O‘ZBEK VA INGLIZ TILLARIDAGI TADBIRKORLIK MULOQOTIDA KOMMUNIKATIV STRATEGIYA VA TAKTIKALARNING CHOG‘ISHTIRMA TAHLILI

Shuxratova Muxlisa

Qo‘qon davlat universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya. Tezisda o‘zbek va ingliz tillaridagi tadbirkorlik muloqotida qo‘llaniladigan kommunikativ strategiya va taktikalar lingvopragmatik nuqtayi nazardan qiyoslanadi. Kooperativlik, e’tirozni yumshatish, qarshi taklif, bilvosita rad etish, mas’uliyat olish, ishontirish, legitimlashtirish, inklyuzivlik, raqobiy pozitsiyalash va epistemik ehtiyotkorlik strategiyalarining lisoniy ifodasi tahlil qilinadi. Strategik maqsad ikki tilda izomorfik bo‘lsa-da, uni amalga oshiruvchi taktika va grammatik vositalar allomorfik xususiyatga ega ekani ko‘rsatiladi.

Kalit so‘zlar: tadbirkorlik diskursi, kommunikativ strategiya, nutq taktikasi, kooperativlik, muloyimlik, bilvosita nutqiy akt, muzokara, ishontirish, epistemik ehtiyotkorlik, izomorfizm, allomorfizm.

Tadbirkorlik muloqoti iqtisodiy manfaatlar, ijtimoiy mavqe va institutsional rollar kesishgan murakkab kommunikativ maydondir. Investor bilan suhbat, hamkor bilan muzokara, mijozga murojaat yoki xodimga topshiriq berish jarayonida nutq subyekti o‘z maqsadiga erishish uchun muayyan strategiya tanlaydi va uni aniq nutqiy harakatlar – taktikalar orqali ro‘yobga chiqaradi. O‘zbek va ingliz tillarida bu strategiyalarning umumiy pragmatik ehtiyojlarga tayanishi hamda turlicha lisoniy shakllarda voqelanishini aniqlash xalqaro biznes muloqoti, tarjima amaliyoti va kasbiy ta’lim uchun muhim ahamiyatga ega.

O.S.Issers kommunikativ strategiyani nutq subyektining maqsadini amalga oshirishga qaratilgan umumiy reja sifatida talqin qilib, strategiya va taktika o‘rtasidagi munosabatning ierarxik xarakterini ta’kidlaydi: strategiya yo‘nalishni belgilaydi, taktika esa uni konkret nutqiy harakatlar orqali amalga oshiradi [5]. L.Yu va N.Ladonina biznes diskursiga xos strategiyalarni kelishuvga yo‘naltirilgan, manipulyativ, direktiv va tartibga soluvchi turlarga ajratadi [6; 11]. N.Epifantseva va N.Kovalenko esa ingliz biznes diskursida strategiyalarning yuqori darajada konvensionallashganini qayd etadi [3]. O‘zbek tilshunosligida Q.To‘g‘ayeva biznes diskursidagi implitsitlik va bilvositalikni madaniy asoslangan kommunikativ model

sifatida o‘rgangan [10]. Tezisda shu nazariy asoslarga tayangan holda o‘zbek va ingliz tadbirkorlik muloqotidagi strategiyalar qiyosiy-chog‘ishtirma, diskursiv va kontekstual tahlil usullari yordamida o‘rganildi. Qiyos uchun tarjima juftliklari emas, bir xil kommunikativ vaziyatda bir xil vazifani bajaruvchi funksional namunalar tanlandi.

Kooperativ va kelishuvga yo‘naltirilgan strategiyalar

Tadbirkorlik muloqotida uzoq muddatli hamkorlik va manfaatlar muvozanati muhim bo‘lgani uchun ochiq konfrontatsiyadan ko‘ra kelishuvga yo‘naltirilgan strategiyalar ustuvor ahamiyat kasb etadi. Hamkorlikka taklif taktikasida o‘zbek tilidagi “Birgalikda yechim topishni taklif etamiz” jumlasida birgalik ma’nosi ravish va I shaxs ko‘plik shakli orqali, ingliz tilidagi “We propose finding a solution together” jumlasida esa ochiq ega we hamda mustaqil leksik marker together orqali ifodalanadi. Umumiy manfaatni verbalizatsiya qilishda “Bu yechim har ikki tomon uchun manfaatli bo‘ladi” – “This solution will be beneficial for both parties” juftligida o‘zbek tilidagi uchun ko‘makchisi bilan ingliz tilidagi for predlogi manfaat yo‘nalishini ko‘rsatadi.

