

# INGLIZ-O‘ZBEK RASMIY-BIZNES MATNLARIDA PRAGMASEMANTIK VOQELANISH HAQIDA TUSHUNCHALAR

*A.S.Kushbakova,  
SamDCHTI magistri*

**Annotatsiya** Ushbu maqolada ingliz-o‘zbek rasmiy-biznes matnlarida va hujjatlari tarjimasida duch keladigan pragmasemantik hodisasi haqida ma’lumotlar berilgan. Barchaga ma’lumki, har qanday hujjat muayyan axborotni u yoki bu tarzda ifodalash uchun xizmat qiladi, demak, har qanday hujjatdagi birlamchi va asosiy unsur bu tildir.. Hujjatlarning sof o‘zbek tilidagi yagona andozalarini yaratish, bular bilan bog‘liq atamalarning bir xilligiga erishish borasida ish olib borish bugungi kundagi dolzarb muammolardandir.

**Kalit so‘zlar:** kommunikatsiya, rasmiy-biznes, kontsepsiya, standartlashtirish, ishbilarmonlik nutqi, lingvistik vositalar, pragmatika.

Nutqdagi biznes uslubi rasmiy kommunikatsiya sohasida qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan lingvistik va boshqa vositalar majmuidir. Bunday munosabatlar odamlar, tashkilotlar va davlatlar o‘rtasida paydo bo‘lishi mumkin. Muloqotning bu formati o‘zining ildizlariga antik davrga borib taqaladi. Kiev davlati davrida yuridik kuchga ega bo‘lgan hujjatlar paydo bo‘la boshladi. Boshqa kitob uslublari qatorida, biznes uslubining kelib chiqishi 10-asrda vujudga kelgan. Hozirgacha u qonun hujjatlari, farmoyishlar, kelishuvlar va rasmiy yozishmalarni rasmiylashtirishda foydalanilgan.

Rasmiy-biznes uslubi- barqarorlik va standartlashtirish bilan tavsiflangan tilning funktsional turi. Bu noaniq va yomon tuzilgan jumlar va iboralarga ruxsat bermaydi. So‘zlar faqat to‘g‘ridan-to‘g‘ri ma‘noda ishlatiladi. Tantanali va rasmiy yig‘ilishlar va yig‘ilishlarda arboblarning hisobotlari bu uslubga misol bo‘la oladi. Bundan tashqari, u yig‘ilishlarda, taqdimotlarda, yig‘ilishlarda ish muhitida qo‘llaniladi. Bugungi kunda ushbu kontsepsiyani o‘rganish va qo‘llashning dolzarbligini ortiqcha baholash qiyin. Ishbilarmonlik odob-axloq qoidalarining

o'rni har bir muayyan tashkilot hayotida muhim va xalqaro miqyosda ham katta ahamiyatga ega. Vakolatli egalik biznes uslubi shaxsning mavqei va obro'sini oshiradi, ular uchun yangi martaba va shaxsiy istiqbollarni ochadi. Bu muvaffaqiyatga erishish formulasi sifatida ta'riflanishi mumkin, uning natijasi insonning nutqi, xatti-harakati va kiyinish uslubiga ta'sir qiladi.

Umuman olganda, ushbu tadqiqotlar doirasida madaniyat tushunchasi mavjud. Ba'zi mualliflar tomonidan mana shunday madaniyatlararo farqlar aniqlangan yoki batafsil muhokama qilingan ayniqsa, madaniy tafovutlar mavjudligini albatta tan oldi. Buni biz ikki davlat ortasidagi aloqalar davomida transmilliy kompaniyalar misolida taqqoslab ko'rishimiz mumkin. Bir so'z bilan aytganda, biz Sharq mamlakatlarida andisha birinchi o'rinda turadi. G'arb mamlakatlarida esa odamlar ishni ustun qo'yishadi. Shuning uchun u kontekstuallashtirilgan deb qaraladi.

Madaniyatlararo til ijtimoiy harakat sifatida qaraladi va madaniyatlararo uchrashuvlarda madaniyatni egallashga intiladi. Nazariy jihatdan qurish, u G'arbning ba'zi taxminlariga qarshi chiqishga intiladi ko'plab madaniyatlararo va o'zaro tadqiqotlarga kiritilgan: etnosentrizm, individuallik ba'zi g'arb tadqiqotlariga xos bo'lgan o'z-o'ziga qarashlar shaxslararo munosabatlarning faqat kognitiv tushuntirishlari va chegaralari "milliy madaniyat" hamma narsani qamrab oluvchi analitik kategoriya sifatida qaraladi. Ishbilarmonlik dunyosida turli vaziyatlarda gapirish va o'zini tutish uslubini belgilaydigan ma'lum qoidalar va me'yorlarga rioya qilish juda muhimdir. Ushbu talablarga rioya qilgan holda, siz samarali uchrashuv, muzokaralar, shartnoma imzolashga ishonishingiz mumkin. Hatto kechki ovqat yoki galstuksiz uchrashuv ham tegishli tarzda o'tkazilishi kerak. Siyosiy xatti-harakatlar yoqimli atmosfera va yaxshi munosabatlar hosil qiladi. Biznes uslubiga muvofiqlik yangi boshlanuvchilar uchun erishib bo'lmaydigan narsa emas. Har bir inson uchrashuv, suhbat, taqdimot o'tkazish kerak bo'lgan asosiy tamoyillarni o'rganishi mumkin. Nazariy jihatdan xulq-atvorning asosiy modellari uzoq vaqtdan beri aniqlangan, muhim tamoyillar va normalar

tavsiflangan. Misol uchun, birinchi uchrashuvda tanishish algoritmi quyidagicha: salomlashish, tanishtirish va tashrif qog'ozlarini almashtirish.

