**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ШАРҚШУНОСЛИК ИНСТИТУТИ,
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ,
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.27.06.2017.Fil.21.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

КАРИМОВ РИВОЖИДДИН ГУЛАМЖАНОВИЧ

ТИЖОРАТ ХАТЛАРИНИНГ ЛИНГВОПРАГМАТИК АСПЕКТИ (ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИ МАТЕРИАЛИДА)

10.00.06 - Қиёсий адабиётшунослик, чоғиштирма тилшунослик ва таржимашунослик

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент шаҳри – 2018 йил

УДК: 811.111`27
811.512.133`27

Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати мундарижаси

Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам

Contents of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD) on philological sciences

Каримов Ривожиддин Гуламжанович
Тижорат хатларининг лингвопрагматик аспекти
(инглиз ва ўзбек тиллари материалида) 3

Каримов Ривожиддин Гуламжанович
Лингвопрагматический аспект коммерческих писем
(на материале английского и узбекского языков) ……... 23

Karimov Rivojiddin
Linguopragmatic aspect of business letters (in the material of English and
Uzbek languages)……..... 45

Эълон қилинган ишлар рўйхати
Список опубликованных работ
List of published works …….. 49

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ШАРҚШУНОСЛИК ИНСТИТУТИ,
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ,
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.27.06.2017.Fil.21.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

КАРИМОВ РИВОЖИДДИН ГУЛАМЖАНОВИЧ

ТИЖОРАТ ХАТЛАРИНИНГ ЛИНГВОПРАГМАТИК АСПЕКТИ (ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИ МАТЕРИАЛИДА)

10.00.06 - Қиёсий адабиётшунослик, чоғиштирма тилшунослик ва таржимашунослик

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент шаҳри – 2018 йил

Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида B2017.2.PhD/Fil.208 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгаш веб-саҳифасининг www.tashgiv.uz ҳамда «ZiyoNet» Ахборот таълим портали www.ziyonet.uz манзилларига жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:	**Тешабаева Дилфуза Муминовна** филология фанлари доктори
Расмий оппонентлар:	**Сафаров Шахриёр Сафарович** филология фанлари доктори, профессор
	Муҳамедова Саодат Худойбердиевна филология фанлари доктори, доцент
Етакчи ташкилот:	**Ўзбекистон Миллий университети**

Диссертация ҳимояси Тошкент давлат шарқшунослик институти, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети, Ўзбекистон Миллий университети ҳузуридаги DSc.27.06.2017.Fil.21.01 рақамли Илмий кенгашнинг 2018 йил «___» _____ соат ____ даги мажлисида бўлиб ўтади. (Манзил: 100047, Тошкент, Миробод тумани, Шаҳрисабз кўчаси, 25-уй. Тел: (99871) 233-45-21; факс: (99871) 233-52-24; e–mail: sharq_ilmiy@mail.ru).

Диссертация билан Тошкент давлат шарқшунослик институти Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (__ рақами билан рўйхатга олинган). Манзил: 100047, Тошкент, Миробод тумани, Шаҳрисабз кўчаси, 25-уй. Тел: (99871) 233-45-21.

Диссертация автореферати 2018 йил «____» _____ куни тарқатилди.

(2018 йил «____» _____ даги ___ рақамли реестр баённомаси).

А.М. Маннонов
Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш раиси, филол. ф.д., профессор

Р.А. Алимухамедов
Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш котиби, филол.ф.д.

Г. Х. Боқиева
Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш қошидаги илмий семинар раиси, филол.ф.д., профессор

КИРИШ (филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳон тилшунослигида етакчи парадигма сифатида амал қилаётган антропоцентризмнинг тамойилларига асосланган лингвопрагматика, дискурс таҳлили, когнитив тилшунослик, лингвокультурология каби соҳаларнинг юзага келиши тилшуносликка жуда кўп янги тушунча, термин ҳамда лингвистик таҳлил усулларини олиб кирди. Бизнесни юритиш ва ишбилармонлик соҳаси хам лингвистик тадқиқот объекти сифатида аҳамиятли ўрин эгаллаб бормоқда. Хизмат хатлари лингвокультурология, прагмалингвистика каби йўналишларнинг асосий тадқиқ майдонига айланмоқда. Айниқса, мазкур хатларнинг прагматик аспектини тадқиқ этиш аҳамияти ошиб бормоқда.

Дунё тилшунослигида нутқнинг, жумладан, оғзаки ва ёзма нутқнинг прагматик жиҳатлари, расмий мулоқотда этикет масалалари, унинг миллий-маданий хусусиятлари, оғзаки ва ёзма мулоқотнинг коммуникатив-прагматик жиҳатлари, интернет дискурси муаммолари, хизмат хатларининг лингвопрагматик ўзига хослиги каби устувор йўналишларда тадқиқотлар олиб борилмоқда. Турли мамлакатлар ўртасидаги халқаро, иқтисодий ва маданий алоқаларнинг ўсиб бориши муносабати билан тижорат хатларидаги коммуникатив хатти-ҳаракатнинг аҳамиятини англаш, мулоқотнинг устунлик жиҳатларини аниқлаш ва тижорий дискурснинг хусусиятларини ўрганиш зарурияти ортиб бормоқда. Бу омиллар эса ўз навбатида тижорий мулоқотнинг муваффаққиятли ўтишига бевосита таъсир ўтказади.

Ўзбекистон Республикасининг ривожланган мамлакатлар билан ижтимоий, иқтисодий, сиёсий ҳамда маданий алоқаларининг кучайиб бораётганлиги ўзбек тили, хусусан, унинг лексикаси ривожига сезиларли таъсир кўрсатди. 2017-2021 йиллар давомида Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида «Инвестициявий муҳитни яхшилаш орқали мамлакатимиз иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларига хорижий сармояларни фаол жалб этиш» [1] масалаларининг устувор стратегик йўналиш сифатида белгилаб қўйилиши расмий мулоқот, хизмат хатлари борасида кенг кўламли илмий изланишлар олиб бориш, уларга доир методик қўлланмалар яратиш ҳамда хизмат хатларини талаб даражасида туза оладиган, хорижий тиллардан ўзбек тилига таржима қила оладиган мутахассислар тайёрлашни янги босқичга олиб чиқди. Замонавий тижорий ёзишмалар расмий ҳужжат сифатида ўз миллий хусусиятига эга ва расмий ҳамкорликни йўлга қўйишда ушбу хусусиятни эътиборга олган ҳолда мулоқотга киришиш лозим. Тижорат соҳасидаги хизмат хатларини турли тизимли тилларда чоғиштирма тадқиқ этиш долзарб ва истиқболли ҳисобланади. Ҳозирги пайтда уларнинг

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармони. // Халқ сўзи, 2017 йил, 8 феврал. – № 28.

лингвопрагматик хусусиятлари етарлича тадқиқ этилмаган. Бу эса ушбу мавзуни тадқиқ этиш заруратини белгилайди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 13 майдаги ПФ-4797-сон «Алишер Навоий номидаги Тошкент давлат ўзбек тили ва адабиёти университетини ташкил этиш тўғрисида»ги Фармони, 2012 йил 10 декабрдаги ПҚ-1875-сон «Чет тилларини ўрганиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йил 8 майдаги 124-сон «Узлуксиз таълим тизимининг чет тиллар бўйича таълим стандартини тасдиқлаш тўғрисида»ги қарори ҳамда бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур тадқиқот иши муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларга мослиги. Диссертация тадқиқоти республика фан ва технологиялар тараққиётининг I. «Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари» устувор йўналишларига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Жаҳон тилшунослигида расмий мулоқот, шу билан бирга савдо-сотиқ соҳасидаги хатлар бир қатор тилшунос олимлар томонидан маълум даражада ўрганилган[2]. Рус тилшунослигида хизмат хатлари масалалари Е.В. Ковшикова., М.А. Колтунова, С.В. Шилова, О.С. Сищиков, Б.Э.Азнаурьян, И.В. Герасименко, А.О. Стеблецоваларнинг тадқиқотларида ўрганилган[3].

А.А. Аймолдина қозоқ, рус ва инглиз тилларидаги расмий хатларнинг қиёсий тадқиқини амалга оширган[4] .

---

[2] Bargiela – Chiappini F., Nickerson C., Planken B. Business discourse. – Houndnills: Basingstoke: Palgrave Macmillan., 2007. – 282 p; Trosborg A., Jorgensen P.E.F. Business discourse: text and context. – Bern: Peter Lang International Academic Publishers, 2005. – V. 19. – 250 p.; Tebeaux E.Designing written business communication along the shifting cultural continuum. The new face of Mexico // Journal of Business and Technical Communication. – 1999. – №13. – P. 49–85; Varner I.A comparison of American and French business correspondence // The Journal of business communication. – 1988. – №25 (4) – P.55–65; Haverkate H. Deictic categories as mitigating devices // Pragmatics. – 1992. – № 2(4). – P. 505–522.

[3] Ковшикова Е.В. Категория коммуникативной точности (на материале текстов деловых писем): Автореф. дисс. ... канд, филол. наук – Волгоград, 1997. – 20 с.; Колтунова М.А. Деловое общение: Устная и письменная формы (к вопросу о стилевой принадлежности): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Саратов, 1998. – 25 с.; Шилова С.В. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в деловой коммуникации (на материале английского языка): Автореф. дисс. .... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 1998; Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе (на материале текстов коммерческих писем): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2000; Азнаурьян Б.Э. Когнитивно-прагматические особенности делового дискурса (на материале документооборота табачной промышленности): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2005; Герасименко И.В. Социопрагматика американской деловой корреспонденции (Диахронический аспект): Дисс. ... канд. филол. наук. – Хабаровск, 2001. – 157 с.; Стеблецова А.О. Национально-культурная специфика делового текста (на материале англ. и русского языков): Дисс. … канд. филол. наук. – Воронеж, 2001. – 212 с.

[4] Аймолдина А.А. Социокогнитивные и коммуникативно-прагматические особенности бизнес корреспонденции (на материале казахского, русского и английского языков). Автореф. дисс. … канд. филол. наук.– Астана, 2014. – С. 20.

Шу қаторда, Д.С. Қулмаматовнинг докторлик диссертацияси рус тилидаги ҳизмат хатларининг диахроник тадқиқига бағишланган[5]. Э.М. Гуртуеванинг номзодлик диссертацияси талабаларни расмий-идоравий услубга ўргатишга бағишланган бўлса[6], Д.А. Бабаханованинг тадқиқотида ҳозирги замон ўзбек адабий тилида расмий-хизмат услуби таҳлил этилган[7]. Д.М. Тешабоева ўзбек ва рус тилларидаги савдо-сотиқ соҳасига оид хизмат хатларида нутқий этикетнинг қўлланилишига эътибор қаратган[8].

Лекин шу кунга қадар инглиз ва ўзбек тиллардаги тижорат хатлари чоғиштирма аспектда тадқиқ қилинмаган ва уларнинг лингвопрагматик хусусиятлари ёритилмаган.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги. Диссертация Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети илмий-тадқиқот ишлари режасининг 2015-2017 йилларга мўлжалланган № ИТД-1, Ф-1219 «Таълим тизимида хорижий тил (инглиз) йўналишидаги олий таълим муассасаларида умумевропа компетенциялари (CEFR) бўйича С1 даражасини эгаллашни таъминлайдиган ўқув-услубий мажмуа яратиш» номли амалий тадқиқот лойиҳаси режалари билан боғлиқ равишда олиб борилган.

Тадқиқотнинг мақсади: инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг лингвопрагматик аспектини тадқиқ этишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

расмий мулоқот – расмий тил – хизмат хатларининг махсус адабиётлардаги талқинини ўрганиш ва назарий таҳлил қилиш;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хат матнларининг дискурсив, коммуникатив-услубий хусусиятлари ҳамда уларнинг турлари ва композицион хусусиятларини ёритиш;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг экстралингвистик ва лингвистик хусусиятлари моҳиятини очиб бериш;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг лексик-семантик ва прагматик кўрсаткичларини аниқлаш ва таҳлил қилиш;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг интернет маконида намоён бўладиган прагматик хусусиятларини ёритиш;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларида хушмуомалалик категориясининг ўхшаш ва фарқли томонларини тавсифлаш.

Тадқиқотнинг объектини инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатлари ташкил этади.

---

[5]Кулмаматов Д.С. Среднеазиатские дела посольского приказа как источник для истории русского языка: Автореф. дисс. … канд. филол. наук. – Москва, 1995. – 37 с.

[6]Гуртуева Э.М. Обучение студентов национальных групп вузов официально-деловому стилю речи (на материале сельскохозяйственного делопроизводства): Автореф. дисс. … канд. пед. наук. – Ташкент, 1986. – 19 с.

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

[8]Тешабаева Д.М. Речевой этикет делового письма (на материале русского и узбекского языков). Дисс. ... канд. филол. наук. – Ташкент, 2000.

Тадқиқотнинг предметини инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг лингвопрагматик жиҳатлари ташкил этади.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқот олдига қўйилган вазифаларни ҳал қилиш мақсадида тавсифий, чоғиштирма, лингвостатистик, компонент таҳлил методларидан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

чоғиштирилаётган тиллардаги тижорат хатлар матнининг семантик жиҳатдан уйғунлиги, уларнинг нолисоний омилларга боғлиқлиги, воқеавий жиҳати, мақсадли ижтимоий таъсири каби дискурсив, коммуникатив-услубий хусусиятлари асослаб берилган;

икки тилдаги тижорат хатларида стилистик жиҳатдан бўёқдор сўзларга қараганда нейтрал, бетараф лексиканинг устуворлиги, функционал лексика улушининг кўплиги каби ўхшаш ҳамда китобий-ёзма лексема ва сўз бирликлари, тижорий атамалар, расмий-идоравий қолип иборалардан инглиз тилида кенг, ўзбек тилида эса ўртача фойдаланилиши, инглиз тилида кўп кузатилувчи экспрессив-эмоционал лексиканинг ўзбек тилида мавжуд эмаслиги сингари фарқли жиҳатлари аниқлаштирилган;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларини тузишда дискурс, адресатнинг нутқдан кўзда тутган мақсади, унинг адресантга таъсири, улар ўртасидаги ўзаро муносабатлар каби ўзига хос прагматик хусусиятлари далилланган;

тижорат хатларининг интернет маконида намоён бўладиган адресант ва адресат ўртасидаги ўзаро алоқа схемалари билан тавсифланувчи агент-агент (тенглик) ва агент-мижоз (устунлик), адресатга керакли профессионал таъсир ўтказиш (шартнома тузиш), буйруқ тарзини ўз ичига олувчи матн каби лингвопрагматик жиҳатлари ёритилган;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларида хушмуомалалик категорияси муҳим экстралингвистик омил эканлиги асосланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

олий ўқув юртларида умумий, қиёсий, инглиз ва ўзбек тилшунослиги, нутқ услубияти ва маданияти фанлари бўйича маъруза ҳамда амалий машғулотларнинг мукаммаллашувида тадқиқот натижаларининг муайян аҳамиятга эга эканлиги белгилаб берилган;