E’tirozni yumshatish taktikasi “ijobiy baho + cheklov” modeliga asoslanadi: “Taklif qiziqarli, biroq muddatni aniqlashtirish lozim” – “The proposal is interesting, but the deadline needs clarification”. Bu modelning tuzilishi ikki tilda mushtarak, zarurat ma’nosi esa o‘zbek tilida lozim modal predikativi, ingliz tilida needs clarification konstruksiyasi bilan beriladi. Qarshi taklif taktikasida tomon inkor o‘rniga muqobil shart taqdim etadi: “Narxni saqlagan holda muddatni uzaytira olamiz” – “We can extend the deadline while keeping the price unchanged”. Bunda o‘zbek tilidagi -a ol- imkoniyat konstruksiyasi va holda analitik vositasi ingliz tilidagi can hamda while keeping qurilmasiga funksional jihatdan mos keladi.

Bilvosita rad etish muzokara eshigini to‘liq yopmaslikka xizmat qiladi. “Hozircha ushbu shartlarga rozilik bera olmaymiz” – “We are not able to accept these terms at present” juftligida hozircha/at present vaqt chegarasi rad javobining keskinligini pasaytiradi, bera olmaymiz/are not able to esa uni qobiliyat modalligi orqali yumshatadi. Rad etishning funksional modeli mushtarak, grammatik tashkil topishi esa turlicha.

Muloyimlik, bilvositalik va ijtimoiy masofa

Tadbirkorlik diskursida muloyimlik faqat etik me’yor emas, balki muzokara samaradorligini saqlovchi pragmatik resursdir. O‘zbek tilidagi “Iloji bo‘lsa, to‘lov muddatini bir hafta uzaytirishni ko‘rib chiqsangiz” jumlasida iloji bo‘lsa kirish birikmasi va hurmat ma’nosini beruvchi -sangiz shakli talabni bilvosita taklifga

aylantiradi. Ingliz tilidagi “Could you consider extending the payment deadline by one week?” jumlasida esa could modal fe’li va so‘roq konstruksiyasi bosimni kamaytiradi. “Bu shartni yana bir bor muhokama qilsak maqsadga muvofiq bo‘lardi” – “It might be useful to discuss this term once again” juftligida o‘zbek tilida shart mayli va -ardi shakli, ingliz tilida esa epistemik might va impersonal it konstruksiyasi taklifni yumshatadi.

Ijtimoiy masofa murojaat shakllarida ham namoyon bo‘ladi. O‘zbek tilida siz olmoshi, -ngiz/-siz hurmat shakllari, iltimos, marhamat, mumkin bo‘lsa birliklari adresat maqomini saqlashga xizmat qiladi. Ingliz tilida you olmoshi rasmiy–norasmiy farqni morfologik jihatdan ko‘rsatmaydi, shu bois masofa could, would, please, perhaps, I would appreciate kabi modal va formulaik vositalar orqali boshqariladi. Masalan, “Hisobotni bugun yuborsangiz, juda yaxshi bo‘lardi” jumlasiga ingliz tilida “It would be very helpful if you could send the report today” ikki bosqichli yumshatish modeli mos keladi.

Mas’uliyat, ishontirish va legitimlashtirish

Ishonchning muhim manbai adresantning o‘z zimmasiga aniq majburiyat olishidir. “Kelishilgan muddatga rioya qilishni kafolatlaymiz” – “We guarantee compliance with the agreed deadline” juftligida kafolatlaymiz/guarantee performativ fe’llari bevosita komissiv akt hosil qiladi. “Kelgusi chorakda ishlab chiqarish hajmini oshirishni rejalashtirmoqdamiz” – “We plan to increase production capacity next quarter” juftligida esa majburiyat darajasi pastroq bo‘lib, strategik niyat ifodalanadi. Shartnoma tilidagi shall birligi oddiy kelasi zamon emas, normativ majburiyatni kodlashini ham hisobga olish zarur.

Ishontirish strategiyasi emotsional ta’sir bilan cheklanmay, raqam, prognoz va sabab–natija munosabatlariga tayanadi: “Yangi tizim operatsion xarajatlarni 15 foizgacha kamaytirishi mumkin” – “The new system may reduce operating costs by up to 15 percent”. Bu yerda miqdoriy aniqlik va mumkin/may ehtimollik ko‘rsatkichi birgalikda ishonchli, ammo ehtiyotkor da’vo yaratadi. Legitimlashtirish strategiyasida esa optimallashtirish/optimization, samaradorlik/efficiency birliklari boshqaruv qarorini ijobiy iqtisodiy maqsad bilan bog‘laydi. Biroq bunday birliklarni har doim manipulyatsiya deb baholash to‘g‘ri emas; ularning pragmatik yuklamasi konkret kontekst va faktik mazmun asosida tekshiriladi [9].

Inklyuzivlik, raqobiy pozitsiyalash va epistemik ehtiyotkorlik

Inklyuzivlik strategiyasi adresant va adresatni umumiy maqsad atrofida birlashtiradi: “Biz birgalikda barqaror biznes ekotizimini yaratishimiz mumkin” –

“Together, we can build a sustainable business ecosystem”. O‘zbek tilida -imiz shaxs-egalik ko‘rsatkichi qo‘shimcha grammatik kohezivlik yaratadi. Shu bilan birga biz/we doimo bir xil referentga ega emas: u kompaniya jamoasini, kompaniya va mijozni yoki kengroq hamjamiyatni anglatishi mumkin.

