu zotli mol, akam aylanay! Onasi har yili ikkitadan tug'adi... Kuniga bir chirpitdan sut beradi. Suti sigirnikidan ham yog'li. Pulingiz yoningizda ketadi, akam aylanay.

Qo'llanilgan turg'un birlik – Pulingiz yoningizda ketadi – mubolag'aning avj nuqtasi: hech qachon puli yonida ketmasligi aniq.

Murojaat shaklida egalik qo'shimchasining qo'llanishi – akam aylanay – yaqinlik tusini yuzaga chiqaradi bu esa psixologik ta'sirni yanada kuchaytiradi.

Quyidagi konsituatsiyada sotuvchining niyati ekstralingvistik va intralingvistik vositalar orqali bayon etilmoqda:

Beixtiyor derazadan mo'ralasam, «bozor» ayni avjiga chiqqan ekan. Huri satang semiz oyog'ini skameykaga, shundoq oyimning biqiniga tiragancha ko'zni qamashtiradigan atlasni ko'rsatib turibdi. Atrofdagi ayollar havas bilan tikilib qarashyapti. Oyim Hurining oyog'iga joy bo'shatgani uchunmi, skameykaning bir uchiga ilinib o'tiribdi.

— Bunaqasi endi chiqmay qo'ygan. — Huri satang atlasni tizzasiga yozdi-da, kafti bilan siladi.

Ayollar havas bilan tomosha qilishar, ammo birontasi aqalli narxini so'rashga jur'at qilolmas edi.

— O'ladigan dunyoda yeb-ichib, kiyinib qoladi-da odam. — Huri satang do'mboq kaftini siltadi.

— Opchiqing, pochcham sandiqqa bosib qo'ygan pullardan, Dilbar opa! Odam bo'lib mundoq atlas obersin sizgayam!²²

Molini sotish maqsadida potensial xaridorga psixologik bosim o'tkazmoqda: Bunaqasi endi chiqmay qo'ygan. — Huri satang atlasni tizzasiga yozdi-da, kafti bilan siladi.

²¹ Хошимов Ў. Дунёнинг ишлари// www.ziyouz.com – Б.104

²² Хошимов Ў. Дунёнинг ишлари// www.ziyouz.com – Б.106

Ayollar havas bilan tomosha qilishar, ammo birontasi aqalli narxini so‘rashga jur‘at qilolmas edi.

— O‘ladigan dunyoda yeb-ichib, kiyinib qoladi-da odam...

Matoni qaytib chiqmasligi haqidagi ma‘lumot bilan bir qatorda kaft bilan silab sifatiga qilingan noverbal ishora niyatni aniq ifodalaydi. Turg’un ifodalar ham uni niyatiga yaqinlashtirib boradi, o‘zbek xalqining dunyo o‘tkinchiligi, moddiyliklarning bu dunyoda ahamiyatligiga doir qarashlari orqali ta’sir o‘tkazmoqda. Diniy qarashlarning tijoriy niyatni amalga oshirishdagi o‘rni katta. Shu sababli *xudo haqqi, olloh barakasini bersin, omonatga xiyonat, tarozi haqqi yomon, insof sari baraka ...* kabilar maishiy tijoriy diskursda faol qo‘llanadi.

Tijoriy matnlarda shikoyat mazmuni ham tez-tez ko‘zga tashlanib turadi. Bunga yorqin misol keltirish uchun badiiy asarlarga murojaat qilish lozim bo‘ladi. Maishiy diskursda shikoyatning ifodalanishida milliy an‘analar yetakchilik qiladi.

— Sakson so‘mga bo‘ladimi? — dedi sekin.
— Sakson so‘mga marojniy ob yeng. Marojniy osayiz, eriyiz bilan maza qilib yeysiz.
— Judayam unaqa noinsoflik qilmang. — Oyim yana gapga aralashdi. — Bir joydagi odamlarmiz, tobutkashmiz.²³

Bir joydagi odamlarmiz, tobutkashmiz kabi turg’un birikmalar shikoyatning o‘ziga xos shakli bo‘lib, shikoyat va kelishuvga chorlash mazmuni hamroh ifodalangan.

Quyidagi holatga e’tibor qarataylik:

—Narxini ayting.

— Voy aylanay, ot bilan tuya bo‘larmidi!

— Semiz xotin dadamga jilmayib qaradi:

— Yuz so‘mda, inim. Ertamatdan beri yuz ellikdan sotayotgan edim. Sizga yuz so‘m. Muni qarang. Jiyagini qarang, mayda tepki!
— Insof bormi sizda, opa! — dedi dadam qo‘lini paxsa qilib. — Davlat har yili arzonchilik qilib turibdi. Yaqinda tag‘in narx-navo tushadi. Gazeta o‘qiysizmi o‘zi!²⁴

Bu o‘rinda milliy va ijtimoiy mazmunga ega til vositalarini qo‘llash orqali sotuvchi aytgan narxdan shikoyat ifodalanmoqda, ta’sir o‘tkazishda qaysi biri samarali bo‘lsa, shunisi amal qilishi kutilgan.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, tijoriy diskursda eng kam uchraydigan **rad etish** strategiyasi ko‘pincha yoqtirmaslik bilan bog‘liq bo‘lgan rad etish hisoblanadi. Tijoriy muloqot his-tuyg‘ularni ifodalashni o‘z ichiga olmaydi, natijada rad etish shovqin jarayonida kamdan kam qo‘llaniladi. Xuddi shunday, to‘g‘ridan-to‘g‘ri rad etish va kelishmovchilik strategiyalari kamdan-kam qo‘llaniladi, bu to‘g‘ridan-to‘g‘ri, kommunikantlar o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir jarayonida kelishuv yo‘qligi va qaror yoki taklif qabul qilinmasligini to‘g‘ridan-to‘g‘ri nomzod qilishni anglatadi. Tijoriy muloqot rad etishning bilvosita, yashirin va yopiq xususiyatini

²³ Хошимов Ў. Дунёнинг ишлари// www.ziyouz.com – Б.107

²⁴ Хошимов Ў. Икки эшик ораси. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2016 – Б.427

nazarda tutadi, bu esa nutqda to'g'ridan-to'g'ri nominatsiyalar sonining kamayishiga olib keladi.

O'zbek bozor muhitida rad etishning gender farqlari bor:

—Metri yigirma so'mmi?

— Metri nima qiladi? Men metrlab sotmiyman. Bir kiyimligi bir yuz yigirma so'm, tushundizmi?

Guli sekingina qo'lini tortib oldi. Uning eri shofyor. Bahorda allaqaysi savxozga tut bargi olib ketayotganda avariya bo'lib uch oy gipsda yotdi. Haliyam ishga chiqib ketgani yo'q.

— Menga to'g'ri kelmas ekan, — dedi Guli sekingina.
— Ha-ha-ha! — Huri satang og'zidan olov purkab tomog'i bilan kuldi. — Erta-indin qo'chqordek o'g'il tug'ib beradigan xotiniga bitta ko'ylak oberolmiydigan er qanaqa o'zi!

Belida

belbog'i

bormi?

Gulining dog' bosgan yuzi qizardi.

— Mayli, — dedi sekingina. — Qo'ya qoling.²⁵

Ko'rinadiki, ayollar psixofoni uchun kamsuqumlik xos. Rad etishning ham yumshoq shakllari tanlanadi: — Menga to'g'ri kelmas ekan, — dedi Guli sekingina. — Mayli, — dedi sekingina. — Qo'ya qoling.

Erkaklar esa bu borada ancha keskin:

Paranjili xotin dadamning boshidagi jiyagi titilib ketgan do'ppisini ildam yechib,

bidilladi:

— Ushlang. Ushlab turing muni!
Dadamning javobini kutmay, boshiga yap-yangi qalampir nusxa do'ppi ildi.

— Ana! Buyurtirsangiz ham bunaqasini topolmaysiz, amaki! Pulingiz o'zingiz bilan ketadi! Dadam jahl bilan xotinning qo'lidagi o'z do'ppisini yulqib oldi.

— Mengamas! — dedi baqirib. — Bolaga! Bolaga olaman! Qiziq, boyagi xotin hecham xafa bo'lmadi.²⁶

Bu o'rinda erkakning qo'pol muomalasi ikki jihatdan kechiriladi: birinchidan, erkakligi(erkaklarga bu xil muloqot usulining tabiatan xosligi) uchun; ikkinchidan, bozorning oltin qoidasi – mijoz doimo haq –tufayli. Kechirish tijoriy muloqotda o'ziga xos o'rin tutadi.

Tijoriy muloqot, boshqa har qanday o'zaro munosabatlar singari, murakkab ziddiyatli vaziyatlarsiz, kuzatuvlarsiz amalga oshirilmaydi, ularni tuzatish uchun uzr so'rash kerak.