хизмат хатларини тузиш, уларни таржима қилиш борасидаги тавсиялар, мазкур соҳада тадқиқот ишларини яратиш, дарсликлар, ўқув қўлланмалар ва махсус луғатлар тузишда ёрдамчи адабиёт бўлиб хизмат қилади.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги республика ва халқаро миқёсдаги илмий-услубий ва илмий-амалий конференция материаллари тўпламлари, ОАК рўйхатидаги махсус журналларда чоп этилган мақолалар, хулосалар, таклиф ҳамда тавсияларнинг амалиётга жорий этилгани, олинган натижаларнинг ваколатли ташкилотлар томонидан тасдиқланганлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти олий таълим муассасаларида «Қиёсий типология», «Стилистика», «Қиёсий типологиянинг долзарб масалалари»

курсларидан маърузалар ва амалий машғулотлар ўтиш, «Стилистика» фанидан ўқув қўлланмалар яратиш ҳамда расмий ҳужжатлар тилининг долзарб муаммоларига доир махсус курслар ўтишда муҳим манба сифатида белгиланади. Шунингдек, ИТД-4, 4-148 «Хорижий филология магистрлари учун назарий ва амалий асосий чет (инглиз) тили бўйича яратилган ўқув-услубий қўлланма ва унинг электрон ифодасини яратиш» каби илмий-амалий лойиҳалар, лексикология, таржимашунослик соҳаларида яратиладиган турли хил луғатлар учун ҳам аҳамият касб этади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти диссертацияда таҳлил этилган тил фактлари инглиз тилини ўрганаётган талабалар учун инглиз ва ўзбек тилларидаги расмий услубий тафовутларни англашда амалий қийматга эга эканлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Инглиз ва ўзбек тилларида тижорий соҳага тегишли ёзишмаларнинг лексик-семантик ва лингвопрагматик хусусиятларини очиб бериш бўйича олинган илмий натижалар ва амалий таклифлар асосида:

илмий ижодда прагматик ёндашув, тил тизимида оддийлик ва мураккаблик масалалари талқинига оид назарий хулосалардан ҚХФ-2-001 «Ўзбекистон қишлоқ хўжалигида замонавий техника воситаларидан фойдаланиш техникасини ошириш, машинасозлик корхоналарида уларни энергия-ресурс тежамкорлик йўналишларида такомиллаштиришнинг назарий-методологик асослари ва оптимал моделларини ишлаб чиқиш» мавзусидаги фундаментал лойиҳа доирасида фойдаланилган (Ўзбекистон Республикаси Қишлоқ ва сув хўжалиги вазирлигининг 2018 йил 30 январдаги 05/05-1-сон маълумотномаси). Тадқиқотда берилган илмий хулосалар объект, система, системали ёндашув, систематик таҳлилнинг изоҳланишида асос бўлиб хизмат қилган;

инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатлари матнларининг коммуникатив-услубий жиҳатлари, шунингдек, уларнинг ўзига хос прагматик хусусиятлари борасидаги таклиф этилган материаллар ИТД-4, 4-148 рақамли «Хорижий филология магистрлари учун назарий ва амалий асосий чет (инглиз) тили бўйича яратилган ўқув-услубий ва унинг электрон ифодасини яратиш» мавзусидаги амалий лойиҳага татбиқ этилган (Фан ва технологиялар агентлигининг 2017 йил 23 ноябрдаги ФТА-02.11/117-сон маълумотномаси). Натижада магистр талабаларнинг назарий билимларини мустаҳкамлаш, амалда қўллаш малака ва кўникмаларини ривожлантиришга эришилган;

тадқиқотга тортилган турли тизимли тиллардаги тижорат хатларининг лингвопрагматик аспектига бағишланган таҳлилий фикрлар ва назарий хулосалардан Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг «Ўзбекистон» телерадиоканали ДУК «Маданий-маърифий ва бадиий эшиттиришлар» муҳарририяти томонидан тайёрланган «Бедорлик» туркум радиоэшиттиришларини тайёрлашда фойдаланилган (Ўзбекистон миллий телерадиокомпанияси, «Ўзбекистон» телерадиоканали давлат унитар корхонасининг 2017 йил 30 ноябрдаги O’z/x-1-122-сон маълумотномаси). Бу

радиотингловчиларни замонавий тижорат хатларининг турлари ва композицион хусусиятлари, тижорий алоқаларининг бугунги ҳолати, инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хат матнларини тузишдаги муаммолар, тижорат хатларининг қўлланилиш кўлами, улардаги жанр табиати билан таништиришда муҳим манба бўлиб хизмат қилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Мазкур тадқиқот натижалари 13 та, шу жумладан, 2 та халқаро ва 11 та республика илмий-амалий анжуманларида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Тадқиқот мавзуси бўйича жами 20 та илмий иш чоп этилган, шулардан, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этишга тавсия этилган илмий нашрларда 7 та мақола, жумладан, 6 та республика ва 1 таси хорижий журналларда нашр этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, учта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Диссертациянинг ҳажми 147 бетни ташкил этади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида тадқиқот мавзусининг долзарблиги ва зарурати асосланган, унинг Ўзбекистон Республикаси фан ва технологияларининг устувор йўналишларига боғлиқлиги кўрсатилган, мавзу бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи ва муаммонинг ўрганилганлик даражаси ёритилган, ишнинг мақсад ва вазифалари, тадқиқот объекти ва предмети аниқланган, тадқиқот усуллари, диссертациянинг илмий янгилиги ва амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг ишончлилиги, илмий ва амалий аҳамияти асослаб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий этилганлиги, эълон қилинганлиги, диссертациянинг тузилиши ва ҳажми бўйича маълумотлар берилган.

Биринчи боб **«Тижорат хатларининг функционал-услубий ва таркибий тузилиши»** деб номланади. Ушбу бобда тижорий матнларнинг функционал-услубий жиҳатлари ёритилган ҳамда расмий-идоравий услубнинг ўзига хос белгилари таҳлил қилинган.

Тижорат хатлари ташкилотлар, муассасалар ва хусусий шахслар ўртасида мулоқот воситаси бўлиб хизмат қиладиган ҳужжатлар бўлиб, бошқарув ҳамда тижорат фаолиятида юзага келадиган кўп сонли тезкор масалаларни ҳал қилиш учун қўлланилади. Бу юридик аҳамиятга эга бўлган, лекин шартнома ёки қарорга нисбатан унчалик қатъий бўлмаган ҳужжатнинг алоҳида туридир.

Расмий-идоравий услубнинг ўзига хос белгилари мажмуини аниқлаш аҳамиятли ҳисобланади. Расмий-идоравий услубга хос матнларнинг асосий мақсади одамлар, муассасалар, мамлакатлар ўртасидаги муносабатларни

бошқариш ва бирор бир масаланинг ҳолати ҳақида ахборот етказишдир. Бунда матндаги мазмун бир маънога эга бўлиши шарт[9].

Тадқиқот материалимизнинг асосини тижорий матнлар ташкил қилади.

Функционал услубшуносликда расмий-идоравий услубнинг бир неча хил таърифи мавжуд. Масалан, А.Н.Кожинада «...тилнинг расмий-идоравий услуби - бу унинг маъмурий-ҳуқуқий, ижтимоий фаолиятда қўлланадиган тури ва у мазкур ижтимоий соҳадаги нутқий фаолиятга хос тил воситалари туркуми билан характерланади. У турли хилдаги юридик (қонунлар, фармонлар, шартномалар ва б.), дипломатик (ноталар, меморандум, халқаро битимлар ва б.) ҳамда ташкилий-кўрсатма ҳужжатлар (актлар, ҳисоб варақлари. Буйруқлар, ишончномалар, маълумотномалар, расмий мактублар ва б.) матнларида ўз аксини топади»[10].

Ёзма тижорий матн – бу коммуникатив йўналганлик, мазмун ва мантиқ жиҳатидан яхлитлик, боғлиқлик ва тугал мазмун касб этиш, ахборий аҳамиятлилик, модаллик ва темпоралликни ўзида мужассам этган ёзма асар. Ушбу сифатларнинг барчаси лисоний ва визуал-график, яъни нолисоний воситалар ёрдамида намоён бўлади.

Тижорий мулоқот нутқий коммуникацияда қуйидаги белгиларга эга: а) коммуникатив мақсад; б) коммуникантлар; в) коммуникантларнинг ижтимоий мавқеи; г) бир томонлама/икки томонлама йўналтирилганлик; д) ўзаро ўзгарувчанлик ёки коммуникатив ролларнинг доимийлиги; е) коммуникатив соҳа; з) коммуникатив кўрсатма (йўл-йўрик); и) коммуникатив восита; к) ижтимоий ориентация; л) расмий услубнинг вазифалари, жанр хусусиятлари, лексик ўзига хослиги, грамматик, синтактик структураси ва ҳ.к.

Тижорий коммуникация аниқ мақсадни амалга ошириш учун, муайян муаммони ҳал қилишга қаратилганлиги билан оддий коммуникациядан фарқ қилади. «Бизнес соҳасидаги хатлар тартибга солинишидан мақсад адресатга таъсир ўтказишдир»[11]. Бундан ташқари, расмий коммуникация - бу спонтан алоқа бўлмай, балки, олдиндан тайёрланган ва режа орқали амалга ошириладиган коммуникациядир. Расмий алоқа ўрнатиш онгли равишда амалга оширилади. Тижорий коммуникация - фойда олиш мақсадида расмий алоқага киришишдир.

Тижорий ёзишмаларнинг матни расмий дискурснинг шундай ёзма шакли бўлиб, у коммуникатив йўналганлик, мазмун ва мантиқ жиҳатидан боғланганлик ва якунланганлик, информатив аҳамиятга молик яхлитликка эга.

Дискурс тушунчаси янги ҳодиса эмаслигини эътиборга олсак, бугунги кунда унинг қуйидаги хусусиятларини кўрсатиш мумкин: 1) нутқий асар;

---

[9]Қаранг: Веселов П.В. Современное деловое письмо промышленности. – М.: Изд. Стандартов,. 1990. – 158 с.; Вшивков А.П. Старцев Т.В. Деловая корреспонденция. – Пермь, 1991. – 90 с.

[10] Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1983. – С. 25.

[11] Таратухина Ю.В. Деловая коммуникация в сфере информационных технологий. – Москва: «ART-менеджер», 2011. – С. 5.

2) экстралингвистик, прагматик, ижтимоий маданий, психологик факторларга эга бўлган алоқа матни; 3) грамматик, лексик, семантик, синтактик ўзига хос бўлган матн; 4) бир неча гапларнинг маъноли алоқаси; 5) ўзаро алоқадаги нутқий ифода; 6) матннинг ихтиёрий парчаси; 7) реал вақтда тил тузилиши; 8) натижаси матн ҳисобланган коммуникатив вазият; 9) нутқий фаолият.

Ш. Сафаров: «Нутқий акт мазмунининг шаклланиши билдирилган фикр маъносининг сўзловчи (муаллиф) ва тингловчи (китобхон) томонидан мулоқот матнига нисбатан «бойитилиши», идрок этилиши натижасидир» – деган фикрни илгари суради[12].

Тадқиқот жараёнида тижорат хатларининг матн коммуникатив функцияларига алоҳида эътибор қаратилган. Узатилаётган ахборотни қабул қилаётган адресат матнга, ахборотга нисбатан муайян хусусий муносабатларга киришади ва бу муносабат рецепторнинг прагматик муносабатидир.

«Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг экстралингвистик ва лингвистик хусусиятлари» деб номланган иккинчи бобда, замонавий тижорат хатларининг таркибий тузилиши ва умумий таснифи, лексик-семантик ва синтактик хусусиятлари таҳлилга тортилди.

Тижорат хатларини таснифлашнинг бир неча турлари бўлиб, улар асосида турли классификацион белгилар мавжуд[13]. Мавзувий белгилар бўйича ёзишмаларнинг икки тури фарқланади:

1) тижорат хати – корхона фаолиятининг иқтисодий, ҳуқуқий, молиявий ва бошқа барча турдаги шакллари расмийлаштириладиган ёзишма бўлиб, унга: таклифнома, илтимоснома, ташаккурнома, хабарнома, илова хати, эслатиш хати, узрнома, рад этиш хати, ахборот хати, билдириш каби хатлар;

2) *тижорий корреспонденция (ёзишма)* – моддий-техник таъминот ва сотув бўйича ёзишмалар, шартномаларни тузиш ва пайтида тузиладиган ҳамда олди-сотти масалаларни ҳал қилиш бўйича расмийлаштириладиган хатлар киритилади.

В.Стенюков савдо-сотиқ соҳасидаги расмий хатларни мазмуни ва мақсадига қараб таснифлашни таклиф этади ва уларни қуйидаги турларга ажратади: директив хатлар давлат ёки муниципал ҳокимият ва бошқарув органлари томонидан чиқарилади (тавсияномалар, кўрсатмалар, ҳисоботлар ёки солиқлар бўйича изоҳлар ва ҳ.к.); кафолат хатлари (тўлов, буюртма муддатлари, маҳсулот сифатини ва шу к.ни кафолатлайди); ахборот хатлари (хабар хатлари, илтимосномалар, эслатмалар, таклифлар); реклама хатлари; шикоят хатлари; қўшимча хатлар (асосий ҳужжатни изоҳловчи хатлар; улар асосий хат билан бирга юборилади)[14].

---

[12] Сафаров Ш. Прагмалингвистика. – Тошкент., 2008. – Б. 113.
[13] Taylor S. Model Business Letters, E-mails and Other Business Documents. – London: Prentice Hall, 2004. – 497 p.
[14] Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство. – М.: Приор: Strix, 1998. – 143 с.

Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларида бетараф лексикага қараганда функционал стилистик бўёқдорликка эга сўздан кўпроқ фойдаланилганлиги кузатилди. Масалан:

- алоҳида сўз ва сўз бирикмалари кўринишидаги ёзма китобий лексика: *because of above mentioned - юқорида баён этилганлар туфайли, according to above mentioned -юқорида қайд этилганлар асосида, privileged several times - бир неча бор рағбатлантирилди* ва б.;

- тижорат, саноат ва техника атамалари*: customs service - божхона хизматлари, production capacity - ишлаб чиқариш қуввати, unanswered letter of credit - жавобсиз аккредитив* ва б;

- расмий ва идоравий қолиплар*: production needs - ишлаб чиқариш зарурати, problem solving - масаланинг ечими, to help - ёрдам кўрсатиш, to inform - маълум қилиш* ва б.;

- *қисқартма сўзлар: AMPS standard - AMPS стандарти, s. - section - м. - модда, LS - place of seal - муҳр ўрни* ва шу к.

Семантикасига кўра лексемалар танлашда бир (конкрет) маъноли сўзлардан фойдаланишга ҳаракат қилинади.

Тижорат хатларида қўлланиладиган терминлар, биринчи навбатда, атамалик вазифани адо этади, иккинчидан, фикрий аниқлик учун хизмат қилади, учинчидан, улар соҳавий характерга эга бўлади.

Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларида қуйидаги терминларнинг маҳсулдорлиги аниқланди*: to accrue* - ошмоқ (фоиз ҳақида); *to agree* - ҳисобни тартибга келтирмоқ; *to allot* - тақсимламоқ (акцияларни, суммани**);** *to allow* - чегирма бермоқ; *to appraise* - баҳоламоқ, нарх қўймоқ; *amount* - сумма, йиғинди; *asset* - пул, маблағ; *bail*- гаровга қўйиш, кафиллик, кафолат; *free* - текин, бепул, белгиланган жойга маҳсулотни етказиб бериш учун кетадиган сарф-харажатларни тўлашдан озод; *fiscal* - молиявий, фискал *cheap* - арзон, паст харид қийматига эга бўлган (валюта ҳақида***)** ва ҳ.к.