Raqobiy pozitsiyalashda qiyosiy daraja markaziy vosita hisoblanadi: “Mahsulotimiz raqobatchilar taklifiga nisbatan tezroq va iqtisodiyroq” – “Our product is faster and more cost-effective than competing offers”. Kommunikativ vazifa izomorfik, o‘zbek tilidagi -roq morfemasi bilan ingliz tilidagi -er va more … than modeli esa allomorfik ifodadir. Epistemik ehtiyotkorlik strategiyasi yuqori riskli investor kommunikatsiyasida da’voning ishonchliligini oshiradi: “Prognozlarimizga ko‘ra, loyiha uch yil ichida o‘zini oqlashi kutilmoqda” – “Our projections indicate that the project is expected to break even within three years”.

Strategik ma’no ko‘pincha bir necha replikadan iborat dialogik ketma-ketlikda yuzaga chiqadi. Masalan, A: “Biz 30 kunlik to‘lov muddatini taklif qilamiz.” B: “Taklif maqbul, ammo 45 kunlik muddat biz uchun qulayroq bo‘lardi.” A: “Narx o‘zgarmasa, 40 kungacha uzaytira olamiz” dialogida “taklif → yumshatilgan e’tiroz → qarshi taklif” ketma-ketligi kuzatiladi. Inglizcha funksional muqobilda (“We propose a 30-day payment term.” – “The proposal is acceptable, but a 45-day term would work better for us.” – “If the price remains unchanged, we can extend it to 40 days.”) ham ayni bosqichlar takrorlanadi. Demak, strategiyalarni qiyoslash gap sathidan diskurs sathiga ko‘tarilganda aniqroq natija beradi. Shuni ham ta’kidlash lozimki, “o‘zbek tilida doimo bilvosita, ingliz tilida doimo bevosita” kabi qat’iy qarama-qarshilik asossiz: farq strategiya qaysi janr, maqom munosabati va rasmiylik darajasida tanlanishida namoyon bo‘ladi.

Xulosa

Tahlil natijalari o‘zbek va ingliz tadbirkorlik muloqotida kooperativlik, kelishuv, e’tirozni yumshatish, qarshi taklif, bilvosita rad etish, mas’uliyat olish, ishontirish, legitimlashtirish, inklyuzivlik, raqobiy pozitsiyalash va epistemik ehtiyotkorlik strategiyalari mushtarak pragmatik ehtiyojlarni ifodalashini ko‘rsatdi. O‘zbek tilida shart-hurmat shakllari, shaxs-son ko‘rsatkichlari, modal-predikativ birliklar (-sangiz, -sak, bo‘lardi, hozircha, tayyormiz, kafolatlaymiz) muhim rol o‘ynasa, ingliz tilida modal fe’llar, interrogativ yumshatish, impersonal qurilmalar va formulaik ifodalar (could, would, might, at present, prepared, guarantee) faol qo‘llanadi. Shu tariqa strategik maqsad izomorfik, uni amalga oshiruvchi taktika va lisoniy shakllar esa allomorfik xususiyatga ega. Natijalar biznes muzokaralari bo‘yicha o‘quv

materiallarini tayyorlash, kasbiy tarjima va kommunikativ kompetensiyani rivojlantirishda qo‘llanilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.

2. Darics E., Koller V. Social Actors “to Go”: An Analytical Toolkit to Explore Agency in Business Discourse and Communication // Business and Professional Communication Quarterly. – 2019. – Vol. 82, № 2. – P. 214–238.

3. Epifantseva N., Kovalenko N. Communication strategies in business discourse in audios and videos in the English language and their Russian translations // Key Issues of Contemporary Linguistics. – 2024. – № 2. – P. 6–17.

4. Grice H.P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58.

5. Issers O. More than half a century under the umbrella of communication strategies // Communication Studies. – 2020. – Vol. 7, № 2. – P. 243–256.

6. Ladonina N., Eremeev I., Fioktistova V. Communicative strategy as an actualization tool of the communicative and pragmatic discourse potential // General Question of World Science. – 2022. – Vol. 15, № 10.

7. Leech G. Principles of Pragmatics. – London: Longman, 1983. – 255 p.

8. Searle J.R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1969. – 203 p.

9. Szenes E. The linguistic construction of business decisions // Language, Context and Text. – 2021. – Vol. 3, № 2.

10. To‘g‘ayevna Q. The methods of studying implicitness in business discourse (based on the analysis of the Uzbek and English languages) // American Journal of Philological Sciences. – 2024. – Vol. 4, № 10.

11. Yu L. Strategies of speech tactics and their use in business discourse // Polonia University Scientific Journal. – 2023. – Vol. 56, № 1.

12. Lutfullayeva D. Pragmalingvistika asoslari. – Toshkent: Fan, 2016. – 168 b.