Kechirishning nutqiy reprezentatsiyasi rasmiy matnlarda kam uchraydi. Tijoriy muloqotning og'zaki shaklida bunga ko'proq duch kelish mumkin. Savdo-sotiq, oldi-berdi ishlarida asosan, taklif, murojaat, hisobot, taqdimot, niyatni ifodalash, axborot berish, ayrim hollarda rad etishni ifodalovchi lisoniy vositalardan foydalaniladi.

Maishiy tijoriy diskursda bir qator maxsus shakllar kechirim, kelishuv kabi ma'nolarni ifodalaydi. Masalan,

²⁵ Хошимов Ў. Дунёнинг ишлари// www.ziyouz.com – Б.107

²⁶ Хошимов Ў. Икки эшик ораси. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2016 – Б.427

Onam norozi qiyofada yelkasini qisdi.

— Mana shu bolamga pufayka olib bermoqchiman. Adasi besh yuzdan kamiga ko'nma deganlar.

— Gapga pasmatri! — dallol xuddi onam gunoh ish qilib qo'yganday qo'lini silkitdi.

— Odamlardayam diyonat qolmapti o'zi!

U endi burilib ketayotgan edi, oyim yalindi:

— Xudo xayringizni bersin, bitta-yarimta insofliroq xaridor toping. Mayli, haqingizni beraman.²⁷

Ko'rinadiki, bu o'rinda genderga xos tazyiq ayol ishtirokchini uzr so'rashga majbur qilmoqda: Xudo xayringizni bersin, bitta-yarimta insofliroq xaridor toping. Mayli, haqingizni beraman.

XULOSA

1. So'nggi yillarda kommunikatsiyaning tijorat sohasiga, shu jumladan psixolingvistika sohasiga oid tijoriy diskursga ilmiy qiziqish kuchaymoqda. Tadqiqotning maqsadi psixolingvistika nuqtai nazaridan zamonaviy nutqni, biznes-nutqni rivojlantirish xususiyatlarini o'rganish edi. Ushbu maqsadga erishish jarayonida bir qator aniq vazifalar izchil hal qilindi. Avvalo, kommunikativ o'zaro ta'sirning maxsus shakli sifatida tijoriy muloqotning xususiyatlari tahlil qilindi, bu esa tijoriy diskurs ishbilarmonlik muloqotini anglatadi, degan xulosaga kelishimizga imkon beradi. bu professional tijorat sohasida sodir bo'ladigan tijorat qatnashchilari o'rtasidagi o'zaro ta'sir. Muloqot ishlab chiqarish muammolarini hal qilish, bozor iqtisodiyoti sharoitida moddiy manfaatlar olish vazifalariga bo'ysunadi.

2. Ishda tijoriy muloqotning maqsadi, vazifalari va funksiyalari aniqlandi. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, muloqotning asosiy maqsadi moddiy foyda olish, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirishdir. Istiqbolli va tezkor vazifalar belgilangan maqsadga bo'ysunadi. Tijoriy muloqotning asosiy funksiyalarini axborot, kommunikativ, nazorat qiluvchi, qo'llab-quvvatlovchi funksiyalar, huquqiy munosabatlarni o'rnatish, har qanday fakt, hodisani va hokazolarni so'rash, aniqlash, tasdiqlash funksiyasi deb atash mumkin. Funksiyalarni realizatsiya qilish xususiyatlari tijoriy muloqot shakliga bog'liq.

3. Tijoriy muloqotning asosiy uslubiy xususiyatlari uning aniqligi, standartlashganligi, rasmiyligi, qisqaligi. Belgilangan uslub xususiyatlariga turli til vositalari orqali erishiladi. Tijoriy muloqotning leksik xususiyatlari sifatida umumiy, funksional jihatdan belgilanadigan, terminologik lug'at va atamalarning ko'p ishlashini ko'rsatish mumkin.

4. Maqsad, vazifalar, funksional salohiyat, uslubiy xususiyatlar, tijoriy muloqotning turli shakllari bayonotlarning tarkibiy va kompozitsion dizayni xususiyatlarini belgilaydi. Tuzilmaviy jihatdan ishbilarmonlik muloqoti bir komponentli va ko'pkomponentli bo'lishi mumkin va aksariyat hollarda tijoriy

²⁷ Хошимов Ў. Дунёнинг ишлари// www.ziyouz.com – Б.107

diskursni bayonning kompozitsion va semantik yaxlitligini shakllantirishda ishtirok etadigan murakkab tuzilgan shakllanish sifatida ko'rib chiqishga imkon beradigan ko'pkomponentli nutq tuzilishi haqida gap boradi.

5. Tadqiqotda leksik belgilarning ma'nosini aniqlashga qaratilgan psixolingvistik tahlil usuli ishlab chiqildi: olingan reaksiyalarning semantik talqini, olingan birlashmalarni so'z-belgining semantik tarkibiy qismlarining lingvistik tasavvurlari sifatida tushunishdan iborat. Tavsif bir qator bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- 1) ma'no denotativ komponentining tavsifi;
- 2) tarkibiy, xarakterli qismni tavsifi;
- 3) funksional qismning tavsifi: maqsadi, shakli, hajmi, va boshqalar.

Shu asosda xabar, shikoyat qilish, rad etish, kechirim so'rashni aks ettiruvchi vositalar tahlil qilindi.

Dissertatsiya tadqiqotida yuqoridagi niyatlarning tijoriy diskursda aks etish xususiyatlari izchil o'rganildi.

6. Axborot berishning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish asosida axborotning har bir strategiyasi sezilarli darajada farq qilishi aniqlandi: (1) hisobot yuqori mansabdor shaxslar, xodimlar bilan bog'liq, ma'lum mavzuni yoritishga qaratilgan, kengligi bilan ajralib turadi, natijada u zerikarli, jonga tegadigan deb qabul qilinadi; (2) axborot - ommaviy axborot vositalaridan olingan ma'lumotlar ishonchli yoki yolg'on bo'lishi mumkin, ko'pincha ortiqcha bo'lishi mumkin.

7. Kechirim so'rash niyatidan chetga chiqish strategiyasi boshqacha. Eng keng tarqalgan yo'nalishlar – aybni tan olish va afsuslanish. Eng hissiy holat – bu afsuslanish, bu faqat xafagarchilik, g'am, qayg'u va hokazolarning emotsional holatlari bilan bog'liq.

8. Kechirim ham tijoriy muloqot, ham o'zaro aloqaning boshqa sohalari bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Kechirim so'rash niyati yolg'on, haqiqatdan chetga chiqish, munosabatlarda halollik, do'stona munosabatda bo'lgan odamlar bilan bog'liq. Tijoriy diskursda yolg'onchilik, insofsizlikning namoyon bo'lishi hayotning ajralmas qismi, unutilishi va kechirilishi kerak bo'lgan noxush holat sifatida qabul qilinadi.

9. Tijorat muloqot bir xilda bo'lmay, biznes, akademik, shaxsiy va maishiy subdiskurslarning tarkibiy qismlarini o'z ichiga oladi, o'zgaruvchanligi, xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Muloqotning o'ziga xos xususiyatlariga kommunikantlarning xususiyatlari, roli, ular orasidagi pozitsion munosabatlar, o'ziga xos kommunikativ vaziyat sharoitlari ta'sir qiladi.

10. O'zbek maishiy tijoriy diskursini o'rganish ushbu diskursda bir qator psixolingvistik ta'sir usullarini aniqlash imkonini berdi: baland ovozda, tez-tez gapirish, beparvo turish, gender farqli verbal va noverbal vositalar, faol qo'llanuvchi turg'un birikmalar konsituatsiya psixotusi va psixofonini belgilaydi.

**НАУЧНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD) ПРИ
АНДИЖАНСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

АНДИЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ХОЛИСОВА ГАВХАРАОЙ МАННОБЖОН КИЗИ

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
КОММЕРЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

10.00.01-Узбекский язык

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD) ПО ФИЛОЛОГИЧЕСКИМ
НАУКАМ**

Андижан-2022

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете министров Республики Узбекистан
B2020.2.PhD/Fil1201

Диссертация выполнена в Андижанском государственном университете.

Автореферат диссертации выполнен на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице по адресу www.nuu.uz и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziyo.net).

Научный руководитель: **Шахабитдинова Шохида Хошимовна**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Мирзахидова Муяссар Инамжановна**
доктор филологических наук, профессор

Холмуродова Мехринисо Иброхимовна
доктор философ. (PhD) по филологии

Ведущая организация: **Кокандский педагогический**
государственный институт

Защита диссертации состоится 2022 года в часов на заседании научного совета PhD.03/30.12.2019.Fil.60.02 при Андижанском государственном университете (Адрес: 170100, Андижан, улица Университетская, 129-дом. Тел: 0(374) 223 88 14; факс: 0(374) 223 88 30 e-mail: agsu_info@edu.uz).