Бир гуруҳ терминларнинг ўзбек тилидаги тайёр муқобиллари билан берилиши аниқланди, маълум қисми эса таржима қилиниб ишлатилмоқда, бошқа қисми эса ўзбек тили қонун-қоидалари асосида ясалмоқда. Масалан: *auction - кимошди, broker - даллол, businessman (коммерсант) - тижоратчи, commission - воситачилик ҳақи, economy - иқтисодиёт, stockholder (акционер) - акциядор* ва ҳ.к.

Ўзбек тилидаги тижорат хатларининг кўпчилигини иқтисод соҳасидаги ўзлашма терминлар ташкил қилиши кузатилди: *кредит - credit; баланс - balance; депозит - deposit; лицензия - lisence; оргтехника - office equipment; компания – company* ва ҳ.к.

Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларида қўлланиладиган айрим сўз ва жумлаларнинг фаоллиги шу даражага етганки, уларни расмий услубга хос штамплар сифатида эътироф этилади: *for the purpose - мақсадида, in accordance with - мувофиқ, monitoring - назорат ўрнатмоқ, make responcible - зиммасига юкламоқ, propose - таклиф киритмоқ, supply - таъминламоқ, make arrangements - чора кўрмоқ, тавсия recommend - этмоқ, over the past*

period - ўтган давр мобайнида, according to your order - буюртмангизга кўра ва ҳ.к.

Синтактик жиҳатдан олиб қараганда ҳам, ҳар иккала тилдаги расмий хизмат хатларида ўхшашлик ва фарқлар мавжуд. Ўзбек тилидаги хатларда мураккаблаштирилган содда гаплардан фойдаланилса, уларнинг инглизча муқобилларида, асосан, қўшма гаплар иштирок этади.

Ўзбек тилидаги тижорат хатларининг синтактик нуқтаи назардан ажралиб турадиган хусусиятларидан бири мажҳул нисбатдаги феълли конструкциялардан кенг фойдаланишдир: *Сизнинг сўровингиз ....да кўриб чиқилди; тўлов нақд пул ёки пластик карточкалар орқали амалга оширилади* ва ҳ.к.

Инглиз ва ўзбек тилларида содда гаплар, одатда, уюшиқ бўлаклар, сифатдошли оборотлар, отлардан ташкил топган кириш сўзлари ва бошқалар билан мураккаблаштирилади. Масалан:

- уюшиқ бўлаклар: *...will be reported the technologies of providing security, conducting trading and settlement transactions with financial information - молиявий ахборотнинг савдо ва ҳисоб-китобига оид операцияларни ўтказиш, ...хавфсизликни таъминлаш ва ҳимоялаш технологиялари баён этилади;*

- сифатдошли оборотлар: *employees of subdivisions responsible for producing marketing policies - маркетинг сиёсатини ишлаб чиқаришга масъул бўлган бўлинмалар ходимларини;*

- ёрдамчи сўзлар, кириш сўзлари: *according to the information sent by you, in accordance with the article 44... - Сиз юборган маълумотларга кўра, 44 моддага мувофиқ* ва б.

Лексик ва синтактик воситалар танланиши ва қўлланиши жиҳатидан ҳар иккала маданиятга тааллуқли бундай хатларнинг матнларида ўхшаш ва фарқли томонлар намоён бўлади.

Учинчи боб «**Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг лингвопрагматик хусусиятлари»** деб номланган. Ушбу бобда инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг прагматик хусусиятлари, этикет формулаларининг ўрни ҳамда электрон тижорат хатлари коммуникатив - прагматик аспектда тадқиқ қилинган.

Тижорат хатлари матнини яратишда унинг таъсир ўтказиш функциясини таъминлаш муҳим аҳамият касб этади. Тижорат хатлари, мақсадига қараб, талаб этилаётган психологик таъсир ўтказиш кучига эга бўлиши керак.

Маълумки, таъсир ўтказиш икки томонлама кечадиган мураккаб жараён бўлиб, унда ахборотни жўнатувчи ва уни қабул қилувчи ўзаро ҳамкорликка киришади. Таъсир ўтказиш ва уни қабул қилиш жараёнлари кетма-кетлигини қуйидагича ифодалаш мумкин:

таъсир – таъсирни қабул қилиш – тушуниш – баҳолаш – таҳлил – талқин.

Бу тижорий мулоқотнинг психолингвистик асосини ташкил қилади.

Ҳаракатга ундовчи ва жавоб талаб этувчи хизмат хатларида вазият предметини ўзгартириш мақсади кўзланади. Бундай хатлар матнлари умумий

мақсадга эга бўлади. Унга кўра, адресат ўз фикр-мулоҳазаларини ўзгартириши мумкин. Бунга у ахборотни етказиш орқали эришади. Ахборот маълум қилиш, тасдиқлаш каби турли нутқ актлари ва макроматннинг тўлиқ тақдимоти орқали етказилади.

Тижорат хатларнинг асосий мақсади қуйидагилардан иборат: зарур маълумотларни олиш; керакли ахборотларни тақдим қилиш; келишувларни амалга ошириш; буюртма бериш ва ҳ.к.

Нутқий таъсир даражасини аввалдан айтиш қийин бўлган, сўзловчи фикрини эшитган (локуция), ўқиган тингловчининг бўлғуси хатти-ҳаракати, жавоби турлича бўлиши мумкин. Шу нуқтаи назардан, нутқий мулоқот актининг мақсади икки сатҳлидир. Биринчи сатҳда сўзловчининг мақсади ахборот етказиш ёки олишдир. Иккинчи сатҳда эса сўзловчи ва тингловчининг талабини, қизиқишини қондириш мақасади назарда тутилади. Бундай ҳаракат ва мақсад дарак, сўроқ, ундов мазмунли бўлиши мумкин. Масалан, *«we would like to remind that the good will be send after… - ... махсулотни ... сўнг жўнатишимизни эслатмоқчимиз....»*; « *hope you to accomplish ... - ... бажарасиз деган умиддамиз!*»; «*how many orders can you take?- ... қанча ҳажмда буюртма қабул қила оласиз*?*».*

Бундай вазифани прагматик мазмунни аниқлаштирувчи, мулоқот мақсадини ва нутқий ҳаракат кучини аниқ белгилайдиган иллокутив феъллар бажаради. Ушбу феъллар қаторига *буюрмоқ, бажармоқ, тақиқламоқ, таклиф қилмоқ, илтимос қилмоқ* ва ҳ.к., киради.

Кўпгина иллокутив феъллар перформатив формулаларни, яъни нутқий бир қолипга солинган ибораларни ҳосил қилади. Масалан, «*I demand the goods to be sent in time... - ... товарни ўз вақтида жўнатишингизни талаб қиламан*»; *«I promise to pay in time... - ... ўз вақтида тўлашга ваъда бераман*» ва ҳ.к.

Перформатив қурилмаларда фақат ахборот узатилиб қолмасдан, балки тингловчига жадал таъсир ўтказиш, уни жавоб ҳаракатига ундаш мақсадлари аниқ намоён бўлади.

Перформатив формулаларнинг грамматик қурилиши ҳам ўзига хосдир. Бундай формулаларда феъл албатта ҳозирги замон биринчи шахс бирликда, иккинчи актант эса, дейктик олмошнинг иккинчи шахс бирлик ёки кўплигида ифодаланади. М: «*much obliged to you... - ... учун миннатдорчилик билдираман»; «thank you for your timely payment... - ... ўз вақтида тўлаганингиз учун раҳмат»; «please send...- ... жўнатишингизни сўрайман»* ва ҳ.к.

Ж.Остин нутқ актларидаги прагматик мақсад, ҳаракат ва муносабатни ифодаловчи лисоний бирликларни қуйидаги гуруҳларга бўлади: а) вердикатив; б) экзерситив; в) комиссив; г) бехабитив; д) экспозитив[15].

Тижорат хатларида улар қуйидаги вазифаларни бажаради ва қуйидаги тил бирликлари орқали ифодаланади:

[15] Остин Дж.Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. – М.: Прогресс, 1986. – С. 22-130.

1. Вердикативлар – хукм чиқаришга оид прагматик мақсад, ҳаракат ва муносабатларни ифодаловчи нутқий актлар: *you have to pay a fine - жарима тўлашга мажбурсиз; we warn you... - ...огоҳлантирамиз.*

2. Экзерситивлар-буйруқ бериш, мажбур қилиш, маслаҳат бериш, огоҳлантириш мақсадидаги нутқий актлар: *«..гача етказишингизни сўрайман! I require you to deliver… to…»; «....шартнома бўйича .... бажарилмаган тақдирда - in case of failure to perform the contract»; «.... акс ҳолда чора кўришга мажбурмиз - ...otherwise we will have to take action»* ва ҳ.к.

3. Комиссивлар – ваъда бериш, мажбурият олишга оид нутқий актлар:

«*We promise to deliver promptly... - ... зудлик билан етказишга ваъда берамиз»; «of course we'll do... - албатта бажарамиз»; «We guarantee the payment of the fine.. - жаримани тўлаш кафолатини берамиз»; «we support…*! *- ... қўллаб қувватлаймиз*» ва ҳ.к.

4. Бехабитивлар – жамоада ўзини тутиш, бирор кишига муносабат билдиришга доир нутқий актлар: *«thanks for taking immediate action... - зудлик билан чора кўрганингиз учун раҳмат»; «Our grattitudes! - Саломат бўлинг!*»; «*We hope our cooperation will continue... - ҳамкорлигимиз давом этади деган умиддамиз…*» ва ҳ.к.

5. Экспозитивлар – ўз фикрини изоҳлашга, тасдиқлашга, тушунтиришга доир нутқий актлар: *«we have a suspicion that... - эканлигига гумонимиз бор*»; *«we would like to remind you that you have arrears… - ... бўйича қарздорлигингизни эслатмоқчимиз*» ва ҳ.к.

Ахборот хатлари адресат билан адресант ўртасидаги дастлабки мулоқот ҳисобланади. Миллий йўналганлиги жиҳатидан ахборот етказишга қаратилган хатлар матнлари миллий (бир маданиятга тегишли) ва миллатлараро, байналмилал (яъни маданиятлараро) хатларга бўлинади.

Масалан: «*Dear patners! We are offering you the catalogue of selected goods…»*: *«Ҳурматли ҳамкорлар! Биз Сизнинг диққатингизга алоҳида маҳсулотлар каталогини тақдим этяпмиз...».*

Жавоб хатларида: «*Dear ...! Your appeal about an explanation of ensuring the delivery of products is considered». – «Ҳурматли ...! Сизнинг маҳсулотларни етказишни таъминланишини тушунтириб бериш ҳақидаги мурожаатингиз кўриб чиқилди».*

Ахборий хатлар турли (масалан, олмош билан алмашинишлар, такрорлар каби) тил воситалари орқали амалга ошириладиган ички боғлиқликка ҳам эга. Масалан: «*Business models and their compatibility with a variety of market segments will be analyzed - Бизнес моделлари ва уларнинг турли бозор сегментларига мувофиқлиги таҳлил этилади».* Тасдиқ, қўшимча ва жавоб хатлари ички боғлиқлик билан бирга, ташқи ёки дискурсив боғлиқлик борлиги билан ҳам ажралиб туради. Мазкур тоифадаги хатларнинг реактив характери, жавобталаблиги ва уларнинг умумий дискурсдаги ўрнига ишора этувчи тил воситалари, аниқроғи, синтактик қурилмалар орқали намоён этилади. Масалан: *«Your appeal about an explanation of... is*

considered.» «...Сизнинг .... тушунтириб бериш ҳақидаги мурожаатингиз кўриб чиқилди».

Баъзан бундай дискурсив боғлиқлик ошкора ифодаланмаслиги ҳам мумкин. Бироқ мавзунинг номланишини адресат учун билдиришда, бундай хатларда, дискурсивлик имплицит (яширин) тарзда, масалан пресуппозиция сифатида берилганлигини эътироф этишга имкон беради. Масалан:

« ... confirms the receipt of the AKP 876 brand glasses.» «... АКП 876 русумли стаканларни олганлигини тасдиқлайди» каби жумлада адресатнинг ўзи шу товарларни етказувчиси бўлганлиги учун нима ҳақида сўз юритилаётганлигини билиши аниқ кўриниб турибди.

Хатти-ҳаракатга ундашда хат мавзуси номинация усулида очиб берилади. Хатлар бир неча қисмдан иборат бўлиши мумкин:

Инглиз тилида:

Dear Sirs,

(1) *The national fabrics which was manufactured by new technology and demonstrated by you in the Textile-2017, Tashkent Exhibition impressed me.*

(2) *I am enclosing a list showing the items I require, and should be glad to receive your quotation as soon as possible.*

(3) *Full information regarding export prices, terms of payment, earliest delivery date, and discounts for regular purchases would be appreciated.*

(4) *My company is interested in all types of these goods and if you have other products I should be glad to receive details.*

Yours faithfully,

Ўзбек тилида:

Ҳурматли жаноблар!

(1) *Сизга мамнуният билан шуни маълум қиламизки, биз уч ой мобайнида сизлардан катта миқдорда мева маҳсулотларини харид қилмоқчимиз.*

(2) *Биз ҳозир ўз эҳтиёжларимизни аниқлаш ва турли таъминотчилардан келган таклифларни кўриб чиқяпмиз.*

(3) *Сиздан ушбу маҳсулотлар бўйича қўшимча маълумотлар беришингизни ҳамда маҳсулотнинг мавжуд миқдори ва уларни етказиб бериш вақти тўғрисида маълумот беришингизни сўраймиз.*

(4) *Биз эса сизга буюртма бериш учун талаб этиладиган барча ишларни амалга оширамиз.*

(5) *Сизнинг қисқа муддатдаги жавобингизни кутиб қоламиз.*

Ҳурмат билан ...

Адресантнинг ижобий ёки салбий жавоби ёки муносабати жавоб хатлари мавзуси вазифасини ўтайди. Келтирилган мисоллардаги *«ONSETS» - 68 EURO, «TASSO» - 39 EURO PER DOZEN, CIF ALEXANDRIA. MINIMUM ORDER 1000 DOZEN EACH, эркаклар кўйлагини етказиш, Сизнинг 3 тонна миқдоридаги кир совунини 7.08.10 даги 5683-сонли шартномадан ташқари сотиш* каби жумлалар ёки номинациялар орқали мавзунинг очиб берилишини кўриш мумкин. У ривожлантирилмайди, чунки адресант учун янги ҳисобланмайди. Бироқ раддия хатларида рад жавобининг сабаблари

албатта изоҳланади (*We have compared our product with all similar makes, there is no pen of a comparable quality on the market at this price, чунки маҳсулотимиз кейинги 5 ойгача сотиб бўлинган. Мавжуд иш қувватларимизни вақтинчалик муддат учун ошириш имкониятига эга эмасмиз*). Бундай шаклдаги жумлалар мазкур турдаги хатлар ахборот минимумининг ажралмас қисми ҳисобланади.

Ҳар қандай расмий мулоқотда унинг қатнашчисига таъсир этиш ва расмий мактубнинг таркибий қисми бўлмиш нутқ одоби воситалари муҳим аҳамият касб этади.

Анъанага кўра, ўзбек тилидаги хатларнинг нутқ одоби қоидаларига риоя қилинишига эмас, балки лўндалиги ва холислигига катта эътибор қаратилган.