Rasmiy-biznes muzokaralarida qo'pol so'zlarni ishlatish qo'pol xatti-harakatlar qilish ziddiyatli aloqalarga sabab bo'ladi.(masalan, biznes muzokaralari). Bunda mos ishbilarmonlik nutqi tadqiqotchilari uchun potentsial qiziqish uyg'otadi va ishbilarmonlik o'zaro munosabatlarida nutq aspektlaridan tog'ri foydalanishni ham hisobga olish kerak. Bu kabi munosabatlarni biznes xatlarida uchratishimiz ham mumkin:

*Dear Mr. Mitchell:*

*Thank you for submitting your resume and application to the Du-Rite Corporation. We appreciate your interests in a position with our company.*

*Although we received over 200 responseses to our advertisement for an administrative assistant, we have given each applicants resume careful consideration. Because your background and experience meets our companys criteria, we would like to invite you to come in for an interview.*

*Interviews will be held the week of September 4.*

*Please call us at (921) 664-0932 for an appointment.*

*Sincerely yours,*

*Tarjima:*

*Hurmatli janob Mitchell:*

*Du-Rite korporatsiyasiga rezyume va ariza topshirganingiz uchun tashakkur. Biz sizning kompaniyamizdagi bo'sh ish o'rniga qiziqishingizni qadrlaymiz.*

*Garchi biz ma'muriy yordamchi sifatida ishchi qabul qilish haqidagi e'lonimizga 200 dan ortiq javob olgan bo'lsak-da, biz har bir arizachining rezyumesini sinchiklab ko'rib chiqishni maqul ko'rdik. Sizning ma'lumotlaringiz va tajribangiz kompaniyamiz mezonlariga javob berganligi sababli, biz sizni intervyuga taklif qilamiz.*

*Suhbatlar Sentabrning 4- haftasida o'tkaziladi.*

*Uchrashuv uchun (921) 664-0932 raqamiga qo'ng'iroq qiling.*

*Samimiyat ila,*

Bu rasmiy xat turiga mansub bo‘lib , undagi har bir so‘z o‘sha lavozimga olinadigan ishchi uchun juda ham ahamiyatli hisoblanadi. ” *Biz sizning kompaniyamizdagi bo‘sh ish o‘rniga qiziqishingizni qadrlaymiz.*” – jumlasida ish beruvchi korxonada u yerda ishlovchi barcha hodimlarini xushmuomalalik bilan ishlashiga isbot bo‘la oladi.

Demak, har bir rasmiy-biznes uslubidagi xat hodimlarning shaxsiyatiga tegmasligi kerakligini qamrab olishi kerak.

Shuningdek, biznes sohasida standartlashtirish (shablon, shakl) kabi rasmiy-biznes uslubiga xos xususiyatning ko‘rinishini aniqlaydigan aloqa shartlarini hisobga olish kerak. Huquqiy munosabatlarda hamma narsa tartibga solinganligi va aloqa ushbu muloqotni osonlashtiradigan ma'lum standartlarga muvofiq amalga oshirilganligi sababli, nutq standarti bo'lsa, shablon bu yerda muqarrar, zarur va hatto maqsadga muvofiq va asosli bo'lib chiqadi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. A. Suyarova “O‘zbek tilida ish yuritish” NAMANGAN -2018.
2. Ellis M, Johnson C. *teaching Business English.* — Oxford: OUP, 2003. — 239 p.
3. Galperin I. R. O ponyatii «tekst» // Materiali nauchnoy konferentsii «Lingvistika teksta».— T. 1.— M., 1974.— S. 67.
4. Yaxyayeva I.K. *Biznes hujjatlarini tuzish. O‘quv qo‘llanma.* –T.: IQTISODIYOT, 2019.
5. Tannen, D. (1995). *Talking from 9 to 5: Men and women at work.* New York: Harper Paperbacks.
6. Shermatov A.A. “ Deyektik imo-ishoralarda ayrim semantik qarama-qarshiliklarni ifodalanishiga doir “ . Zamonaviy Roman-German tilshunosligi va tillarni o‘qitishda yangi pedagogik texnologiyalar. Respublika ilmiy-amaliy anjumani. Samarqand 2018.
7. Mamirova, D. S. (2022). ADVERTISING IS A SOCIO-LINGUISTIC STUDY AS AN OBJECT. ВЕСТНИК МАГИСТРАТУРЫ, 109.

8. Mamirova Dilnoza Shirinboyevna (2022). FEATURES OF ACCOUNT WORDS IN ADVERTISING TEXTS. Science and innovation, 1 (JSSR), 151-154. doi: 10.5281/zenodo.7299742

9. Khalova, M. (2014). SKILL OF CREATING EPITHETS IN MODERN UZBEK POETRY. The Way of Science, 44.