С докторской диссертации можно ознакомиться в информационно-ресурсном центре Андижанского государственного университета (зарегистрирована за №). Адрес: 170100, Андижан, улица Университетская , 129-дом. Тел: 0(374) 223 88 14; факс: 0(374) 223 88

Автореферат диссертации разослан: «_____» август 2022 года.
(реестр протокола рассылки № от «_____» август 2022 года).

Н.М.Улуков
Председатель Научного совета по
присуждению ученых степеней,
д.филол.н., профессор

Ф.Ф.Усманов
Ученый секретарь Научного совета по
присуждению ученых степеней, доктор
философ. (PhD) по филологии.

М.И.Умарходжаев
Председатель научного семинара при
Научном совете по присуждению ученых
степеней, д.филол.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация к диссертации доктора философии PhD)

Актуальность и востребованность темы. В мировой лингвистике в больших масштабах проводятся научные исследования по когнитивно-прагматическому изучению текста, особенно изучение языковых средств в статусе дискурса весьма эффективно с практической точки зрения. Языковые единицы, языковые возможности расширяются с точки зрения эпохи. С этой точки зрения изучение текстов разных стилей в современных аспектах дает лингвистике новые сведения и идеи.

Одной из важнейших задач мировой стилистики на современном этапе развития в мире является изучение функциональных стилей. Сегодня с повышением прозрачности между культурными моделями развиваются межкультурные социальные и коммерческие отношения, меняются традиционные способы коммуникации, а также коммерческий дискурс: такой дискурс бывает не только экономическим, но и производственным, политическим, техническим, социальным, научным, человеческой деятельности и объединяет в себе всю совокупность взаимодействий в культурных сферах.

В последние годы в нашей стране значительно развивается коммерческая деятельность. Подписываются различные контракты и соглашения с международными организациями. В этот момент становится необходимым изучение вклада языка в развитие этой области, содержания текстов, связанных с коммерцией, реализации в них языковых возможностей. «Потому что забота о развитии и перспективах родного языка, веками передававшегося нам от предков, означает борьбу за реализацию самобытности нации и ее духовной зрелости.» Репутация государственного языка – это репутация всего народа и общества. В то же время, несмотря на всеобщее признание того, что коммерческая коммуникация, как и коммуникация в любой другой сфере, сегодня претерпевает глубокие трансформации и изменения, новых аспектов и важных черт коммерческого дискурса, сформировавшихся в последние десятилетия, очень мало. исследовал. Данное диссертационное исследование посвящено изучению коммерческого дискурса в текстах на узбекском языке в логике психолингвистического подхода.

Данная диссертационное исследование в определенной мере служит реализации задач, определенных в Указах Президента Республики Узбекистан № ПФ-4797 от 13 мая 2016 года «О организации Ташкентского государственного университета узбекского языка и литературы имени Алишера Навои», № УП-4958 от 16 февраля 2017 года «О дальнейшем совершенствовании послесреднего образования», № УП-5850 от 21 октября 2019 года «О мерах по коренному повышению престижа и положения узбекского языка как государственного», № ПП-6084 от 20 октября 2020 года «В нашей стране Указы о мерах по дальнейшему развитию узбекского языка и совершенствованию языковой политики, Постановления №ПП-2909 от 20 апреля 2017 года «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования» и в других нормативно-правовых документах, связанных с этой деятельностью.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Диссертация выполнена в рамках

приоритетного направления развития науки и техники республики «Формирование системы инновационных идей и пути их осуществления в социально-правовом, экономическом, культурном, духовно-образовательном развитии информационного общества и демократическое государство».

Степень изученности проблемы. О природе стилей речи рассуждают К. Содиков и К. О. Омонов. Изучение коммерческого дискурса с теоретической точки зрения серьезно не рассматривались в работах, связанных с культурой узбекской речи и общения таких ученых как, Иброхимова С., Бегматова Э., Ходжаевой Л., Иброхимова И., Оринбоева Б., Иномходжаева С., Конгурова Р., Каримова С., Курбанова Т., Рустамова А., Абдурахмонова А., Махмудова Н., Махмудова Н., Т. Кудратова, Ю.Тоджиева, Н.Гасановой, Х.Тожиматова, О.Юлдошевой, Б.Х. Рахматуллаевой. В работах Ш. Искандеровой было выражено ряд теоретических представлений о культуре речи. По мнению С. Муминова, узбекское языкознание ориентируется на выявление речевой культуры в чисто лингвистических, методических или педагогических целях и не подходит к этому вопросу с социолингвистической стороны. Новые термины и понятия, отражающие особенности коммуникативного взаимодействия в сфере коммерции можно показать в научных трудах Ю.В. Данюшиной. Э. Азимова, А. Щукина, которые подчеркивают, что основное отличие делового общения заключается в сфере деятельности. В работах С. Большакова, М. Потолоковой, Е.Ю. Карловой указываются, что изучаемый феномен является важной особенностью делового общения, его целенаправленность, это «деятельность, направленная на достижение целей в деловой сфере».

В узбекском языкознании Р. Каримов ученый, изучавший узбекские коммерческие письма в лингвопрагматическом аспекте, сопоставляет их с англоязычными материалами. В исследовании Д.А. Бабахановой анализируются формальные стили обслуживания в современном литературном узбекском языке. Д.М. Тешабоева обратила внимание на использование речевого этикета в деловых письмах на узбекском и русском языках. В нашем исследовании, в отличие от других научных работ, проделанной в этом направлении, узбекские коммерческие тексты специально не изучались в психолингвистическом аспекте.

Связь темы исследования с научно-исследовательскими планами вуза, где была выполнена диссертация. Научно-исследовательская работа выполнена в рамках плана НИР Андижанского государственного университета «Актуальные проблемы филологии и новые технологии их реализации».

Цель исследования - выявить особенности развития коммерческого дискурса в узбекском языке с психолингвистической точки зрения.

Задачи исследования следующие:

изучить особенности коммерческого общения как особого вида взаимодействия;

определить цели, функции и задачи коммерческой коммуникации;

проанализировать методологические признаки, такие как точность, стандартность, формальность, краткость коммерческих сообщений;

изучить структурно-композиционные особенности коммерческих текстов;

разработать методологию психолингвистического анализа, направленной на изучение современного узбекского коммерческого дискурса;

определить особенности реализации информационной стратегии в коммерческой коммуникации на основе психолингвистического анализа;

анализировать реализацию мотивации в узбекском коммерческом дискурсе по результатам эксперимента;

определить по результатам анализа особенности отражения отказа в коммерческой коммуникации;

изучить особенности выражения извинения в коммерческом дискурсе.

Объект исследования – современный узбекский коммерческий дискурс.

Предметом исследования являются психолингвистические особенности современного коммерческого дискурса, формирующиеся под влиянием экстралингвистических, психологических, субъективных, индивидуально-социальных, объективных и коллективных факторов.

Методы исследования. Помимо общенаучных методов (анализ, синтез, сравнение, обобщение, интерпретация и др.), в исследовании использовались методы семантического и прагматического толкования, дискурсивный анализ, метод анализа словарных определений, метод сравнительного описания и методы психолингвистического анализа.

Научная новизна исследования:

определены частность употребления, современное употребление или соответствие смыслу, культурная и социальная значимость, семантически активные признаки, которыми следует руководствоваться при выборе единиц для психолингвистического исследования современного коммерческого дискурса;

установлены этапы психолингвистического анализа, как обобщение словарных определений, корпусной анализ, описание результатов анализа, ассоциативное описание семантики слов, семантическая интерпретация ассоциативных реакций;

раскрыты возможности использования таких языковых средств, как тон, порядок слов, восклицание для выражения мотивации, жалобы, отказа, извинения, информационной модальности в создании коммуникативной ситуации, коммерческих текстов;

в развитии коммерческих отношений доказана эффективность диалога сторон, узбекские аспекты национального менталитета, культуры коммерческого общения, значение экстралингвистических факторов, речевой ситуации.

Практические результаты исследования следующие:

основывается на совершенствовании создаваемых в высших учебных заведениях учебников и учебных пособий по общему, узбекскому языкознанию, коммуникативной лингвистике;

доказана возможность создания основ узбекского общения для предпринимателей.

Достоверность результатов исследования объясняется докладами, сделанными на республиканских и международных научно-методических и

научно-практических конференциях, статьями, опубликованными в научных журналах, выводами, предложениями и рекомендациями, реализованными на практике, и полученными результатами, подтвержденными уполномоченными организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования.

Научная значимость диссертационного исследования состоит в углубленном изучении различных аспектов коммерческих отношений с учетом особенностей развития современного коммерческого дискурса, внетекстовых экстралингвистических факторов, в первую очередь психологических и социальных особенностей.