Ж.Личнинг фикрича, ижтимоий мақсад юзага келиши мумкин бўлган зиддиятларни бартараф этишдан иборатдир ва бу мақсадни таъминловчи восита *хушмуомалалик категориясидир*[16].

Тижорат хатларида прагматик мақсад амалга оширилганда хушмуомалалик стратегияси устувор эканлиги кўзга ташланади. Хушмуомалалик принципи ижтимоий ўзаро ҳамжиҳатликнинг асоси ҳисобланиб, у расмий ёзишмалар соҳасида ҳам муҳим ўрин тутади. Хушмуомалик стратегиясини танлаш борасида инглиз ва ўзбек тилларидаги расмий хатлар ўртасида бир қанча фарқлар мавжудлигини пайқаш мумкин.

Мурожаат сўзлари адресатнинг ижтимоий мавқеи ва ролига қараб танлашни талаб этилади.

Прагматик прессупозиция ҳодисаси лисоний мулоқотнинг рамзий, маросимий, анъанага айланадиган расмий томонлари билан боғлиқдир. Масалан, *«ҳазрат», «ҳазрати олийлари»* ибораларининг қўлланиши бажарилаётган мулоқот фаолиятининг расмийлиги прессупозициясидан дарак беради. Бунда мулоқот адресати ҳудди шу турдаги мурожаатни талаб қилувчи лавозим, даража соҳиби бўлмоғи лозим (Бинобарин, «*ҳазрат*» юқори диний лавозимдаги шахс бўлиши мумкин.). Мулоқот жараёнида бундай талаб ва қоидаларга риоя қилинишини ўрганиш натижасида *риторик прагматика* йўналиши шаклланди. Ушбу турдаги прагматик таълимотнинг асосий мақсади мулоқот тамойиллари ва категорияларини аниқлашдир[17].

Инглиз тилида ҳар қандай тижорат хатлари (иш хатлари) *«Dear …»* формуласидан бошланади. Кимга мурожаат этилаётганига кўра кейинги сўзлар танланиши мумкин: *Dear Sirs* – фирма ёки корхонага; *Dear Sir* - исми номаълум бўлган кишига; *Dear Madam* - исми номаълум аёл кишига; *Dear Mr. Brown* - исми шарифи маълум холатда; *Dear Mrs. Brown*- турмуш қурган аёл кишига; *Dear Miss Brown*- турмуш қурмаган аёл кишига; *Dear Ms Brown* - оилавий аҳволи номаълум ҳолатда аёл кишига; *Dear John*- яқин дўстингиз ёки яқиндан таниш бўлган инсонга; *Gentlemen*: - анъанавий америкаликларга хос мурожаат.

---

[16] Қаранг: Сафаров Ш. Прагмалингвистика. – Тошкент, 2008. – Б.79.
[17] Ўша асар. – Б. 113.

Ўзбек тилида ҳам қатъий белгиланган бир қанча мурожаат формулалари мавжуд. Масалан, «*муҳтарам», «ҳурматли», «азизим*» ва ҳ.к. Аёлларга нисбатан *муҳтарама, азизам* каби формулалар қўлланилиши аниқланди.

Хат учун миннатдорчилик такрорий мулоқот ҳолатларида нутқ одоби нуқтаи назаридан хатнинг боши ва хушомадомуз якуний қисмини ифодалаш уни одатдагидек ва ёқимли тарзда якунлашни билдиради. Бу инглиз ва ўзбек тилларида қуйидагича ифодаланади: *We shall appreciate having this information as soon as possible. Бу маълумотларни имкон қадар тез юборсангиз миннатдор бўлар эдик*.

Илтимос формуласи, ҳам грамматик, ҳам лексик ифодага эга бўлган ёрқин модалликка (муносабат билдиришга) мойиллиги билан ажралиб туради. Лексик жиҳатдан илтимос, одатда, *сўрамоқ* феъли орқали ўз ифодасини топади. Бироқ расмий хатларда бу феъл қатнашган жумлалар унчалик кўп қўлланилмайди. Кўпинча «Биз Сиздан + ҳаракат номи +ни сўраймиз» кўринишдаги одоб формуласи ишлатилади. Хизмат хатларида, асосан, ҳар хил замон шаклларида қўлланилган *«сўрамоқ»* феъли орқали ифодаланган илтимос формулаларидан фойдаланилади. Масалан: *«we asked - сўраганимиздек», «we ask - сўраймиз», «we asked - сўраган эдик»*. Ушбу феъл ўзбек тилида *«қиламан»* ёрдамчи феъли билан бирга ҳам кўп қўлланилади: *«илтимос қиламан»*. Расмий хизмат хатларидаги илтимос маъноси *«хоҳлайман»* феъли орқали ҳам ифодаланиши кузатилади: *«Мен хоҳлардимки, истардимки,..» - «I'd like...»; «Биз Сизлар билан ҳамкорлик қилишни истар эдик» - «We'd like to cooperate with you»*.

Бир хатнинг ўзида ҳам миннатдорчилик, ҳам кечирим, ҳам қувонч ифодаланиши кузатилди:

Dear Mr,

Thank you for your letter of April 18, 2012, in which you informed us that the red wine that you purchased was muddy color.

We are sorry that you experienced this problem and promise to replace a bad product on the quality. While we make every attempt to insure that our products are not defective, this unfortunate incident can occasionally occur.

We are very appreciative that you have taken the time to bring this to our attention and would like to thank you for purchasing our products.

Very truly yours,

Муҳтарам жаноблар!

...даги мактубингиз учун ташаккур билдирамиз. Маҳсулотни ўз вақтида етказиб бера олганимиздан мамнунмиз, бироқ ... сонли қутида буюртмангиздаги маҳсулот чиқмаганлиги учун хижолатдамиз.

Муаммони ўрганиб чиқиб, тушунмовчилик бўлганини англадик. ...сонли қутини вакилимиз боргунга қадар ушлаб туришингиздан мамнун бўлар эдик.

Нутқий этикет формулалари якуний қисмида ўзбек тилида асосан *«ҳурмат билан», «эҳтиром билан»*, ижтимоий турдаги хатларда «*Самимий тилак ва истаклар билан ...»* каби формулалар қўлланилади:

Инглиз тилида «*Yours faithfully»*, «*Best regards», «Regards», «Very truly yours»* формулалари қўлланилиши кузатилди.

Электрон тижорат хатлари қуйидаги қисмлардан иборат эканлиги аниқланди: олувчининг манзили: а) номи (ҳарф ёки рақамлар), б) махсус белги @ (кучукча), в) миллий доменлар, масалан: .ru, .eu; сатрлар «Subject»-хабар мавзуи; нусхани жўнатиш имкониятлари; хат матни; жўнатувчи имзоси; илова қилинган файл («Илова» реквизити вазифасини бажаради); хабарни жўнатиш ва олиш санаси, вақти.

Инглиз ва ўзбек тилларидаги электрон хатларнинг қуйидаги ўзига хос хусусиятлари аниқланди: расмий тижорат хатларида қўлланиладиган стандарт мурожаат ўрнига суҳбатдош билан саломлашилади ва саломлашишни алоҳида сатрда ёзиб, хатнинг асосий матнидан ажратиш керак: *«Hello» «Hi», «Good morning». «Салом», «Хайрли тонг», «Хайрли кун»* ёки «*Хайрли оқшом*» каби.

Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларининг мурожаат қисмида ҳамкорлар бир-бирларининг исми билан мурожаат қилганликларини кўриш мумкин:

«Hello Martin!

I hope you are well. Sending you the list of...»;

«Хайрли тонг Озодбек!

Ишларингиз қандай? Қуритилган мевалар тўғрисидаги сўровимиз нима бўлди?...».

Расмий мурожаат хам учраши кузатилди:

Dear David,

I received a partial fax from… It was sent late last week, but I only received the very top portion of one page.

Could you check to see who sent it and ask them to try it again? I would be...

Sincerely,

«*Ассалому алайкум ҳурматли Эркин Самадович!*

... буюртма берилган .... маҳсулотни жўнатиш учун ...» .

Асосий матн максимал даражада лўнда ва, шу билан бирга, ахборий бўлиши, бир фикрни бошқасидан ажратиш учун бўш сатрлар қолдириш ёки кўп нуқта ишлатилиши кузатилди. Бу ўринда улар хатбоши вазифасини бажаради.

Биз сизнинг сўровингизни олдик ва сиз сўраган прейскурантни жўнатяпмиз.

Шунингдек, сизларга ўзаро келишув учун маҳсулотларимиз нархларининг ва реал шартларини ҳам жўнатмоқдамиз... .

Хатнинг якуний қисми ва имзо асосий матндан бўш сатр билан ажратилади. Якуний қисм сифатида кўпинча нейтрал шакллар қўлланилади: «*Ҳурмат билан ...*», «*Каминаи камтарин…», «Энг яхши тилаклар билан…*» ва ҳ.к.

..... Ҳурмат билан Рустам Зафар, «Ҳужжат услуби» лойиҳаси менежери http://doc-style.ru E-mail ads@doc-style.ru Иш телефони +7 (911) 911-9119 Тошкент ш.

Ёки, *Фарғонадан салом билан..., Салом билан ....* турлари ҳам учрайди.

Шу тариқа, биз томондан таҳлил қилинган электрон хатларда фақат 14 та таърифланган турларни аниқладик, бироқ, тижорат хатларининг бошқа турлари (буюртма хатлари, таклиф хатлари (оферта), эътироз хатлари ва бошқалар) ҳам интернет орқали ёзишмаларда қўлланилади. Электрон тижорий хат тузилиши қоғоздаги оддий хатдан фарқ қилади. Асосий фарқ электрон хатда реквизитлар бўлмаслигидадир. Шунингдек, айрим маълумотларни кўрсатиш шарт эмас, чунки улар автоматик равишда қайд этилади (сана, вақти, жўнатувчи ва олувчи).

ХУЛОСА

1. Ҳар қандай расмий хат нутқий асар бўлиб, у борлиқнинг маълум бўлаги бўлмиш бирор бир нутқий вазиятни ўзига хос равишда ифодалашга хизмат қилади. У бир неча қисмларни ўз ичига олган маълум мавзуни ўзида мужассам этади. Расмий хатларнинг лисоний хусусиятлари, яъни лексикаси, семантикаси, синтаксиси ва услубияти унинг тил билан боғлиқ жиҳатларини ташкил этади.

2. Тижорий дискурснинг муҳим хусусиятлари сифатида қуйидагиларни эътироф этиш мумкин: боғланган матн шакли, унинг нолисоний омилларга боғлиқлиги, воқеавий жиҳати, мақсадли ижтимоий таъсири. Ўзаро ҳамкорлик шахсий, ижтимоий, расмий ва норасмий миқёсларда турли ижтимоий муносабатлар асосида амалга оширилади. Тижорий ёзишмаларнинг матни расмий дискурснинг алоҳида ёзма шакли бўлиб, у коммуникатив йўналганлик, мазмун ва мантиқ жиҳатидан боғланганлик ва якунланганлик, информатив аҳамиятга молик яхлитликка эга.

3. Расмий-идоравий услубга хос матнларнинг асосий мақсади - одамлар, муассасалар, мамлакатлар ўртасидаги муносабатларни бошқариш ва бирор бир масаланинг ҳолати ҳақида ахборот етказиш. Бунда матндаги мазмун бир маънога эга бўлиши шарт.

4. Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат хатларини лингвопрагматик нуқтаи назардан ўрганиш уларни, асосан, қуйидагича гуруҳлаш имконини беради: ахборот етказувчи, ҳаракатга ундовчи ва жавоб талаб этувчи, ахборот орқали ҳаракатлантирувчи (ҳаракатга ундовчи), декларатив ва ижтимоий хатлар.

5. Прагматиканинг асосий аспектларини аниқлашда тил воситаларини танловчи адресат ва адресант тушунчалари, уларнинг ижтимоий мавқелари (статуслари), коммуникатив актдаги шарт-шароитлар, ҳамкорлар ёзма нутқининг бир-бирига таъсири биринчи планга чиқади. Шу нуқтаи назардан, прагматик таҳлилда дискурс, адресатнинг нутқдан кўзда тутган мақсади, унинг адресантга таъсири, улар ўртасидаги ўзаро муносабатлар сингари омиллар аниқланади.

6. Ҳаракатга ундовчи ахборий хатларда инглиз тилида қўшма гаплар қўлланиш улушининг (60%) содда гаплардан (40%) фойдаланиш улушидан юқорилиги; - реклама хатларида сўроқ гапларнинг ишлатилиши (30%); - аниқ нисбатли конструкциялардан кенг фойдаланиш (55% дан кўпроқ); -

инверсиялар ва синтактик такрорлардан фойдаланиш (7-10%), ўзбек тилида қўшма гаплар қўлланиш улушининг (58%) содда гаплардан фойдаланиш улушидан (37%) юқорилиги (айниқса реклама хатларида); - содда гапларни ёйиш учун ёрдамчи сўзлар қатнашган қурилмалар, кириш сўзларидан фойдаланиш (44%); - баъзан тўлиқсиз гапларга мурожаат қилиш (айниқса, реклама хатларида) (8% атрофида) ёритилди.

7. Тадқиқ қилинаётган тиллардаги тижорат хатларининг лексик-семантик муносабатлари, яъни ўхшаш ва фарқли жиҳатлари, бизнес ва банк соҳасига оид терминларнинг қўлланилиш даражаси ёритилди. Ўзбек тилида ўзлашма терминларнинг инглиз тилига қараганда қўлланилиш даражаси юқори эканлиги исботланди.

8. Лексик ва синтактик воситаларнинг танланиш ва қўлланиш жиҳати ўрганилганда, ҳар иккала маданиятга тааллуқли хатларнинг матнларида ўхшаш ва фарқли томонлар мавжудлиги намоён бўлди. Хизмат хатларининг алоҳида турлари ва гуруҳларидаги лексик бирликларнинг таҳлили натижасида қуйидаги натижалар олинди: инглиз тилида стилистик жиҳатдан бўёқдор сўзларга қараганда нейтрал, бетараф лексиканинг устуворлиги; функционал лексика улушининг кўплиги, китобий-ёзма лексема ва сўз бирликлари, тижорий атамалар, расмий-идоравий қолип иборалардан кенг фойдаланиш; ижобий баҳо маъносидаги экспрессив-эмоционал лексикадан кенг фойдаланиш, ўзбек тилида стилистик жиҳатдан бўёқдор сўзларга қараганда нейтрал, бетараф лексиканинг устуворлиги, расмий ёзма нутққа оид барқарор сўз бирикмаларидан ўртача даражада фойдаланиш даражаси аниқланди.

9. Ижтимоий урф - одат ва удумларни ифодаловчи хатлар жумласига умумий коммуникатив мақсади муаллифнинг эмоционал - психологик ҳолатини ифодалаш бўлган хатлар киради. Расмий мулоқот соҳасида бундай хатлар расмий ҳамкорларнинг бирор бир хатти - ҳаракати натижасида юзага келган эмоционал ҳолатни ифодалашга хизмат қилади.

10. Тижорат хатларида прагматик мақсад амалга оширилганда хушмуомалилик стратегияси устувор эканлиги намоён бўлди. Хушмуомалалик принципи ижтимоий ўзаро ҳамжиҳатликнинг асоси ҳисобланади, инглиз ва ўзбек тилларида хушмуомалалик бирликларининг ўринли ва мақсадли қўлланилиши хатга қўшимча вазифани амалга ошириш имконини беради ва таъсир этувчи, регулятив, уйғунлаштирувчи ҳамда тақдимот функциялари бажаради.