Практическая значимость исследования заключается в выявлении и систематизации особенностей речевого взаимодействия коммуникантов в коммерческом дискурсе, изучении экстралингвистических факторов, определяющих конверсионные характеристики современного коммерческого дискурса. Полученные результаты могут быть рекомендованы для преподавания языкознания (стилистики, лексикологии, интерпретации текстов и др.), практического курса практического общения, преподавания английского языка на разных этапах обучения. Результаты диссертации можно использовать в практических целях - установление коммерческих контактов, написание коммерческих текстов, ведение бизнеса и т.д.

Внедрение результатов исследования. По результатам, полученным в ходе психолингвистического исследования коммерческих текстов:

из выводов о принципах деятельности скорости употребления, современного употребления или соответствия по смыслу, культурная и социальная значимость, которая следует выбору единиц для психолингвистического изучения современного коммерческого дискурса; семантически была использована в фундаментальном проекте ФА-Ф1-ГООЗ «Формирование функционального слова в современном каракалпакском языке» (2012-2016 гг.), выполненном Каракалпакским институтом гуманитарных наук Каракалпакского отделения Академии наук Республики Узбекистан. (Справка № 17.01/227 от 17 сентября 2021 года Каракалпакского филиала Академии наук Республики Узбекистан). В результате были рассмотрены особенности современного узбекского коммерческого дискурса с позиций психолингвистического подхода, определена значимость экстралингвистических факторов, речевой ситуации, но не особенностей речи в общении, а тексты узбекского коммерческого общения также рассматривались как язык и мысль, язык и культура, потребность в обучении основывалась на общности языковой системы и общественной жизни.

обобщение словарных определений психолингвистического анализа, корпусного анализа, описание результатов анализа, ассоциативное описание семантики слов, семантическая интерпретация ассоциативных реакций, использовались для наполнения актуальными научными данными в годовом отчете научно-исследовательского центра в Бремене, ФРГ (Справка № 204/22 от 24.07.2021 научной организации A&A Ausbildung und Arbeit Plus GmbH). Полученные в результате выводы заключаются в том, что

психолингвистические особенности коммерческих текстов доклада отражаются на развитии коммерческих отношений, эффективности коммуникации сторон, национальный менталитет отражает специфические особенности культуры коммерческого общения, которая послужила для научного раскрытия разделов по развитию письменной и устной грамотности.

по результатам о возможностях использования языковых средств, таких как тон, порядок слов, восклицание для выражения мотивации, жалобы, отказа, извинения, информационной модальности в ситуации общения, создания коммерческих текстов были использованы при подготовке таких программ, как «Ватан мадхи» и «Адабиёт сарчашмалари», подготовленных под редакцией телерадиоканала «Маданият-маърифат», «Махалла» Национальной телерадиокомпания Узбекистана. (Справка № 02-10-410 Национальной телерадиокомпания Узбекистана от 25 февраля 2021 года). В результате это помогло телезрителям художественно воспринять передачу, полностью понять языковые средства, обеспечить критерии научности в восприятии информации.

выводы и практические предложения относительно значения национального менталитета, узбекской специфики культуры коммерческого общения, а также значения экстралингвистических факторов, речевой ситуации, в развитии коммерческих отношений и эффективности общения сторон и практические предложения были использованы в проекте JHBL-20 «Создание электронного корпуса художественных произведений на тему гендерного равенства в семье и соседстве» (Справка № 01-09/957 от 14.06.2022 года НИИ «Махалла ва Оила»). В результате рекомендованы обобщить словарные определения психолингвистического анализа, корпусного анализа, описания результатов анализа, описания узбекской специфики национального менталитета культуры коммерческого общения в развитии коммерческих отношений.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждались на 3-х международных и 3-х республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. Всего по теме диссертации в республиканских и зарубежных журналах опубликовано 10 научных работ, в том числе 4 статьи в научных журналах, рекомендованных к публикации Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан, из них 4 статьи 2 были опубликованы в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 141 страниц без учета списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении темы диссертации обоснована на актуальность и востребованность исследования, определены цели и задачи, а также объект и

предмет работы, показано его соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, отмечена научная новизна и практические результаты исследования, показана значимость научных и практических результатов исследования, а также их внедрение в практику, приведена информация об опубликованных работах, структуре и объеме исследования.

Глава I работы называется **«Коммерческий дискурс как объект научного исследования»** и состоит из следующих частей: **«Коммерческое общение как особый вид взаимодействия»**, **«Цель, задачи коммерческого общения»**, **«Методологическая характеристика коммерческого общения»**. **(формальность, точность, стандартизация, краткость)»**. Прежде всего уместно остановиться на сущности понятий «коммерция», «коммуникация», «дискурс». Не секрет, что многие термины, связанные с торговлей, пришли в наш язык из арабского и русского языков. Слово «торговля» также пришло из арабского языка и в переводе на узбекский означает «торговля». Коммерческая торговля, бизнес купли-продажи; торговля, торговля (торговые) работы понимаются. Слово «Коммерческий» также взято из арабского языка и означает торговый, коммерческий, относящийся к делу, связанный с торговлей. Торговец означает лицо, занимающийся торговлей.

Общение – это языковая (речевая) мыслительная деятельность в сложной форме.

Интерпретация текста как устойчивого, законченного продукта и дискурса как продолжающегося процесса речевой коммуникации является причиной их резкого различия. Коммуникация – это процесс обмена информацией, и в этом ее цель. Можно отметить, что проблема определения характеристик общения в сфере бизнеса мало изучена в отечественной научной литературе. По мнению ученых, в процессе делового общения каждый из участников в первую очередь пытается решить задачи, связанные с его профессией, что позволяет сделать вывод о том, что деловое общение всегда носит целенаправленный характер. Что касается коммерческого общения, то можно сделать вывод, что это общение осуществляется в деятельности коммерческих людей. В работах С.Большакова, М.Потолоковой деловое общение понимается как «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию определенного вида содержательной деятельности». В определении подчеркивается сразу две важные особенности общения: первое – это его целенаправленность и второе – общение происходит в профессиональной сфере. Е. Ю. Карлова подчеркивает целесообразность делового общения, а также понимания «деятельности, направленной на достижение целей в сфере бизнеса» с изучаемым явлением. Поэтому общение всегда направлено на достижение отраслевых коммерческих целей и решение профессиональных задач. Коммерческое общение – это коммуникативное взаимодействие участников коммерческой деятельности, направленное на получение материальной выгоды. Ш. Сафаров утверждал: «Помимо того, что язык является средством общения, язык является еще и средством познания мира, сбора информации о нем, ее хранения и передачи другим». Таким

образом, в рамках данного исследования коммерческий дискурс представляет собой синтез делового и публицистического, учебного и академического элементов, а также личного и бытового субдискурсов, а также личностно-бытовых субдискурсов, возникающих в сфере профессиональной деятельности. коммерции, направлены на решение профессиональных задач участников коммерческой деятельности, ориентированы на достижение материальной выгоды, ее можно понимать как тип дискурса, приобретающий сложный синкретический признак, который в свою очередь определяет цели, функции, структурно-композиционные и методологические особенности общения.

Сегодня коммерческий дискурс, организующий официальные диалоги между организациями, занимающимися коммерцией, также имеет определенный шаблон - прагматическую модель. В отдельный вид общения можно выделить коммерческие, деловые письма, документы и т.п., которые могут сопровождать деловые беседы, переговоры и т.п. В общем виде формы коммерческого общения систематически представлены следующим рисунком:



Рисунок 1. Формы коммерческого общения

Как видите, деловое общение может принимать различные формы, оно охватывает весьма разнообразный набор ситуаций, связанных с достижением профессионально важных результатов, оно весьма вариативно, осуществляется устно и письменно, может быть расширено, может быть направлено. при выполнении некоторых функций, что существенно усложняет процессы обучения деловой речи. С целью анализа реализации языковых возможностей в деловом общении в диссертации рассмотрен ряд материалов. Форма делового общения и коммуникативные намерения определяют особенности формирования коммерческого дискурса. Кроме того, на формирование коммерческого дискурса влияют и другие коммуникативные факторы. Несмотря на высокую вариативность и разнообразие проявления делового общения, можно выделить ряд признаков, позволяющих оценивать взаимодействия как коммерческие. В первую очередь необходимо включить в сферу общения такие признаки - профессиональные, коммерческие, то есть

специфические аспекты взаимодействия, с прибылью, рыночными отношениями, экономикой, которые формируют важные признаки общения. Помимо приведенных выше классификаций, следует также отметить следующий подход С. Муминова: В общении деятельность адресанта и адресата различаются как по составу, так и по функциональным различиям.

Поэтому мы решили проанализировать деятельность адресата и адресата отдельно по составу и разделили их деятельность на следующие этапы: I. Этапы деятельности адресата: 1. Стадия приветствия и обращения. 2. Этап знакомства. 3. Доходный этап. 4. Стадия срока. 5. Завершение или этап прощания.

II. Этапы деятельности адресата: 1. Стадия слушания. 2. Стадия отношения.

Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать вывод, что коммерческое общение является одной из форм делового общения, это общение между коммерческими субъектами, направленное на решение профессиональных задач, подчиненных цели достижения материальной выгоды, связанной с институтами рыночной экономики. , право частной собственности, непосредственно бизнес и синтез компонентов как академических, так и личных и бытовых подкурсов. Коммерческое общение неодинаково, ему свойственна вариативность, разнообразие проявлений, включающее в себя несколько жанров, позволяющих выделить инварианты коммерческого дискурса, в том числе деловые беседы, переговоры, пресс-релизы, брифинги, деловые встречи, презентации и т.п.

Коммерческие коммуникации значительно различаются, и на особенности их осуществления влияет ряд факторов, в том числе (1) характер адресата; (2) специфика адресата; (3) позиционные (ролевые) отношения коммуникантов; (4) важна и социально-психологическая дистанция между коммуникантами. Цели коммерческого взаимодействия напрямую связаны с деятельностью профессий, коммерческих организаций или учреждений. Как было сказано ранее, основной целью коммерческого общения является получение материальной выгоды и решение важных профессиональных задач.

Цели и функции коммерческого общения определяют методологические особенности коммерческого общения. В диссертации выделены и проанализированы типы коммерческих текстов.

Достижение формальности, точности, стандартизации, сокращения коммерческого сообщения осуществляется за счет выбора соответствующих лексических и синтаксических средств. В графическом виде лексические признаки делового общения представлены на рисунке 2:

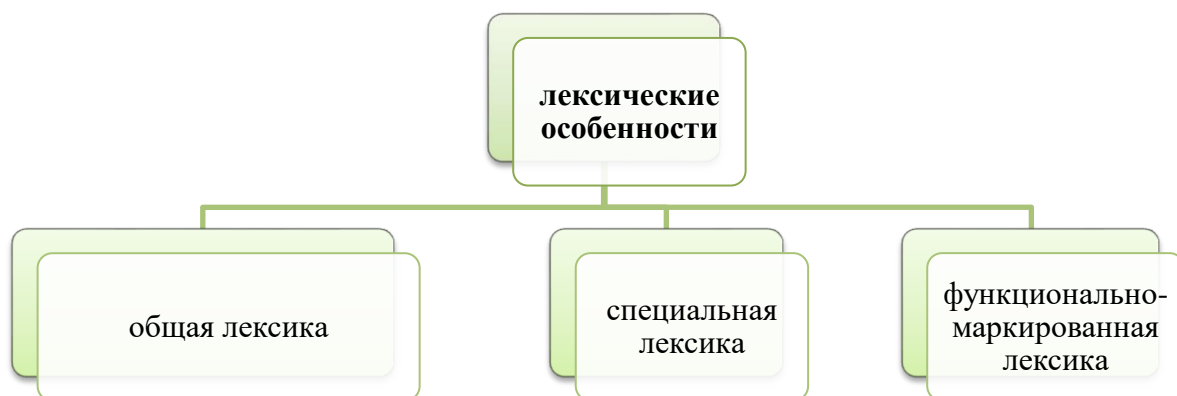


Рисунок 2. Лексические особенности делового общения
имеет значени

Особенности общей лексики делового общения в графическом виде представлены на рисунке 3:

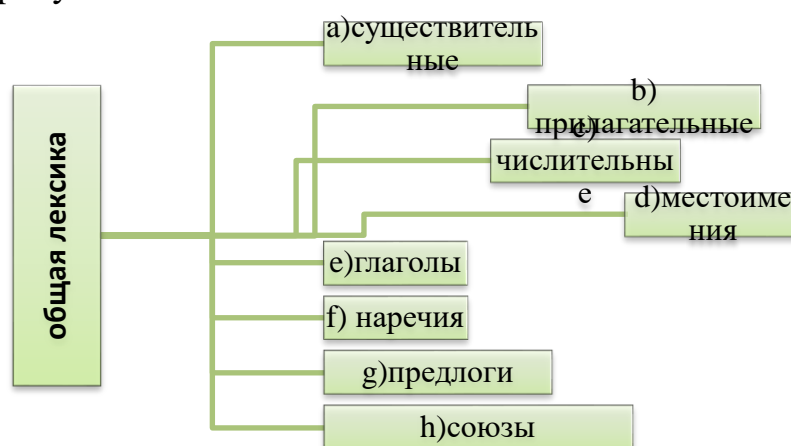


Рисунок 3. Лексические группы, часто используемые в деловом общении

В самом общем виде структуру коммерческого текста можно представить так, как показано на рисунке 6:

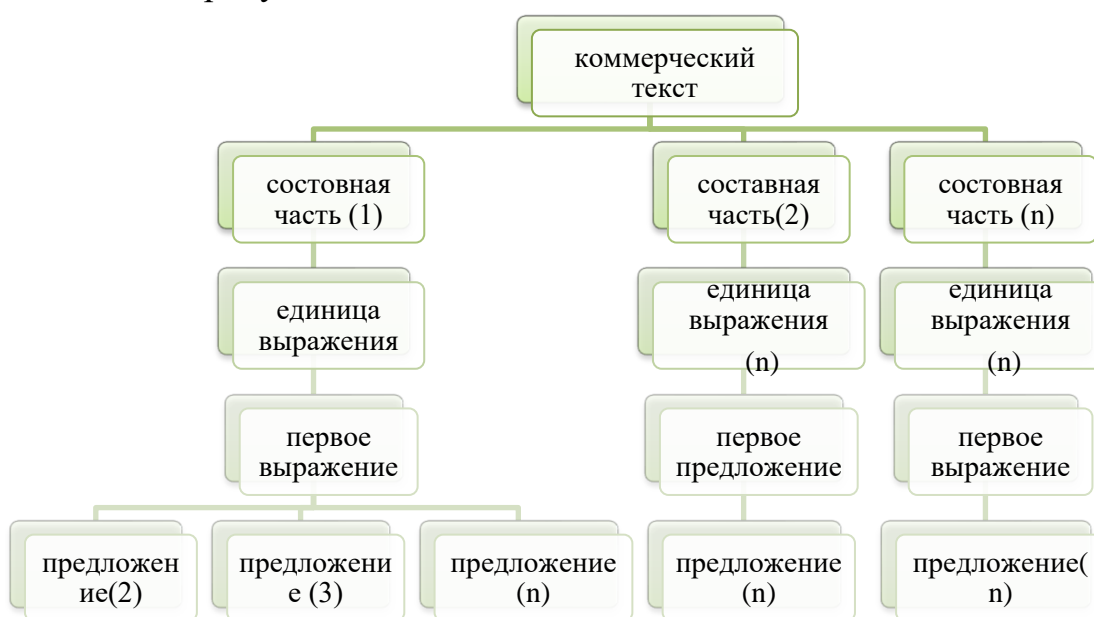


Рисунок 4. Структура коммерческого текста

Коммерческий текст представляет собой сложную структурированную форму, каждый из ее компонентов, обладая определенной степенью автономности, вступает в формирование смысловой целостности. Национальные особенности проявляются при осуществлении коммерческих отношений. Религиозные и исламские концепции занимают приоритетное место в узбекском коммерческом диалоге. Отмечается, что Мухаммад, мир ему, занимался многими торговыми делами. Даже если основное официальное общение, т.е. сделки, решаются через пункты договора, юридические документы, взаимная коммуникация решается в рамках шариата. Торговцы и предприниматели, а также покупатели руководствуются и регулируются религиозными и исламскими убеждениями. В речи узбекских бизнесменов, в отличие от западных, можно увидеть необходимые для деловой среды качества, такие как целеустремленность, внутренняя уверенность, большой риск, бесстрашная инициация действий.