11. Электрон ва қоғоздаги тижорат хатларининг фарқларига қарамай, уларнинг тузилишида умумий жиҳатлар кўплиги аниқланди. Электрон тижорий хатнинг муҳим хусусияти унинг антогонистик элементларнинг (фатик ва ахборий элементлар) бирлашувидан иборатлиги асосланди. Инглиз ва ўзбек тижорий маданиятида электрон хатлар ўхшаш коммуникатив ва лисоний услубий жиҳатларни намоён этади. Интерфаоллик ва полилоглик, иборалар шаклининг лўндалиги ва услубнинг норасмийлиги, муаллиф эркинлиги коммуникантларнинг ўзаро дўстона муносабати билан боғлиқлиги асосланди.

НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc. 27.06.2017.Fil.21.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ИНСТИТУТЕ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ, УЗБЕКСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ, НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ УЗБЕКИСТАНА

УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ

КАРИМОВ РИВОЖИДДИН ГУЛАМЖАНОВИЧ

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ КОММЕРЧЕСКИХ ПИСЕМ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И УЗБЕКСКОГО ЯЗЫКОВ)

10.00.06 – Сравнительное литературоведение, сопоставительное языкознание и переводоведение

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам

город Ташкент – 2018 год

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за № B2017.2.PhD/Fil.208.

Диссертация выполнена в Узбекском государственном университете мировых языков.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский и английский (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета по адресу www.tashgiv.uz и Информационно-образовательном портале «Ziyonet» www.ziyonet.uz

Научный руководитель:	**Тешабаева Дилфуза Муминовна** доктор филологических наук
Официальные оппоненты:	**Сафаров Шахриёр Сафарович** доктор филологических наук, профессор
	Мухамедова Саодат Худойбердиевна доктор филологических наук, доцент
Ведущая организация	**Национальный университет Узбекистана**

Защита диссертации состоится «____» _____2018 года в _____ часов на заседании Научного совета DSc.27.06.2017.Fil.21.01. при Ташкентском государственном институте востоковедения, Узбекском государственном университете мировых языков, Национальном университете Узбекистана им. М.Улугбека по адресу 100047, г. Ташкент, Мирабадский район, улица Шахрисабзская, 25. Тел.: (99871)233-45-21; факс: (99871)233-52-24; e-mail: tashgiv.uz).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного института востоковедения (зарегистрированный под №___). Адрес: 100047, г. Ташкент, Мирабадский район, улица Шахрисабзская, 25. Тел.: (99871)233-45-21.

Автореферат диссертации разослан «____» _____2018года.

(протокол рассылки №_____ от «____» _____2018 года)

А.М. Маннонов
Председатель Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филол. наук, профессор

Р.А. Алимухамедов
Ученый секретарь Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филол. наук

Г.Х.Бакиева
Председатель Научного семинара при Научном совете по присуждению ученых степеней, доктор филол. наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Формирование в качестве ведущей парадигмы в мировой лингвистике таких антропоцентрических направлений, как лингвопрагматика, дискурсивный анализ, когнитивная лингвистика, лингвокультурология способствует введению в науку о языке множеста новых понятий, терминов, а также методов лингвистического анализа.

Сфера бизнеса и предпринимательства как объект лингвистического анализа занимает весьма важное место. Деловые письма становятся основой для исследований лингвокультурологии, прагмалингвистики и коммуникативного направления. Особо повышается значимость исследований прагматического аспекта подобных писем.

В мировой лингвистике ведутся исследования речи, в частности, в таких приоритетных направлениях, как прагматические особенности устной и письменной речи, вопросы этикета в официальном общении, его национально-культурные особенности, коммуникативно-прагматические особенности устного и письменного общения, проблемы интернет-дискурса, лингвопрагматическая специфика деловых писем и т.п. В связи с ростом международных, экономических и культурных связей между различными странами повышается необходимость осознания значимости коммуникативных действий в коммерческих письмах, определения преимуществ общения, а также изучения особенностей коммерческого дискурса. Эти факторы, в свою очередь, непосредственно влияют на успешное проведение коммерческого общения.

Усиление социальных, экономических, политических, а также культурных связей Республики Узбекистан с развитыми странами заметно влияет на узбекский язык, в частности, на развитие его лексики. В качестве приоритетного направления в Стратегии действий развития Республики Узбекистан по пяти направлениям в 2017-2021 гг. отмечается «Активное привлечение иностранных инвестиций в отрасли экономики и регионы страны путем улучшения инвестиционного климата»[1], что поднимает на новый уровень проведение широких исследований по официальному общению, составлению деловых писем, а также по подготовке специалистов, умеющих на должном уровне составлять деловые письма и способных переводить их с иностранных языков на узбекский язык. Современные коммерческие переписки как официальный документ имеют национальные особенности, которые необходимо учитывать при вступлении в общение. Сравнительное исследование деловых писем коммерческой сферы в разносистемных языках представляется актуальным и перспективным. В настоящее время их лингво- прагматические особенности недостаточно изучены, что определяет необходимость исследования данной темы.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармони. / Халқ сўзи, 2017 йил, 8 феврал. – № 28.

Данная исследовательская работа в определённой степени служит решению задач, обозначенных в Постановлениях и Указах Президента Республики Узбекистан № ПФ-4797 «Об организации Ташкентского государственного университета узбекского языка и литературы имени Алишера Навои» от 13 мая 2016 года, № ПП-1875 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы изучения иностранных языков» от 10 декабря 2012 г., № 124 Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об утверждении Государственного образовательного стандарта системы непрерывного образования» от 8 мая 2013 г., а также в ряде других нормативно-правовых актов, касающихся данной сферы.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данное исследование выполнено в рамках приоритетного направления развития науки и технологий в республике: «Формирование системы инновационных идей и пути их реализации по социальному, правовому, экономическому, культурному и духовно-просветительскому развитию информационного общества и демократического государства».

Степень изученности проблемы. В мировой лингвистике официальное общение, а также письма торговой сферы в определённой степени были изучены рядом учёных языковедов[2]. В русском языкознании исследованию деловых писем посвящены работы Е.В. Ковшиковой., М.А. Колтуновой, С.В. Шиловой, О.С. Сыщикова, Б.Э.Азнаурьяна, И.В. Герасименко, А.О. Стеблецовой[3].

В работе А.А. Аймолдиной сравниваются официальные письма на казахском, русском и английском языках[4] .

---

[2] Bargiela – Chiappini F, Nickerson C, Planken B, Business discourse. – Houndnills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. – 282 p; Trosborg A., Jorgensen P.E.F. Business discourse: text and context. – Bern: Peter Lang International Academic Publishers, 2005. – V. 19. – 250 p.; Tebeaux E.Designing written business communication along the shifting cultural continuum. The new face of Mexico // Journal of Business and Technical Communication. Iowa, – 1999. – № 13. – P.49-85.; Varner I.A Comparison of American and French business correspondence // The Journal of business communication. – 1988. – №25 (4) – P.55-65.; Haverkate H. Deictic categories as mitigating devices // Pragmatics. – 1992. - №; 2(4). – P. 505-522.

[3] Ковшикова Е.В. Категория коммуникативной точности (на материале текстов деловых писем): Автореф. дисс.... канд., филол. наук – Волгоград, 1997. – 20 с.; Колтунова М.А. Деловое общение: Устная и письменная формы (к вопросу о стилевой принадлежности): Автореф. дисс... канд. филол. наук. – Саратов, 1998. – 25 с.; Шилова С.В. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в деловой коммуникации (на материале английского языка). Автореф. дисс.... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 1998; Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе (на материале текстов коммерческих писем): Автореф. дисс.... канд. филол. наук. – Волгоград, 2000; Азнаурьян Б.Э. Когнитивно-прагматические особенности делового дискурса (на материале документооборота табачной промышленности): Автореф. дисс.... канд. филол. наук. – Краснодар, 2005; Герасименко И.В. Социопрагматика американской деловой корреспонденции (Диахронический аспект): Дисс. ...канд. филол. наук. – Хабаровск, 2001. – 157 с.; Стеблецова А.О. Национально-культурная специфика делового текста (на материале англ. и русского языков): Дисс. …канд. филол. наук. – Воронеж, 2001. – 212 с.

[4] Аймолдина А.А. Социокогнитивные и коммуникативно-прагматические особенности бизнес-корреспонденции (на материале казахского, русского и английского языков): Автореф. дисс. …канд. филол. наук. – Астана, 2014. – С. 20.

В исследовании Д.С. Қулмаматова анализируются деловые письма в русском языке в диахроническом аспекте [5]. Работа Э.М. Гуртуевой посвящается обучению студентов официально-деловому стилю[6], а в исследовании Д.А. Бабахановой анализируется официально-служебный стиль современного узбекского языка[7]. Д.М. Тешабаева рассматривает использование речевого этикета в деловых письмах торговой сферы в узбекском и русском языках[8].

Однако следует отметить, что до настоящего времени коммерческие письма на узбекском и английском языках в сравнительном аспекте ещё не исследованы и их лингвопрагматические особенности не освещены в достаточной степени.

Связь темы диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного или научно-исследовательского учреждения, где выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в рамках плана научно-исследовательских работ Узбекского государственного университета мировых языков на 2015–2017 гг. по теме № ИТД-1, Ф-1219 «Создание учебно-методического комплекса, обеспечивающего овладение степенью С1 по общеевропейским компетенциям в высших образовательных учреждениях по направлению иностранных языков в системе образования (CEFR)»

Целью исследования является выявление лингвопрагматического аспекта коммерческих писем в английском и узбекском языках.

Задачи исследования:

изучить толкование деловых писем официального общения, официального языка в специальной литературе;

осветить дискурсивные, коммуникативно-стилистические признаки коммерческих писем в узбекском и английском языках, а также их разновидности и композиционные особенности;

раскрыть сущность экстралингвистических и лингвистических особенностей коммерческих писем в узбекском и английском языках;

определить и проанализировать лексико-семантические и прагматические показатели коммерческих писем в рассматриваемых языках;

осветить прагматические особенности коммерческих писем в английском и узбекском языках, проявляемых в интернет-пространстве;

охарактеризовать сходства и различия категории вежливости в коммерческих письмах в анализируемых языках.

---

[5]Кулмаматов Д.С. Среднеазиатские дела посольского приказа как источник для истории русского языка: Автореф. дисс.… канд. филол. наук. – Москва, 1995. – 37 с.

[6]Гуртуева Э.М. Обучение студентов национальных групп вузов официально-деловому стилю речи (на материале сельскохозяйственного делопроизводства): Автореф. дисс.… канд. пед. наук. – Ташкент,1986. – 19 с.

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

[8]Тешабаева Д.М. Речевой этикет делового письма (на материале русского и узбекского языков): Дисс. канд.филол. наук. – Ташкент, 2000.

Объектом исследования являются коммерческие письма в английском и узбекском языках.

Предмет исследования составляют лингвопрагматические особенности коммерческих писем в английском и узбекском языках.

Методы исследования. С целью решения поставленных в исследовании задач были использованы описательный, сравнительный, лингвостатистический методы, а также метод компонентного анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

обоснованы такие дискурсивные, коммуникативно-стилистические особенности, как семантическое соответствие текстов коммерческих писем в сопоставляемых языках, их зависимость от экстралингвистических факторов, событийность, социально целевая установка;

определены такие их различительные особенности, как преобладание нейтральной и функциональной лексики по сравнению со стилистически окрашенными словами в коммерческих письмах обоих языков, широкое использование книжно-письменной лексики и словосочетаний, коммерческих терминов, официально-деловых выражений-штампов в английском языке и в меньшей степени – в узбекском языке, отсутствие в узбекском языке экспрессивно-эмоциональной лексики, имеющей место в английском языке;

аргументированы такие своеобразные прагматические особенности при составлении коммерческих писем в английском и узбекском языках, как дискурс, речевая цель адресата, его воздействие на адресанта, их взаимоотношения;

освещены лингвопрагматические особенности коммерческих писем, которые проявляются в интернет-пространстве в виде текстов агент-агент (равенство) и агент-клиент (превосходство), необходимое для профессионального воздействия на адресата (составление договора), как приказ, характеризующихся схемами взаимосвязи между адресантом и адресатом;

обоснована важность категории вежливости в коммерческих письмах английского и узбекского языков, как экстралингвистический фактор.

Практические результаты исследования состоят в следующем:

определена значимость исследовательских результатов для разработки лекционных и практических занятий в высшем учебном заведении по общему, сравнительному языкознанию, по английскому и узбекскому языкознанию, по стилистике и культуре речи, а также в совершенствовании процессов их проведения;

рекомендации по составлению и переводу деловых писем могут служить вспомогательной литературой в перспективных исследовательских работах по данной сфере, при составлении учебников, учебных пособий и специальных словарей.

Достоверность результатов исследования обосновывается публикациями в сборниках научно-методических и научно-практических конференций республиканского и международного уровней, статьями, опубликованными в специальных журналах, указанных в списке ВАК, выводами, внедрением предложенных рекомендаций в практики, подтверждением полученных результатов полномочными структурами.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования определяется их возможностью служить источником для лекционных и практических занятий в высшем образовательном учреждении по таким дисциплинам, как «Сравнительная типология», «Стилистика», «Актуальные вопросы сравнительной типологии», при создании учебного пособия по предмету «Стилистика», а также важностью при написании курсовых работ по актуальным проблемам языка официальных документов. Они особо значимы также для таких научно-практических проектов, как ИТД-4, 4-148 «Создание учебно-методического комплекса по теретическому и практическому основному иностранному (английскому) языку и его электронной версии для магистров зарубежной филологии», а также для создания различных словарей по лексикологии, переводоведению.

Практическая значимость исследования обеспечивается тем, что проанализированные в диссертации языковые факты становятся практически значимыми при осознании официально стилистического различия английского и узбекского языков.

Внедрение результатов исследования. Полученные результаты и практические предложения по раскрытию лексико-семантических и лингвопрагматических особенностей переписок коммерческой сферы английского и узбекского языков, а именно;

теоретические выводы прагматического подхода в научном творчестве, по интерпретации вопросов простоты и сложности в системе языка использованы в рамках фундаментального проекта на тему КХФ-2-001 «Повышение техники использования современных технических средств в сельском хозяйстве Узбекистана, разработка теоретико-методологических основ и оптимальных моделей совершенствования их в направлении энерго-ресурсного сбережения на предприятиях машиностроения» (справка № 05/05-1 Министерства сельского и водного хозяйства Республики Узбекистан от 30 января 2018 года). Научные выводы, представленные в исследовании, послужили основой при комментировании объекта, системы и системного подхода, ситсематического анализа;

материалы, предложенные по коммуникативно-стилистическим особенностям текстов коммерческих писем в английском и узбекском языках, а также их прагматической специфике внедрены в проект ИТД-4, 4-148 на тему «Создание учебно-методического комплекса и его электронной версии по теоретическому и практическому иностранному

(английскому) языку для магистров зарубежной филологии» (Справка № ФТА-02.11/117 Агентства науки и технологий от 23 ноября 2017 года). В результате достигнуто закрепление, развитие умений и навыков применения теоретических знаний магистрантов;

Полученные аналитические суждения и теоретические выводы, посвящённые лингвопрагматическому аспекту коммерческих писем в разносистемных языках, использованы при подготовке цикла радиопередач «Бедорлик», организованной редакцией «Культурно-просветительские и художественные радиопередачи» телерадиоканала «Ўзбекистон» ГУП Национальной телерадиокомпании Узбекистана (Справка № O'z/x-1-122 2017 года телерадиоканала «Ўзбекистон» государственного унитарного предприятия Национальной телерадиокомпании Узбекистана от 30 ноября. Они послужили важным источником при ознакомлении радиослушателей с видами коммерческих писем, их композиционными особенностями, современным состоянием коммерческих отношений, проблемами составления текстов коммерческих писем в английском и узбекском языках, масштабом применения коммерческих писем, их жанровой природой.

Апробация результатов исследования. Результаты данного исследования были обсуждены, в том числе, на 13 научно-исследовательских конференциях, из них 2 международные и 11 республиканских.

Публикация результатов исследования. По теме исследования опубликовано 20 научных работ, из них 6 – в республиканских и 1 – в зарубежных в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских исследований.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Объём диссертации составляет 147 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и востребованность темы исследования, показано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, освещена степень изученности проблемы, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, сформулированы методы исследования, научная новизна диссертации, обоснована достоверность полученных результатов, раскрыта их теоретическая и практическая значимость, приведены сведения о внедрении результатов исследования в практику и их апробации, об опубликованных работах, о структуре и объёме диссертации.

В первой главе диссертации – **«Функционально-стилистическое и структурное построение коммерческих писем»** – освещаются функционально-стилистические особенности коммерческих писем, а также проанализированы проблемы специфики официально-делового стиля.

Коммерческие письма – это документы, которые служат средством общения между организациями, учреждениями и отдельными лицами, используются для решения многочисленных срочных вопросов, возникающих в ходе управления коммерческой деятельностью. Это отдельная разновидность документа не очень строгого по сравнению с юридически значимым договором или решением.

Основная цель текстов официально-делового стиля – управление взаимоотношениями между людьми, учреждениями, странами, а также предоставление информации о состоянии какой-либо проблемы, при этом содержание текста должно быть однозначным[9].

В функциональной стилистике существует несколько определений официально-делового стиля. Например, у А.Н. Кожиной «официально-деловой стиль-это разновидность языка, которая используется в административно-правовой, социальной деятельности и характеризуется совокупностью языковых средств речевой деятельности соцальной сферы. Он находит своё отражение в текстах различных юридических (законах, указах, договорах), дипломатических (в нотах, меморандумах, международных соглашениях) а также организационно-установочных документах (актах, расчётных листах, приказах, доверенностях, справках, официальных письмах)»[10].

Письменный коммерческий текст – это письменное произведение, воплотившее в себе коммуникативную направленность, логически цельное содержание, связанность и завершённоситть мысли, информативную значимость, модальность и темпоральность. Все эти качества проявляются посредством языковых, визуально-графических, т.е. неязыковых средств.

При речевой коммуникации коммерческое общение имеет следующие признаки: а) коммуникативная цель; б) коммуниканты; в) социальный статус коммуникантов; г) односторонняя/двусторонняя направленность; д) взаимоизменяемость или постоянство коммуникативных ролей; е) коммуникативная сфера; з) коммуникативная установка (указание); и) коммуникативное средство; к) социальная ориентация; л) задачи, жанровые особенности, лексическое своеобразие, грамматическая, синтаксическая структура официально-делового стиля.

Коммерческая коммуникация отличается от повседневной коммуникации целенаправленностью и предназначенностью решать определённую проблему.

«Целью упорядочения писем сферы бизнеса является оказание воздействия на адресата»[11]. Кроме этого, официальная коммуникация – это не спонтанная связь, а заранее подготовленная и запланированная

---

[9]См: Веселов П.В. Современное деловое письмо промышленности. – М.: Изд. Стандартов, 1990. – 158 с.; Вшивков А.П., Старцев Т.В. Деловая корреспонденция. – Пермь, 1991. – 90 с.

[10] Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1983. – С. 25.

[11] Таратухина Ю.В. Деловая коммуникация в сфере информационных технологий. – Москва: «ART-менеджер», 2011. – С.5.

коммуникация. Официальная связь устанавливается сознательно. Коммерческая коммуникация – это вступление в официальное отношение с целью преследования выгоды.

Текст коммерческих переписок – это такая письменная форма официального дискурса, которая обладает коммуникативной направленостью, логической связанностью по содержанию, завершённостью, информативно значимой цельностью.

Если иметь в виду, что понятие дискурса не новое явление, то на сегоднящний день можно отметить следующие его особенности:

1) произведение речи;

2) связующий текст, обладающийс экстралингвистическим, прагматическим, социально-культурным, психологическим факторами;

3) грамматически, лексически, семантически, синтаксически своеобразный текст;

4) несколько предложений со значимой связью;

5) взаимосвязанное речевое выражение;

6) любой отрезок, часть текста;

7) построение языка в реальном времени;

8) коммуникативная ситуация, результатом которой всегда является текст;

9) речевая деятельность.

Ш. Сафаров выдвигает мысль о том, что «формирование содержания речевого акта есть результат «обогащения», понимания значения выраженной со стороны говорящего (автора) и слушателя (книголюба) мысли»[12].

В ходе исследования особое внимание уделяется коммуникативным функциям текстов коммерческих писем. Адресат, принимающий передаваемую информацию, по отношению к тексту информации, вступает в определённые личные отношения, которые являются прагматическим отношением рецептора.

Во второй главе – **«Экстралингвистические и лингвистические особенности коммерческих писем в английском и узбекском языках»** – проанализированы структурное строение современных коммерческих писем и общая классификация, лексико-семантические и синтаксические особенности.

Существует несколько видов классификации коммерческих писем, в основе которых лежат различные классификационные признаки[13]. По тематическим признакам выделяются следующие типы переписок:

1) *коммерческое письмо* – переписка, в которой легализуется деятельность предприятия во всех сферах – экономической, правовой, финансовой и т.д. К нему относятся деловые письма следующего типа: пригласительные, письмо-просьба, бдагодарность, извещение, письмо-

[12] Сафаров Ш. Прагмалингвистика. – Ташкент., 2008. – Б. 113.
[13]Taylor S. Model Business Letters, E-mails and Other Business Documents. – London: Prentice Hall, 2004. – 497 p.

приложение, памятка, письмо-прошение, опровержение, информативное письмо, оповещение (рапорт);

2) *коммерческая корреспонденция (переписки)* – переписка по материально-техническому обеспечению и продаже, письма, которые составляются при выполнении договоров, а также письма, составляемые при решении вопросов купли-продажи.

В.Стенюков предлагает классифицировать официальные письма в сфере торговли по содержанию и назначению и делит их на следующие виды: директивные письма, которые составляются государственными органами или органами муниципального правительства и управления (рекомендации, указания-установки, комментарии к отчётам или примечания по налогам); гарантийные письма (гарантируют сроки уплат, заказов, качество продукции); информативные или информационные письма (оповещения, письма-просьбы, памятки, пригласительные); рекламные письма; письма-жалобы; дополнительные письма (письма, которые комментируют основной документ; они отправляются вместе с основным письмом)[14].

Наблюдается, что в коммерческих письмах в английском и узбекском языках чаще используется нейтральная лексика, чем лексика с функционально-стилистической окраской.

Например:

-письменная книжная лексика в виде отдельных слов и словосочетаний: *because of above mentioned - юқорида баён этилганлар туфайли, according to above mentioned - юқорида қайд этилганлар асосида, privileged several times - бир неча бор рағбатлантирилди* и др.;

- коммерческие, производственные и технические термины*: customs service - божхона хизматлари, production capacity - ишлаб чиқариш қуввати, unanswered letter of credit - жавобсиз аккредитив* и др;

- официально-деловые штампы*: production needs - ишлаб чиқариш зарурати, problem solving - масаланинг ечими, to help - ёрдам кўрсатиш, to inform - маълум қилиш* и др.;

- *сложносокращённые слова: AMPS standard - AMPS стандарти, s. - section - м. - модда, LS - place of seal м.ў. - муҳр ўрни* и т.п.

При отборе лексем по семантике обычно используются однозначные (конкретные) слова.

Термины, используемые в коммерческих письмах, в первую очередь, выполняют функцию термина, во-вторых, служат для точности мысли, в-третьих, имеют отраслевой характер.

В коммерческих письмах английского и узбекского языков выявлена продуктивность следующих терминов*: to accrue* – ошмоқ (фоиз ҳақида); *to agree* – ҳисобни тартибга келтирмоқ; *to allot* – тақсимламоқ (акцияларни, суммани**);** *to allow* – чегирма бермоқ; *to appraise* – баҳоламоқ, нарх қуймоқ;

[14]Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство. – М.: Приор: Strix, 1998. – 143 с.

amount – сумма, йиғинди; *asset* – пул, маблағ; *bail* – гаровга қўйиш, кафиллик, кафолат; *free* – текин, бепул, белгиланган жойга маҳсулотни етказиб бериш учун кетадиган сарф-харажатларни тўлашдан озод; *fiscal* – молиявий, фискал *cheap* – арзон, паст харид қийматига эга бўлган (валюта ҳақида) и т.д.

Было также выявлено, что определённая группа терминов передаётся эквивалентами из узбекского языка, другая часть используется посредством перевода, а ещё другая часть образуется в соответствии с правилами узбекского языка. Например: *auction – кимошди, broker – даллол, businessman (коммерсант) – тижоратчи, commission – воситачилик ҳақи, economy – иқтисодиёт, stockholder (акционер) – акциядор* и т.д.

Наблюдается, что большую часть лексики коммерческих писем в узбекском языке составляют заимствованные из экономической сферы термины: *кредит – credit; баланс – balance; депозит – deposit; лицензия – lisence; оргтехника – office equipment; компания – company* и т.д.

Частотность некоторых слов и фраз, используемых в коммерческих письмах английского и узбекского языков, достигла такой степени, что их можно отметить как штампы официально - делового стиля: *for the purpose – мақсадида, in accordance with – мувофиқ, monitoring – назорат ўрнатмоқ, make responcible – зиммасига юкламоқ, propose – таклиф киритмоқ, supply – таъминламоқ, make arrangements – чора кўрмоқ, recommend – тавсия этмоқ, over the past period – ўтган давр мобайнида, according to your order – буюртмангизга кўра* и т.д.

С синтаксической точки зрения в официальных деловых письмах обоих языков можно выявить сходства и различия. Если в узбекском языке используются усложнённые простые предложения, то в их английских эквивалентах применяются, в основном, сложные предложения

С синтаксической точки зрения ещё одной важной особенностью коммерческих писем на узбекском языке является широкое применение конструкций с глаголами страдательного залога: *Сизнинг сўровингиз ....да кўриб чиқилди; тўлов нақд пул ёки пластик карточкалар орқали амалга оширилади* и т.д.

В английском и узбекском языках простые предложения обычно осложняются однородными членами, причастными оборотами, служебными и вводными словами, и др.

Например:

- однородные члены: *...will be reported the technologies of providing security, conducting trading and settlement transactions with financial information - молиявий ахборотнинг савдо ва ҳисоб-китобига оид операцияларни ўтказиш, ...хавфсизликни таъминлаш ва ҳимоялаш технологиялари баён этилади;*

- причастные обороты: *employees of subdivisions responsible for producing marketing policies - маркетинг сиёсатини ишлаб чиқаришга маъсул бўлган бўлинмалар ходимларини;*

- служебные и вводные слова: *according to the information sent by you, in accordance with the article 44... – Сиз юборган маълумотларга кўра, 44 моддага мувофиқ* и др.

В зависимости от отбора и применения лексических и синтаксических средств в текстах писем обеих культур обнаруживаются сходные и отличительные стороны.

В третьей главе – «**Лингвопрагматические особенности коммерческих писем в английском и узбекском языках»** – исследуются прагматические особенности коммерческих писем в анализируемых языках, место формул этикета. В данной главе рассматриваются также электронные коммерческие письма в коммуникативно-прагматическом аспекте.

При создании текстов коммерческих писем особую значимость приобретает обеспечение функции воздействия. Коммерческие письма в зависимости от назначения должны иметь соответствующую силу требуемого психологического воздействия.

Известно, воздействие – сложный двухсторонний процесс, при котором отправитель и получатель информации вступают во взаимные отношения. Последовательность процесса воздействия и его восприятия можно выразить следующим образом:

воздействие – восприятие воздействия – понимание – оценка – анализ – толкование.

Эта схема составляет психолингвистическую основу коммерческого общения.

В деловых письмах, требующих действия и ответа, преследуется цель изменения предмета ситуации. Тексты подобных писем имеют общую цель, согласно которой адресат может изменять свои мысли и суждения, что достигается посредством характера информации, которая может осуществляться при помощи таких речевых актов, как оповещение, подтверждение её, а также путём полной презентации макротекста.

Основная цель коммерческих писем состоит в получении нужных сведений, представлении нужной информации, осуществлении договорённостей и заказа и т.д.

Сложно предположить степень речевого воздействия, будущие действия. Ответы слушателей, которые слышали, читали мысли говорящего (локуция), могут быть разными. С этой точки зрения принято утверждать о двухуровневой цели речевого акта общения. На первом уровне цель говорящего – передача или получение информации. На втором уровне преследуется цель удовлетворения требования. любопытства говорящего и слушателя. Подобные действия и цели выражаются повествовательными,

вопросительными, восклицательными предложениями. Например: *«we would like to remind that the good will be send after… –... махсулотни ... сўнг жўнатишимизни эслатмоқчимиз....»*; « *hope you to accomplish ... –... бажарасиз деган умиддамиз!*»; «*how many orders can you take? – ... қанча хажмда буюртма қабул қила оласиз*?*»*

Такую задачу выполняют иллокутивные глаголы, которые точно определяют прагматическое содержание, цель и силу речвого воздействия. К числу подобных глаголов относятся слова типа *буюрмоқ, бажармоқ, тақиқламоқ, таклиф қилмоқ, илтимос қилмоқ* и т.д.

Многие иллокутивные глаголы образуют перформативные формулы, т.е. шаблонные речевые выражения, речевые штампы. Например: «*I demand the goods to be sent in time... –... товарни ўз вақтида жўнатишингизни талаб қиламан*»; *«I promise to pay in time... –... ўз вақтида тўлашга ваъда бераман*» и т.д.

В перформативных конструкциях не только передаётся информация, но и чётко прослеживается быстрое воздействие на слушателя, мотивация к ответному действию.

Специфично также грамматическое строение перформативных формул, в которых глагол обязательно выражается в настоящем времени, в форме первого лица единственного числа, а второй актант – в форме второго лица единственного или множественного числа дейктического местоимения. Например: «*much obliged to you... – ... учун миннатдорчилик билдираман»; «thank you for your timely payment... – ... ўз вақтида тўлаганингиз учун рахмат»; «please send... – ... жўнатишингизни сўрайман»* и т.д.

Дж. Остин делит языковые единицы, выражающие прагматическую цель, действие и отношение в речевых актах, на следующие группы: а) вердикативы; б) экзерситивы; в) комиссивы; г) бехабитивы; д) экспозитивы[15].