Вторая глава работы называется **«Психолингвистический анализ как новое направление исследования коммерческих речевых процессов и явлений»** и состоит из следующих частей: **«Вопросы реализации психолингвистического анализа», «Психолингвистические аспекты на материале коммерческого анализа». , "Методика психолингвистического исследования"**. В соответствии с заявленными целями и задачами исследования была разработана методика психолингвистического изучения современного коммерческого дискурса. Психолингвистический анализ — один из видов лингвистического анализа, метод опровержения или подтверждения научных предположений в области психолингвистических явлений, сформировавшихся на стыке языкознания и психологии. Как правило, психолингвистический анализ сосредоточен на некоторых операциях, направленных на порождение новых знаний о языке или порождении речи, ее восприятии, связанных с отражением речи. Соответственно, А. А. Леонтьев подчеркивает, что основной задачей психолингвистических методов является изучение человека, языка, тесно связанного с родным языком, системы языка. Следует отметить, что психолингвистические методы исследования сыграли большую роль в процессе сбора эмпирических данных о языке. Основную цель психолингвистического эксперимента можно определить как определение психолингвистического значения лексической единицы. Психолингвистическое значение обычно шире и объемнее своего лексикографического коррелята, его компоненты могут занимать разные по яркости места в психолингвистическом значении. Традиционное лексикографическое описание слова включает в себя описание денотативных значений, а не психологии говорящих, психологической реальности производителя. Реализация этого подхода предполагает описание вещей, которые уже определены, уже сформированы, определены в языке, текстах, словарях, устной и письменной речи. В соответствии с задачами исследования, в соответствии с методикой проведения психолингвистического исследования, в процессе сбора материалов можно обращаться к текстам, характерным для узбекского делового стиля. В нашей исследовательской работе большое внимание уделяется анализу бытовых

коммерческих текстов. Хотя вопрос анализа психолингвистических аспектов в формах коммерческих текстов рассмотрен теоретически, внимание уделено практическому анализу бытовых коммерческих текстов исходя из возможностей объема диссертации. В последние годы корпусная лингвистика стала передовой областью лингвистических, социальных и культурных исследований. Современный корпус содержит очень большой объем информации, а современные источники предоставляют исследователю множество функций, облегчающих работу с изучаемым материалом, что позволяет определить не только грамматические аспекты языка, но и семантические аспекты из корпусного анализа. Если будет создан национальный корпус узбекского языка, то он станет одним из крупнейших в мировом масштабе и позволит показать подкорпусы, необходимые для достижения целей исследования. Учитывая цели и задачи данного исследования, коммерческий дискурс выступает в качестве необходимого подкорпуса. В процессе психолингвистического анализа собранный материал анализируется количественно и качественно. В основе разработанной методики осуществления психолингвистического анализа лежит интегральное понятие значения лексемы, понятие энциклопедического значения и понятие поля слова. Ассоциации делятся по уровням полевой структуры: ассоциации ядра, ассоциации полупериферии, ассоциации периферии. а) смысловая интерпретация полученных реакций заключается в понимании полученных ассоциаций как языковых представлений смысловых компонентов слова-символа. Описание включает в себя несколько шагов:

I. описание денотативного компонента значения;

II. описание структурной, характерной части;

III. описание функциональной части: назначение, форма, размер и т.д.;

описание отношения отражает внешние смысловые связи, включает следующие параметры: (1) актуализация предшествующих текстов - ассоциации могут вызывать связи с художественной литературой, фольклором, художественными фильмами и т. д.; (2) устойчивые словосочетания – ассоциаты могут отражать наличие связи с фразеологизмами, устойчивыми конструкциями и т.п.; (3) коммуникативная реакция – слово-стимул может отражать определенную устойчивую коммуникативную стратегию (например, спасибо – не стоит).

Кроме того, описание отношения, метатекстовый компонент включает в себя (1) выражение оценочных признаков, положительной, отрицательной, нейтральной оценки; (2) на следующем этапе осуществляется эмоциональное описание значений: выражение положительно-эмоционального, отрицательно-эмоционального, неэмоционального отношения. Применение для определения эмоциональной нагрузки выражения намерений сообщить, отвергнуть, пожаловаться, поощрить, извиниться в коммерческом общении связано с тем, что эмоции регулируют процессы смыслообразования человека и процессы отражения смыслов в языке. Эмоциональность является смысловой доминантой некоторых видов речи (например, художественной). Как отмечала В. А. Пищальникова, эмоции «являются единственным смысловым центром

художественного произведения до известного момента». В диссертации психолингвистически анализируются тексты коммерческого содержания, взятые из художественных произведений.

Методику психолингвистического анализа можно представить на рисунке 5:



Рисунок 5. Процесс психолингвистического анализа

Как видим, психолингвистический анализ представляет собой поэтапный процесс, каждый шаг которого опирается на психолингвистическое значение лексемы, ее денотативное, коннотативное значения, ассоциации с лексемой, взаимодействие с другими лексическими единицами, дает более полное понимание отношений и синтаксических конструкций. В ходе психолингвистического анализа используются следующие методы: метод лексикографического описания, корпусной анализ, интерпретация сем, интерпретация семем, метод обобщения ассоциативных реакций, метод объединения результатов ассоциативных экспериментов.

Третья глава работы называется **«Реализация коммуникативных намерений в коммерческом тексте (на основе психолингвистического анализа)»** и состоит из следующих частей: **«Подача информации, реализация осознания», «Реализация намерения», «Выражение намерения»**. **«Жалоба в коммерческом тексте», «Речь об отказе от представления», «Речь о прощении»**. В практической части исследования описываются особенности отражения коммуникативных намерений в коммерческом тексте на основе психолингвистического исследования по разработанной методике. Значения, свойственные функциональному стилю речи, в официально-коммерческом общении не реализуются. На основе образования ассоциативных значений - синонимических (отказ, нет, отрицание) и антонимических (да, нет) отношений, а также отрицания по отношению к ним (время, деньги) являются выраженными объектами. Если наблюдать психолингвистические нюансы в моментах репортажа в отечественном коммерческом дискурсе:

Усатый мужчина в грязном халате кричит: Берегите себя, рыба! Сом! Жарить во фритюре?

За ней в большой кастрюле варился суп. Варит вон тот, рыжий. У меня слюнки потекли. Да, этот шашлык! Темнокожий повар кебабщик зовет покупателей. Кто съест, тот найдет наслаждение, кто не попробует, тот будет сожалеть!

Смотри, запах опьяняет человека!

Несмотря на то, что день прохладный, он в рубашке худощавый мальчик, взявший пачку сигарет и кричащий во весь голос.

- Не кури сигареты, не кури!

Следует отметить, что хотя психолингвистические типы в коммерческих текстах выделяются в целях исследования, обычно они появляются вместе. В частности, приведенный выше текст в основном относится к доставке сообщения. Реализация цели продажи вашего продукта начинается с сообщения: Берегите себя, рыба! Сом! Мне его хорошенько прожарить?.. Кто съест, тот найдет наслаждение, кто не попробует, тот будет сожалеть!

Смотри, запах опьяняет человека!

Папиросы норд кто не курит черт!

Названия продуктов в этом тексте отражают денотативное значение, и используются различные средства речевого воздействия, в частности, характерные для коммерческого дискурса статичные единицы: Кто ест тот и наслаждается. Случайные крылатые фразы, особенно коммерческие тексты, повысили свою эффективность: Papirosi Nord, chetmanglar chort!

Экстралингвистические факторы усилили этот эффект: темнокожий повар кебаба обращается к покупателю.

Несмотря на то, что день прохладный, он в рубашке худощавый мальчик, взявший пачку сигарет и кричащий во весь голос.

Заикание, обнажение выделяет продавца из толпы, усиливает психолингвистический эффект текста. В этой ситуации отчетность и описание продукта вышли на первый план.

Это порода крупного рогатого скота, мой брат! «Она рождает два раза каждый год», — сказал маклер с топотом.

Дает молоко от одного щибета в день. Её молоко жирнее коровьего. Твои деньги идут с тобой, брат мой.

- Не приходите с небес и вы. Человек в шляпе неодобрительно покачал головой.

Хотя бы шестьсот.

— Ты сам очень грустный человек. Смотри, у этой есть ребенок! - Человек в плаще хлопнул козла по копытам. - Дай бог, этой зимой у детей рты побелеют, брат!

Денотативной частью содержания сообщения является “коза”. Для информирования о ней использовалось преувеличение, исходя из характера коммерческого дискурса: это чистокровное животное, дорогой мой брат! “Ее мать рождает по два малыша каждый год. Она дает молоко по одному ведру в день. Её молоко жирнее коровьего. Твои деньги идут с тобой, брат мой. Употребленное настоящее времени - Ваши деньги идут с вами - верх преувеличения: ясно, что ваши деньги никогда не уходят с вами. Использование притяжательного суффикса в форме обращения - мой брат - круг - создает ощущение близости, что еще больше усиливает психологический эффект. В следующей ситуации намерение продавца выражается посредством внеязыковых и внутриязыковых средств.

Невольно я выглянул в окно и увидел, что «базар» находится в самом разгаре. Хури показывает мне ослепительный атлас, положив свою толстую ногу на скамью и на талию моей матери. Женщины вокруг смотрят с завистью. Моя мама сидит на одном конце скамейки, потому что она освободила место для ног Хури.

«Этого больше нет в наличии». - Хури написал на атласе у себя на коленях и погладил его ладонью.

Женщины смотрели с завистью, но ни одна из них не осмелилась попросить разумную цену.

- В смертной жизни человек ест, пьет и носит одежду. - трясет пухлой ладонью Хури.

- Открой, сестра Дильбар! Как человек, позволь мне подарить тебе этот мирской атлас!