В коммерческих письмах они выполняют свои функции и выражаются посредством нижеследующих единиц языка:

1. Вердикативы – речевые акты, выражающие прагматическую цель, действие и отношение приговора: *you have to pay a fine – жарима тўлашга мажбурсиз; we warn you... – ...огоҳлантирамиз.*

2. Экзерситивы – речевые акты с целью повелевания, принуждения, совета, предупреждения: *«..гача етказишингизни сўрайман! I require you to deliver… to…»; «....шартнома бўйича .... бажарилмаган тақдирда – in case of failure to perform the contract»; «.... акс ҳолда чора кўришга мажбурмиз – ... otherwise we will have to take action»* и т.д.

3. Комиссивы – речевые акты обещания, выполнения обязательства:

«*We promise to deliver promptly... –... зудлик билан етказишга ваъда берамиз»; «of course we'll do... – албатта бажарамиз»; «We guarantee the*

[15] Остин Дж.Л. Слово как действие. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. – М.: Прогресс, 1986. – С.22-130.

payment of the fine ... – жаримани тўлаш кафолатини берамиз»; «we support…! *– ... қўллаб қувватлаймиз*» и т.д.

4. Бехабитивы – речевые акты по ведению себя в обществе, выражению отношения к кому-либо: *«thanks for taking immediate action... – зудик билан чора кўрганингиз учун раҳмат»; «Our grattitudes! – Саломат бўлинг!*»; «*We hope our cooperation will continue... – хамкорлигимиз давом этади деган умиддамиз…*» и т.д.

5. Экспозитивы – речевые акты, направленные на комментирование, подтверждение, пояснение собственной мысли: *«we have a suspicion that... – эканлигига гумонимиз бор*»; *«we would like to remind you that you have arrears… – ... бўйича қарздорлигингизни эслатмоқчимиз,* и т.д.

Информативные письма представляют собой первичное общение адресата с адресантом. По национальной направленности письма, предназначенные для передачи информации, делятся на национальные (относящиеся к одной культуре), межнациональные, интернациональные (т.е. межкультурные) разновидности.

Например: «*Dear patners! We are offering you the catalogue of selected goods…»*: *«Ҳурматли хамкорлар! Биз Сизнинг диққатингизга алоҳида махсулотлар каталогини тақдим этяпмиз...»*

В ответных письмах: *Dear ...! Your appeal about an explanation of ensuring the delivery of products is considered. – Ҳурматли ...! Сизнинг махсулотларни етказишни таъминланишини тушунтириб бериш ҳақидаги мурожаатингиз кўриб чиқилди.*

Информативные письма имеют внутреннюю зависимость, которая осуществляется посредством языковых средств (в частности, заменой местоимениями, повторами). Например: *Business models and their compatibility with a variety of market segments will be analyzed – Бизнес моделлари ва уларнинг турли бозор сегментларига мувофиқлиги таҳлил этилади.* Письма подтверждения, дополнительные и ответные письма отличаются наличием в них не только внутренней связи, но также внешней, или дискурсивной, зависимости. Реактивный характер писем подобной категории, требующих своевременного ответа, проявляется посредством языковых средств, указывающих на их место в общем дискурсе, точнее синтаксических конструкций. Например: *«Your appeal about an explanation of… is considered.*» *«...Сизнинг .... тушунтириб бериш ҳақидаги мурожаатингиз кўриб чиқилди».*

Иногда такая дискурсивная зависимость не может эксплицитно выражаться. Однако оповещение адресату названия темы даёт возможность отметить, что в таких письмах дискурсивность представляется имплицитно, например, как пресуппозиция. Так во фразе типа *« ... confirms the receipt of the АКР 876 brand glasses.» « ... АКП 876 русумли стаканларни олганлигини тасдиқлайди»* имеет место имплицитный характер выражения мысли,

поскольку сам адресат является поставщиком этих товаров и ему известно, о чём идёт речь.

При мотивации к действию тема письма раскрывается способом номинации. Письма могут состоять из нескольких частей:

На английском языке:

Dear Sirs,

(1) *The national fabrics which was manufactured by new technology and demonstrated by you in the Textile-2017, Tashkent Exhibition impressed me.*

(2) *I am enclosing a list showing the items I require, and should be glad to receive your quotation as soon as possible.*

(3) *Full information regarding export prices, terms of payment, earliest delivery date, and discounts for regular purchases would be appreciated.*

(4) *My company is interested in all types of these goods and if you have other products I should be glad to receive details.*

Yours faithfully,

На узбекском языке:

Ҳурматли жаноблар!

(1) *Сизга мамнуният билан шуни маълум қиламизки, биз уч ой мобайнида сизлардан катта миқдорда мева маҳсулотларини ҳарид қилмоқчимиз.*

(2) *Биз ҳозир ўз эҳтиёжларимизни аниқлаш ва турли таъминотчилардан келган таклифларни кўриб чиқаяпмиз.*

(3) *Сиздан ушбу маҳсулотлар бўйича қўшимча маълумотлар беришингизни ҳамда маҳсулотнинг мавжуд миқдори ва уларни етказиб бериш вақти тўғрисида маълумот беришингизни сўраймиз.*

(4) *Биз эса сизга буюртма бериш учун талаб этиладиган барча ишларни амалга оширамиз.*

(5) *Сизнинг қисқа муддатдаги жавобингизни кутиб қоламиз.*

Ҳурмат билан ...

Положительный или отрицательный ответ, или отношение адресанта, служат темой для ответных писем. Не трудно заметить, как раскрывается тема через фразы или номинации типа *«ONSETS» - 68 EURO, «TASSO» - 39 EURO PER DOZEN, CIF ALEXANDRIA. MINIMUM ORDER 1000 DOZEN EACH, эркаклар кўйлагини етказиш, Сизнинг 3 тонна миқдоридаги кир совунини 7.08.10 даги 5683-сонли шартномадан ташқари сотиш,* и т.п. Она не развивается, ибо для адресанта не считается новой. Однако в письмах опровержениях причины отрицательных ответов обязательно поясняются (*We have compared our product with all similar makes, there is no pen of a comparable quality on the market at this price, чунки маҳсулотимиз кейинги 5 ойгача сотиб бўлинган. Мавжуд иш қувватларимизни вақтинчалик муддат учун ошириш имкониятига эга эмасмиз,*). Такие фразы считаются неотъемлемой частью информационного минимума подобного рода писем.

В любом официальном общении влияние на его участника и средства речевого этикета как обязательные составляющие официального письма всегда считаются важными.

Традиционно в узбекских письмах особое внимание уделяется не на соблюдение правил речевого этикета, а на их лаконичность и объективность.

По мнению Дж. Лича, социальная цель состоит из устранения предполагаемых противоречий и средством, обеспечивающим эту цель, является *категория вежливости*[16].

При осуществлении прагматической цели в коммерческих письмах обязательной является приоритетность стратегии вежливости в них. Принцип вежливости считается основой социального взаимного содружества и занимает важное место в сфере официальных переписок. При выборе стратегии вежливости можно заметить различия в официальных письмах английского и узбекского языков. Так, требуется, чтобы слова обращения отбирались в зависимости от социального статуса и роли адресата.

Явление прагматической прессупозиции зависит от символической, обрядовой, традиционной и др. официальных особенностей языкового общения. Например, применение выражений *«ҳазрат», «ҳазрати олийлари»* свидетельствует о прессупозиции официальности осуществляемой коммуникативной деятельности. При этом адресат общения должен быть обладателем должности или степени, которые требуют обращения точно такого же типа (тем более, «*ҳазрат*»ом может быть высокопоставленная личность с религиозной должностью). В результате изучения соблюдения таких требований и правил в процессе общения сформировалась *риторическая прагматика*. Основная цель подобной прагматической теории есть определение принципов и категорий общения[17].

В английском языке коммерческие письма любого типа (деловые письма) начинаются формулой *«Dear …»*. По тому, кому они адресуются выбираются следующие слова: *Dear Sirs* – фирме или предприятию; *Dear Sir* – человеку, имя которого неизвестно; *Dear Madam* – женщине с неизвестным именем; *Dear Mr. Brown* – когда имя известно; *Dear Mrs. Brown* – замужней женщине; *Dear Miss Brown* – незамужней женщине; *Dear Ms Brown* – женщине с неизвестным семейным положением; *Dear John* – близкому другу или хорошо знакомому человеку; *Gentlemen*: – традиционно американское обращение.

В узбекском языке также существуют строго предназначенные формулы обращения, например, «*Муҳтарам», «Хурматли», «Азизим*» и т.д., а по отношению к женщинам используются формулы *мухтарама, азизам* и т.п.

При повторном общении в английском и узбекском языках благодарность за письмо с точки зрения речевого этикета, вежливое выражение начала или заключительной части письма означает традиционное

---

[16] См: Сафаров Ш. Прагмалингвистика. –Тошкент., 2008. – С.79.
[17] Там же. – С. 113.

и приятное завершение письма, что в обоих языках выражается следующим образом: *We shall appreciate having this information as soon as possible. Бу маълумотларни имкон қадар тез юборсангиз миннатдор бўлар эдик*.

Просьба всегда отличается предрасположенностью к ярко выраженной как лексически, так и грамматически, модальности (выражению отношения).

В лексическом плане просьба обычно находит своё выражение посредством глагола *сўрамоқ*. Однако в официальных письмах редко применяются фразы, в которых используется данный глагол. Чаще всего используется формула вежливости типа: «Биз Сиздан + имя действия + ни сўраймиз». В деловых письмах, в основном, пользуются формулами просьбы, выраженными в различных временных формах глаголом *«сўрамоқ»*. например: *«we asked – сўраганимиздек», «we ask – сўраймиз», «we asked – сўраган эдик»*. Данный глагол в узбекском языке чаще всего используется вместе с вспомогательным глаголом «*қиламан»*: *«илтимос қиламан»*. Также наблюдается, что значение просьбы в официальных деловых письмах также может выражаться посредством глагола *«хоҳлайман»*: *«Мен хоҳлардимки, истардимки,..» – «I'd like...»; «Биз Сизлар билан ҳамкорлик қилишни истар эдик» – «We'd like to cooperate with you»*.

Наблюдается, что в одном письме выражается и благодарность, и сожаление, и радость:

Dear Mr,

Thank you for your letter of April 18, 2012, in which you informed us that the red wine that you purchased was muddy color.

We are sorry that you experienced this problem and promise to replace a bad product on the quality. While we make every attempt to insure that our products are not defective, this unfortunate incident can occasionally occur.

We are very appreciative that you have taken the time to bring this to our attention and would like to thank you for purchasing our products.

Very truly yours,

«Муҳтарам жаноблар!

...даги мактубингиз учун ташаккур билдирамиз. Маҳсулотни ўз вақтида етказиб бера олганимиздан мамнунмиз, бироқ ... сонли қутида буюртмангиздаги маҳсулот чиқмаганлиги учун ҳижолатдамиз.

Муаммони ўрганиб чиқиб, англашимовчилик бўлганини англадик. ...сонли қутини вакилимиз боргунга қадар ушлаб туришингиздан мамнун бўлар эдик».

В заключительной части формул речевого этикета в узбекском языке, в основном, используются формулы типа *«ҳурмат билан», «эҳтиром билан»*, в социальных письмах – «*Самимий тилак ва истаклар билан ...»* и т.п.

Наблюдается, что в английском языке применяются формулы типа «*Yours faithfully», «Best regards», «Regards», «Very truly yours»*.

Выявлены следующие части электронных коммерческих писем: адрес получателя: а) название (буквы или цифры), б) специальный знак @ (собачка),

в) национальные домены, напимер: .ru, .eu; строки «Subject» – тема сообщения; возможности отправления копии; текст письма; подпись отправителя; прикреплённый файл выполняет задачу реквизита («Приложение»); число и время отправления и получения письма.

Были определены следующие специфические особенности электронных писем в английском и узбекском языках: вместо стандартного обращения, применяемого в официальных коммерческих письмах, здороваются с собеседником. Приветствие отделяется отдельной строкой от основного текста письма: *«Hello» «Hi», «Good morning». «Салом», «Хайрли тонг»*, *«Хайрли кун»* или «*Хайрли оқшом*» и т.п.

В обращениях коммерческих писем на английском и узбекском языках можно увидеть, как партнёры обращаются к друг другу по имени:

«Hello Martin!

I hope you are well. Sending you the list of...»;

«Хайрли тонг Озодбек!

Ишларингиз қандай? Қуритилган мевалар тўғрисидаги сўровимиз нима бўлди?...».

Можно наблюдать и официальное обращение:

Dear David,

I received a partial fax from… It was sent late last week, but I only received the very top portion of one page.

Could you check to see who sent it and ask them to try it again? I would be...

Sincerely,

«*Ассалому алайкум, хурматли Эркин Самадович!*

... буюртма берилган .... маҳсулотни жўнатиш учун ...».

Основной текст в максимальной степени отличается лаконичностью и в то же время информативностью, также наблюдается использование пропуска строки или многоточия, чтобы отделить одну мысль от другой. В данном случае они играют роль начала письма.

Биз сизни сўровингизни олдик ва сиз сўзраган прейскурантни жўнатяпмиз.

Шунингдек, сизларга ўзаро келишув учун махсулотларимизни нархини ва реал шартларини ҳам жўнатмоқдамиз....

Заключительная часть письма и подпись выделяется от основного текста свободной строкой. В качестве заключительной части чаще используются нейтральные формулировки: «*Ҳурмат билан ...*», «*Каминаи камтарин…», «Энг яхши тилаклар билан…*» и т.д.

..... Ҳурмат билан Рустам Зафар, «Ҳужжат услуби» лойиҳаси менежери http://doc-style.ru E-mail ads@doc-style.ru Иш телефони +7 (911) 911-9119 Тошкент ш.

Или встречаются также такие разновидности: *Фарғонадан салом билан..., Салом билан ...*

Таким образом, с одной стороны, из проанализированных электронных писем нами было выявлено 14 видов, однако в интернет-переписках также используются и другие разновидности коммерческих писем (заказные письма, пригласительные (оферта), письма-опровержения и др.). Построение электронного коммерческого письма отличается от бумажного. Основное отличие заключается в отсутствии реквизитов. Также необязательно указание некоторых сведений (дата, время, отправитель и получатель), поскольку они отмечаются автоматически.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Любое официальное письмо есть речевое произведение, которое служит специфическому отражению какой-либо речевой ситуации, являющейся определённым фрагментом действительности. Оно воплощает в себе определённую тему, состоящую из нескольких частей (компонентов). Лингвистические составляющие особенностей официальных писем, т.е. их лексика, семантика, синтаксис и стилистика, связаны с их языковыми признаками.

2. В качестве важных особенностей коммерческого дискурса можно отметить следующие: форма связного текста, его зависимость от экстралингвистических факторов, событийность, социально целевое воздействие. Взаимное сотрудничество осуществляется на личном, социальном, официальном и неофициальном уровнях на основе разнообразных социальных отношений. Текст коммерческих переписок является отдельной письменной формой официального дискурса и обладает такими качествами, как коммуникативная направленность, логическая связанность и завершённость содержания, информативно значимая целостность.

3. Основная цель текстов официально-делового стиля – управление отношений между людьми, учреждениями, странами и передача информации о состоянии какой-либо проблемы. Содержание подобного рода текста должно быть однозначным.

4. Изучение коммерческих писем английского и узбекского языков с лингвопрагматической точки зрения даёт возможность сгруппировать их следующим образом: информативное, мотивирующее к ответному действию, мотивирующее к действию через информацию (призывающее к действию), декларативные и социальные письма.