Наряду с информацией о том, что ткань не вернется, невербальная ссылка на качество ладони ясно выражает намерение. Устойчивые выражения также приближают его к его замыслу, влияя на представления узбекского народа о бренности мира и важности материальных вещей в этом мире. Религиозные взгляды имеют большую роль в реализации коммерческих замыслов. По этой причине в бытовом и коммерческом дискурсе активно используются такие слова, как право Божие, благословение Божие, предательство доверия, плохой баланс, благословение честности и т. д.

Содержание жалобы часто выделяется в коммерческих текстах. Чтобы привести яркий пример этого, необходимо обратиться к произведениям искусства. В бытовом дискурсе национальные традиции лидируют в выражении жалоб.

- Восемьдесят сумов? — медленно сказал он.

- Не будь таким нечестным. — снова вмешалась мама. - Мы люди из одного места, мы гробовщики.

Устоявшиеся фразы типа наши люди там же, наш гробоносец являются специфической формой жалобы, причем содержание жалобы и призыва к соглашению выражается вместе.

Рассмотрим следующую ситуацию:

- Сколько стоит? Назовите цену.

"Ух ты, цена больше лошадиной головы!"

- Толстая женщина улыбнулась моему отцу:

- Сто сумов, вот. Он продается за сто пятьдесят с утра

Я дам Вам сто сумов. Посмотри на это. Посмотри на его бороду, человечек!

- У тебя есть совесть, сестра! - сказал отец, протягивая руку как соломинка.

- Государство делает скидки каждый год

Стоит. Цена скоро упадет. Газеты ты читаешь?

В этом месте жалоба на цену, указанную продавцом, выражается с использованием языковых средств национального и социального содержания, и ожидается, что будет применено все, что эффективно для воздействия.

Результаты исследования показывают, что наименее распространенной стратегией отказа в коммерческом дискурсе является неприятие, которое часто связано с неприязнью. Коммерческое общение не предполагает выражения чувств, поэтому в процессе общения редко используется неприятие. Точно так же редко используются стратегии прямого отказа и несогласия в прямом межкоммуникативном взаимодействии. Прямое выдвижение означает отсутствие согласия и принятие решения или предложения. Коммерческое общение предполагает косвенный, скрытый и закрытый характер отторжения, что приводит к уменьшению количества прямых номинаций в речи.

Существуют гендерные различия в неприятии в узбекской рыночной среде:

- Двадцать сумов за метр?

«Что за метр?» я не продаю метражом. Сто двадцать сумов за одну полную одежду, понимаете?

Гули тихо убрала руку. Ее муж водитель. Весной, когда он вез тутовые листья на ферму, он попал в аварию и не работал целых три месяца. Он еще не вышел на работу.

— Мне это не идет, — тихо сказала Гули.

"Ха-ха-ха!" - Хури оболтус засмеялся огнем из рта. «Какой мужик, который не может купить одно платье жене, которая рано или поздно родит ему сына!» Есть ли поясной ремень?

Веснушчатое лицо Гули покраснело.

— Хорошо, — сказал он тихо. - Подожди.

Похоже, что женская психика характеризуется комплексом неполноценности. Выбираются и мягкие формы отказа: «Мне это не идет», — тихо сказала Гули.

— Хорошо, — сказал он тихо. - Оставайся.

Мужчины относятся к этому более строго:

Женщина в чалме быстро сняла с отца черную шляпу и сказала:

- Подожди. Держись Муни!

Не дожидаясь ответа отца, надел на голову тубитейку.

- Там! Даже если закажешь, такого не найдешь, дядя! Ваши деньги идут с вами! Папа сердито выхватил шляпу из рук жены.

- Не для меня! - он крикнул. - Ребенку! Ребенку!

Я могу заплатить!

Интересно, что другая женщина совсем не расстроилась.

В этом месте грубое поведение мужчины прощается двояко: во-первых, из-за его мужественности (этот тип общения присущ мужчинам); во-вторых, золотое правило рынка — покупатель всегда прав. Прощение занимает особое место в деловом общении.

Деловое общение, как и любое другое взаимодействие, не может осуществляться без сложных конфликтных ситуаций, замечаний, за которые нужно извиниться.

Дискурсивная репрезентация прощения в официальных текстах встречается редко. Чаще встречается в устной форме коммерческого общения. В торговле и обмене языковые средства в основном используются для выражения предложения, обращения, сообщения, представления, выражения намерения, информации, а в некоторых случаях и отказа.

В отечественном коммерческом дискурсе ряд особых форм выражают такие значения, как прощение и согласие. Например,

Мама неодобрительно пожала плечами.

«Я хочу подарить своему ребенку воздушный шарик». Говорят, меньше пятисот не соглашайтесь.

"Не говори!" - маклер махнул рукой, как будто моя мать совершила грех. - У людей не осталось веры!

Он уже отворачивался, мама сказала:

- Господи помилует же вас, найдите же одного или же двух честных покупателей. Хорошо, я заплачу вам.

Похоже, гендерное давление вынуждает участников извиниться: Бог с вами, найдите в одного или же двух честных покупателей.

Хорошо, я заплачу вам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. В последние годы возрастает научный интерес к коммерческой сфере коммуникации, в том числе и к области психолингвистики. Целью исследования было изучение особенностей развития современной речи и деловой речи с точки зрения психолингвистики. В процессе достижения поставленной цели последовательно решался ряд конкретных задач. В первую очередь были проанализированы характеристики коммерческого общения как особой формы коммуникативного взаимодействия, что позволяет сделать вывод о том, что коммерческий дискурс означает деловое общение. Это взаимодействие между коммерческими участниками, происходящее в сфере профессиональной коммерции. Коммуникация подчинена задачам решения производственных задач и получения материальных благ в условиях рыночной экономики.

2. В работе были определены цель, задачи и функции коммерческой коммуникации. Как было сказано выше, основной целью коммуникации является получение материальной выгоды и оптимизация производственных процессов. Перспективные и неотложные задачи подчинены поставленной цели. Основными функциями коммерческого общения можно назвать информационную, коммуникативную, контролирующую, поддерживающую функции, устанавливающую правоотношения, запрашивающую, определяющую, подтверждающую какой-либо факт, событие и др. Особенности реализации функций зависят от формы коммерческого общения.

3. Основными методологическими признаками коммерческого сообщения являются его точность, стандартизация, формальность, краткость. Определенные особенности стиля достигаются с помощью различных

языковых инструментов. В качестве лексических признаков коммерческой коммуникации можно показать использование общей, функционально обусловленной, терминологической лексики и многих терминов.

4. Цель, задачи, функциональные возможности, методологические особенности, различные формы коммерческой коммуникации определяют особенности структурно-композиционного оформления высказываний. Структурно деловое общение может быть однокомпонентным и многокомпонентным, и в большинстве случаев представляет собой многокомпонентную речевую структуру, что позволяет рассматривать коммерческий дискурс как сложное структурное образование, участвующее в формировании композиционно-смысловой целостности высказывания.

5. В исследовании разработан метод психолингвистического анализа, направленный на определение значения лексических знаков: семантическая интерпретация полученных реакций заключается в осмыслении полученных ассоциаций как языковых представлений смысловых компонентов словесного знака. Описание включает в себя несколько этапов:

- I. описание денотативного компонента значения;
- II. описание структурной, характерной части;
- III. описание функциональной части: назначение, форма, размер и т.д.

Исходя из этого, были проанализированы средства сообщения, жалобы, отказа и извинения.

В диссертационном исследовании последовательно изучались особенности отражения вышеуказанных интенций в коммерческом дискурсе.

6. На основе изучения особенностей предоставления информации было установлено, что каждая стратегия предоставления информации существенно отличается: (1) отчет относится к высшим должностным лицам, сотрудникам, ориентирован на освещение определенной темы, отличается широтой охвата, в результате воспринимается скучным, трогательным; (2) информация - информация, полученная из средств массовой информации, может быть достоверной или ложной, часто избыточной.

7. Стратегия уклонения от намерения извиниться различна. Наиболее распространенными направлениями являются признание вины и сожаление. Наиболее эмоциональным состоянием является сожаление, которое связано только с эмоциональными состояниями грусти, горя, грусти и т. д.

8. Прощение может быть связано как с коммерческим общением, так и с другими сферами взаимодействия. Намерение извиниться связано с ложью, уклонением от правды, честностью в отношениях, доброжелательностью людей. В коммерческом дискурсе ложь и нечестность считаются неотъемлемой частью жизни, неприятной ситуацией, которую следует забыть и простить.

9. Коммерческая коммуникация неоднородна, включает компоненты делового, академического, личного и бытового поддискурсов, характеризуется вариативностью и разнообразием. На специфику общения влияют особенности и роли коммуникаторов, позиционные отношения между ними, условия конкретной коммуникативной ситуации.

10. Изучение узбекского бытового коммерческого дискурса позволило выявить ряд психолингвистических приемов воздействия в этом дискурсе: громкая, частая речь, небрежная поза, гендерно-дифференцированные вербальные и невербальные средства, активно используемые статичные соединения, определяющие конституцию. психотус и психофон.

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING SCIENTIFIC DEGREE
PhD.03/30.12.2019.Fil.60.02 AT ANDJIAN STATE UNIVERSITY**

ANDJIAN STATE UNIVERSITY

GAVHARAOY KHOLISOVA MANNOBJON QIZI

PSYCHOLINGUISTIC STUDY OF COMMERCIAL TEXTS

10.00.01-Uzbek language

**DISSERTATION ABSTRACT FOR THE DOCTOR OF PHILOSOPHY
SCIENTIFIC DEGREE (PhD) IN PHILOLOGICAL SCIENCES**

Andijan-2022

The theme of doctoral thesis (PhD) was registered in the Supreme Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under № B2020.2.PhD/Fil1201

The doctoral thesis was carried out at National University of Uzbekistan.

The abstract of dissertation in three languages (Uzbek, Russian and English (resume)) has been placed on the webpage (www.nuu.uz) of Scientific Council and information-educational portal «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Scientific adviser:

Shaxabidinova Shoxida Khoshimovna
Doctor of Philological Sciences, Professor

Official opponents:

Mirzakhidova Muyassar Inamzhanovna
Doctor of Philological Sciences, Professor

Kholmurodova Mekhriniso Ibromkhimovna
Doctor of Philological Sciences (PhD)

Leading organization:

Kokand State Pedagogical Institute

The defence of the dissertation will take place on «___» _____ 2022 at ____ at the meeting of the Scientific Council awarding scientific degrees DSc.03/30.12.2019.Fil.60. 02 at Andijan State University. (Address: 129, University str., Andijan city, Uzbekistan, 170100. Tel: 0(374) 223 88 14; fax: 0(374) 223 88 30 e-mail: agsu_info@edu.uz.

The (PhD) dissertation can be revealed in the Information-Resource Centre of Andijan State University (registration number ____). Address: 129, University str., Andijan city, Uzbekistan, 100174. Tel: 0(374) 223 88 14. The abstract of the dissertation is distributed on «___» _____ 2022.

(Protocol of the register № ____ on «___» _____, 2022.

N.M.Ulukov

Chairman of the Scientific Council for the award
of scientific degrees, Doctor of Philology,
Professor

F.F.Usmanov

Scientific Secretary of the Scientific Council of
scientific degrees, Candidate of Philosophy

M.I.Umarkhodjayev

Chairman of the Scientific Seminar at the
Scientific Council for the award of scientific
degrees, Doctor of Philology, Professor

INTRODUCTION (abstract of the PhD thesis)

The aim of the research work to identify the features of the development of commercial discourse in the Uzbek language from a psycholinguistic point of view.

The object of the research: modern Uzbek commercial discourse.

The scientific novelty of the research is determined by:

the speed of use, modern use or correspondence to the meaning, cultural and social significance, semantically active features, which should guide the choice of units for the psycholinguistic study of modern commercial discourse, are determined;

it has been established that such stages of psycholinguistic analysis are distinguished as generalization of dictionary definitions, corpus analysis, description of the results of analysis, associative description of the semantics of words, semantic interpretation of associative reactions;

the possibilities of using such linguistic means as tone, word order, exclamation to express motivation, complaint, refusal, apology, informational modality in creating a communicative situation, commercial texts are disclosed;

in the development of commercial relations, the effectiveness of the dialogue of the parties, the Uzbek aspects of the national mentality, the culture of commercial communication, the importance of extralinguistic factors, i.e., the speech situation, have been proven.

Implementation of the research results. According to the results obtained during the psycholinguistic study of commercial texts:

from conclusions about the principles of activity of the speed of use, modern use or correspondence in meaning, cultural and social significance, which follows the choice of units for the psycholinguistic study of modern commercial discourse; was semantically used in the fundamental project FA-F1-GOO3 "Formation of a functional word in the modern Karakalpak language" (2012-2016), carried out by the Karakalpak Institute of Humanities of the Karakalpak branch of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan. (Reference No. 17.01/227 dated September 17, 2021 of the Karakalpak branch of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan). As a result, the features of the modern Uzbek commercial discourse were considered from the standpoint of the psycholinguistic approach, the importance of extralinguistic factors, the speech situation, but not the features of speech in communication, was determined, and the texts of Uzbek commercial communication were also considered as language and thought, language and culture, the need for learning was based on commonality of the language system and social life.

generalization of the dictionary definitions of psycholinguistic analysis, corpus analysis, description of the results of the analysis, associative description of the semantics of words, semantic interpretation of associative reactions, were used to fill with relevant scientific data in the annual report of the research center in Bremen, Germany (Reference No. 204/22 dated 07/24/2021 of the scientific organization A&A Ausbildung und Arbeit Plus GmbH). The resulting conclusions are that the psycholinguistic features of the commercial texts of the report are reflected in the development of commercial relations, the effectiveness of communication between the parties, the national mentality reflects the specific features of the culture of

commercial communication, which served for the scientific disclosure of sections on the development of written and oral literacy.

based on the results of the possibilities of using linguistic means, such as tone, word order, exclamation to express motivation, complaint, refusal, apology, informational modality in a communication situation, creating commercial texts, were used in the preparation of such programs as "Vatan Madhi" and "Adabiyot Sarchashmalari, prepared under the editorship of the television and radio channel Madaniyat-Ma'rifat, Mahalla of the National Television and Radio Company of Uzbekistan. (Reference No. 02-10-410 of the National TV and Radio Company of Uzbekistan dated February 25, 2021). As a result, this helped viewers to artistically perceive the program, fully understand the language means, and provide scientific criteria in the perception of information.

conclusions and practical proposals regarding the importance of the national mentality, the Uzbek specifics of the culture of commercial communication, as well as the importance of extra linguistic factors, the speech situation, in the development of commercial relations and the effectiveness of communication between the parties and practical proposals were used in the JHBL-20 project "Creation of an electronic corpus of artistic works on the topic gender equality in the family and neighborhood" (Reference No. 01-09 / 957 dated 06/14/2022 of the Research Institute "Mahalla va Oila"). As a result, it is recommended to summarize the dictionary definitions of psycholinguistic analysis, corpus analysis, descriptions of the results of the analysis, descriptions of the Uzbek specifics of the national mentality of the culture of commercial communication in the development of commercial relations.

The structure and the volume of the thesis. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and applications. The volume of the dissertation is 141 pages, excluding the list of references and applications.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI

LIST OF PUBLISHED WORKS

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

I bo'lim (I часть; I part)

1. Xolisova G.M. Tijoriy muuloqot tavsifi//Илм сарчашмалари. – Урганч, 2021. – Б. 151-153 (10.00.00; №6).
2. Xolisova G.M. Some thoughts commercial discours //European Science Review (ISSN 2310-5577), Issue: 2020. February. – P. 121-127. (Global impact factor 3,1; № 1-2).
3. Холисова Г.М. Тижорий дискурсинг психолингвистик тадқиқиға доир айрим натижалар // ЎзМУ хабарлари. – Тошкент, 2021. – Б. 234-236. (10.00.00; №1).
4. Холисова Г.М. Тижорий матннинг коммуникатив хусусияти. //Филологиянинг долзарб муаммолари республика илмий-амалий анжуман материаллари 1-қисм. Андижон, 2020. – Б. 35-36.
5. Xolisova G.M. Deskreption of some units of general using lexical groups in business communication //"Тенденции и перспективы развития науки и образования в условиях глобализации" международна науково-практична интернет-конференция. –Украина, 2020. – Б. 452-453.
6. Холисова Г.М. Структурно – композиционные особенности коммерческих текстов . //Modern trends in linguistics: problem and solutions" International scientific-practical online conference. – Андижон, 2020. – Б. 345-346.
7. Xolisova G.M. Tijoriy diskursning shakllanish omillari //Zamonaviy ta'lim tizimini rivojlantirish va unga qaratilgan kreativ g'oyalar, takliflar va yechimlari" mavzusidagi 34-sonli respublika ilmiy-amaliy online konferensiyasi materiallari to'plami. – Farg'ona, 2022. – Б. 298-299.

II bo'lim (II часть; II part)

8. Xolisova G.M Ишбилармонлик нуткини ўрганиш //Образование и наука в XXI века международный научно-образовательный электронный журнал (ISSN. 2658-7998), Issue:2020. – Москва, – С. 509-511.
9. Xolisova G.M. Structural text structure //Linguistics theory applied linguistics. Collection of materials of the International onlayn conference. Farg'ona davlat universiteti, 2022. – P. 281-287. www.research-support-center.com.
10. Xolisova G.M. Тижорий дискурсинг шаклланишига коммуникатив омилларнинг таъсири // Проблемы и перспективы современной гуманитаристики: педагогика, методика преподавания, филология Материалы международной и научно-практической конференции. – Новосибирск, 2020. – Б. 569-571.