5. При определении основных аспектов прагматики понятия адресата и адресанта, осуществляющие отбор языковых средств, их социальный статус, предпосылки коммуникативного акта, взаимодействие письменной речи партнёров выходят на первый план. С этой точки зрения, при прагматическом анализе определяются такие факторы, как дискурс, речевая цель адресата, его воздействие на адресанта, взаимоотношения между ними.

6. Также освещаются вопросы, связанные с мотивирующими к действию информативными письмами английского языка, в которых доля использования сложных предложенией (60%) составляет больше доли употребления простых предложений (40%); использование вопросительных предложений в рекламных письмах (30%); широкое употребление конструкций с действительным залогом (больше 55%); использование инверсиий и синтаксических повторов (7-10%), большая доля использования сложных предложений (58%) по сравнению с применением простых предложений (37%) (особенно в рекламных письмах); использование конструкций со служебными и вводными словами с целью распространения простых предложений (44%); довольно редкое обращение к неполным предложениям (особенно в рекламных письмах) (около 8%).

7. Освещены лексико-семантические связи в коммерческих письмах исследуемых языков, т.е. сходства и различия, степень применения терминов бизнеса и банковской сферы. Доказана высокая степень применения заимствованных терминов в узбекском языке.

8. При изучении особенностей отбора и употребления лексических и синтаксических средств выявились сходные и отличительные стороны в текстах писем, принадлежащих обеим культурам. В результате анализа лексических единиц отдельных разновидностей и групп деловых писем получены следующие выводы: преобладание в узбекском языке нейтральной лексики по сравнению со стилистически окрашенными словами в английском языке; большая доля функциональной лексики, широкое использование книжно-письменных лексем и словосочетаний, коммерческих терминов, официально-деловых шаблонных (клишерированных) выражений; широкое применение положительной оценочной экспрессивно-эмоциональной лексики, преобладание в узбекском языке нейтральной лексики по сравнению со стилистически окрашенными словами; использование в средней степени функциональной лексики, коммерческих и финансовых терминов, официальных клише, а также устойчивых словосочетаний официально письменной речи; отсутствие экспрессивно-эмоциональной лексики.

9. К числу писем, отображающих социальные обычаи и обряды, относятся такие, которые по своему общекоммуникативному назначению выражают эмоционально-психологическое состояние автора. В сфере официального общения подобные письма служат выражению эмоционального состояния, возникшего в результате какого-либо действия официальных партнёров.

10. При осуществлении прагматической цели в коммерческих письмах обязательной является приоритетность стратегии вежливости в них. Принцип вежливости считается основой социального взаимного содружества и занимает важное место в сфере официальных переписок. При выборе стратегии вежливости можно заметить различия в официальных письмах

английского и узбекского языков. Так, требуется, чтобы слова обращения отбирались в зависимости от социального статуса и роли адресата.

11. Несмотря на отличия электронных и бумажных коммерческих писем, существует много общих черт при их составлении. Важной особенностью электронного коммерческого письма является объединение в нём антагонистических (фатических и информативых) элементов. Именно поэтому самым эффективным методом характеристики данного лингвистического явления представляется способ градуального описания.

SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING SCIENTIFIC DEGREES DSc.27.06.2017.Fil.21.01. AT TASHKENT STATE INSTITUTE OF ORIENTAL STUDIES, UZBEKISTAN STATE WORLD LANGUAGES UNIVERSITY AND NATIONAL UNIVERSITY OF UZBEKISTAN

UZBEKISTAN STATE WORLD LANGUAGES UNIVERSITY

KARIMOV RIVOJIDDIN GULAMJANOVICH

LINGUOPRAGMATIC ASPECT OF BUSINESS LETTERS (IN THE MATERIAL OF ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES)

10.00.06 – Comparative Study of Literature, Comparative Linguistics, and Translation Studies

DISSERTATION ABSTARCT
of the doctor of philosophy (PhD) on philological sciences

Tashkent city – 2018 year

The theme of dissertation Doctor of Philosophy (PhD) was registered at the Higher Attestation Commission of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under No. B2017.2.PhD/Fil.208.

The dissertation has been prepared at the Uzbekistan State University of World Languages.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) on the Scientific Council website: www.tashgiv.uz and on the website: «ZiyoNet» Information and Educational portal www.ziyonet.uz.

Scientific advisor:	**Teshabayeva Dilfuza Muminovna** Doctor of Philological Sciences
Official opponents:	**Safarov Shahriyor Safarovich** Doctor of Philological Sciences, Professor
	Mukhamedova Saodat Khudoyberdiyevna Doctor of Philological Sciences, Associate Professor
Leading organization:	**National University of Uzbekistan**

The defense of the dissertation will take place on _____ «___», 2018 at ___ at a meeting of the Scientific Council DSc.27.06.2017.Dil.21.01.at Tashkent State Institute of Oriental Studies, Uzbekistan State World Languages University and National University of Uzbekistan. (address: 25 Shahrisabz Str., Tashkent, 100047.Tel: (99871) 233-45-21; Fax: (99871) 233-52-24: e-mail: sharq_ilmiy@mail.ru)

The dissertation can be reviewed in the Information Resource Centre of the Tashkent State Institute of Oriental Studies (Registration No._____). Address: 25, Shahrisabz Str., Tashkent, 100047 Tel: (99871) – 233-45-21.

The abstract of the dissertation is distributed on _____ «___», 2018.

Protocol of the register No. _____ as of _____ «___», 2018.

A.M. Mannonov
Chairman of the Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

R.A.Alimukhamedov
Scientific Secretary of the Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences

G.Kh.Bakiyeva
Chairman of the Scientific Seminar at the Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

INTRODUCTION (Abstract of PhD thesis)

The aim of the research is to study the linguopragmatic aspect of commercial letters in English and Uzbek**.**

The research objectives are:

to study the interpretation of service letters in the special literature and to undertake theoretical analysis of the official communication language;

to describe discursive, communicative-methodological features of texts of commercial letters in English and Uzbek as well as their types and compositional features;

to describe the essence of extralinguistic and linguistic features of business letters in English and Uzbek;

to identify and analyze lexical-semantic and pragmatic indicators of business letters in English and Uzbek;

to explain the pragmatic aspects of business letters in the English and Uzbek languages on the Internet;

to describe the similar and distinctive aspects of the category of politeness in business letters in the English and Uzbek languages.

The object of the study is to analyze the linguo-pragmatic aspects of business letters in English and Uzbek.

The scientific novelty of the research is as follows:

the semantic harmony of texts in business languages were investigated by their dependence on non-linguistic factors, the essence of the story, targeted social impact, and the communicative-methodological features;

the analysis of the aspects as both languages business letters showed the priority of neutral lexicon than the colloquial words from stylistic point of view, as the large number of functional vocabulary and the use of written and spoken lexemes and vocabulary, business terms, official-office patterns in English prevailed, while there was the lack of the most current expressive-emotional lexicon in the Uzbek language;

it proves the specific pragmatic features of the English and Uzbek languages such as the discourse, the purpose of speeches, the impact of its address and the relationship between them;

it describes the linguo-pragmatic aspects characterized by the interconnection between recipient and the recipient of business letters such as agent-agent (equality) and agent-client (advantage), the required professional influence on the client (contracting) in the Internet world;

it proves that the category of being polite is the most important extra-linguistic factor in business letters of both the English and Uzbek languages.

The practical results of the research are as follows:

the results of the research are significant for the development of lectures and practical exercises on general, comparative linguistics of English and Uzbek, methodology of speech and culture, and improvement of educational process at higher educational institutions; translating messages serve as a guide to future researches, writing, textbooks, manuals, and specialized dictionaries in this area.

Scientific and practical significance of the research results. The scientific significance of the research results is determined by the importance of having lectures and practical classes in «Comparative typology», «Stylistics», «The issues of comparative typology»; to design teaching materials on Stylistics and to become a source of special courses on topical problems of official language. Moreover, it plays a crucial role for ITD-4, 4-148 on designing various dictionaries for the use of scientifically-practical projects in the field of lexicology and translation, such as: «Teaching and methodological-electronic representation of theoretical and practical foreign language (English) for masters of foreign philology»

The practical significance of the results of the research is that the facts that are analyzed in the dissertation can explain the practical value of understanding the formal methodologies in English and Uzbek for English language learners.

Implementing the research results is done on the basis of scientific results and practical proposals on disclosure of lexical-semantic and linguopagmatic properties of correspondence in the English and Uzbek languages**:**

The pragmatic approach to the scientific research is undertaken on the basis of theoretical conclusions about the interpretation of the issues of the simplicity and complexity of the language system from the fundamental project QXF-2-001 on the topic: «Improving the technique of using modern techniques in the agriculture of Uzbekistan, developing theoretical and methodological bases and optimal models for the improvement of their energy-resource efficiency in machine-building enterprises» (the report N 1—5/05 of the Ministry of Agriculture and Water Resources of the Republic of Uzbekistan as of January 30, 2018). The scientific findings presented in the study serve as the basis for explaining an object, a system, a systematic approach and systematic analysis;

The proposed materials on communication-methodological aspects of texts of business letters in the English and Uzbek languages, as well as their specific pragmatic features are implemented to the project ITD-4, 4-148 «Study and methodological framework for foreign theoretical and practical English» (Appendix No. FTA-02.11 / 117 of the Science and Technology Agency on November 23, 2017). As a result, masters have been able to strengthen their theoretical knowledge, develop their skills and abilities;

The analytical ideas and theoretical conclusions on the linguo-pragmatic aspect of business letters in various structural languages were used in the preparation of a series of «Bedorlik» radio broadcasts prepared by the National Television and Radio Broadcasting Company «Uzbekistan» TV and Radio Broadcasting Company «Cultural-educational and artistic broadcasts» (National Television and Radio Company of Uzbekistan, State Unitary Enterprise Uz / x-1-122 as of November 30, 2017). It served as an important source of information on the types and composition of modern business letters, the current state of commercial affairs, the problems of creating commercial letters in English and Uzbek, the scope of commercial letters, the nature of their genre.

Structure and size of the dissertation. The dissertation consists of the introduction, three chapters, conclusion, list of publications and list of used literature. The volume of dissertation is 147 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; part I)

1. Каримов Р.Г. Хат-ҳужжат ёзишмаларида савдо-сотиқ муносабатларининг намоён бўлиши // Илм сарчашмалари. – Урганч, 2012. – №12 – Б. 70-74 (10.00.00 №3).
2. Karimov R.G. The peculiarities of official speech in English and Uzbek // Филология масалалари. – Тошкент, 2014. – №3-4 – Б. 53-56 (10.00.00 №18).
3. Каримов Р.Г. Инглиз тили хизмат хатларининг прагматик хусусияти // Ўзбекистонда хорижий тиллар (электрон илмий-методик журнал). – Тошкент, 2015. – № 3 (7) – Б. 50-53 (10.00.00 №17).
4. Karimov R.G. Diachrony of business letters // Филология масалалари. – Тошкент, 2016. – №3 – Б. 8-12 (10.00.00 №18).
5. Karimov R.G. The pragmatic features of commercial letters // Филология масалалари. – Тошкент, 2017. – №1 – Б. 75-79 (10.00.00 №18).
6. Каримов Р.Г. Тижорат соҳасида расмий мулоқот хусусиятлари // Самарқанд давлат университети илмий тадқиқотлар ахборотномаси. – Самарқанд, 2015. – №6 – Б. 71-74 (10.00.00 №6).
7. Karimov R.G. History of commercial letters origin and development // Asian Journal of Research, Social sciences and humanities. Volume 6, Issue 6. – Osaka (Japan) 2017. – P. 38-47 (№ 6,; IFS 2,7, impact factor SJIF 3,52).
8. Каримов Р.Г. Расмий мулоқотнинг прагматик хусусияти // Хорижий тилларни ўқитишнинг бугуни ва эртаси. Халқаро илмий анжуман. – Тошкент, 2016. – Б. 360-362.
9. Каримов Р.Г. Лингвистические признаки делового стиля // Молодежь в науке и культуре XXI века. Материалы международного научно-творческого форума. Челябинск-2016. – Б. 329-332.

II бўлим (II часть; II part)

10. Karimov R.G. Таржимани ўргатишда лексик муаммолар // Interkulturelle kommunikation: theorie und praxis. Materialien der republicanischen wissenshaftlichen und praktischen Konferenz. – Taschkent 2008.
11. Каримов Р.Г. Иш қоғозлари – маданиятлараро мулоқот воситаси сифатида // Ёш олим – 2009. Илмий – амалий конференция материаллари. – Тошкент, 2009.
12. Каримов Р.Г. Реализация делового дискурса в деловом общении // Тил тизими ва нутқий фаолият. Республика илмий-амалий анжумани – Самарқанд, 2010. – Б. 119-120.
13. Каримов Р.Г. Расмий мулоқот одоби ва маданияти // Хорижий тиллар ва адабиётларни ўрганишда маданиятлараро мулоқот. Республика илмий-амалий конференцияси. Тошкент, 2010. – Б. 389-390.

14. Каримов Р.Г. Расмий мактуб типологик таҳлилининг когнитив модели // Айюб Ғуломов ва ўзбек тилшунослиги масалалари. Республика илмий-амалий конференцияси. Тошкент, 2010. – Б. 135-137.

15. Каримов Р.Г. Савдо-сотиқ соҳасидаги расмий мулоқот хусусиятлари // Республика миқёсидаги профессор-ўқитувчилар илмий-методик конференция материаллари. – Тошкент, ТМИ, 2015. – Б. 216-218.

16. Каримов Р.Г. Савдо-сотиқ соҳасидаги расмий хатларнинг таржима хусусиятлари // ЎзДЖТУ Таржима назарияси ва амалиётининг тилшунослик соҳалари билан алоқаси. Республика илмий-амалий конференцияси. – Тошкент, 2015. – Б. 227-228.

17. Каримов Р.Г. Хизмат хатларининг лингвопрагматик аспектда тадқиқи // ЎзДЖТУ Ёш олим. Илмий-амалий анжуман материаллари тўплами. – Тошкент, 2015. – Б. 32-34.

18. Каримов Р.Г. Деловая корреспонденция на английском языке // Ўзбекистонда ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг асосий тамойиллари ва истиқболи. Республика илмий-амалий конференцияси. – Тошкент, 2015. – Б. 26-27.

19. Каримов Р.Г. Расмий идоравий услуб хусусиятлари // Таълим тизимининг барча босқичларида чет тилларни ўрганишни янада такомиллаштириш истиқболлари. Материаллар тўплами. Бухоро, 2016. – Б. 62-64.

20. Каримов Р.Г. Инглиз ва ўзбек тилларидаги тижорат соҳасидаги хатларининг тузилиши // Экология ва бугунги кун таълимидаги экологик муаммолар. Республика илмий-амалий анжумани. – Тошкент, 2016. – Б. 434-436.

Автореферат «Филология масалалари» журнали таҳририятида таҳрирдан ўтказилди (12.04.2018 йил).

Босишга рухсат этилди: 5.07.2018 йил.
Бичими 60x84 $^{1}/_{16}$, «Times New Roman»
гарнитурада рақамли босма усулида босилди.
Шартли босма табоғи 3,2. Адади: 100. Буюртма: № 278.

Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси,
100197, Тошкент, Интизор кўчаси, 68.

«АКАДЕМИЯ НОШИРЛИК МАРКАЗИ»
Давлат унитар корхонасида чоп этилди.