

Тижорий дискурсининг тадқиқига доир натижалар

Sobirjonov Ravshanbek Tolipjon

o'g'li

Filologiya va tillarni o'qitish yo'nalishi 2-kurs talabasi

Аннотация: Ахборот беришнинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиш асосида ахборотнинг ҳар бир стратегияси сезиларли даражада фарқ қилиши аниқланди.

Калит сўзлар: лексема, ассоциатив майдон, сема, расмий мурожаат, лексик бирликлар, майдонининг ядроси.

Ахборот беришнинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиш асосида ахборотнинг ҳар бир стратегияси сезиларли даражада фарқ қилиши аниқланди: (1) ҳисобот юқори мансабдор шахслар, ходимлар билан боғлиқ, маълум мавзунини ёритишга қаратилган, кенглиги билан ажралиб туради, натижада у зерикарли, жонга тегадиган деб қабул қилинади; (2) билдиришномалар асосан салбий янгиликлар, ўлим билан боғлиқ; (3) ахборот - оммавий ахборот воситаларидан олинган маълумотлар ишончли ёки ёлғон бўлиши мумкин, кўпинча ортиқча бўлиши мумкин; (4) хабарномалар - расмий ёки шахсий маълумотлар узоқдан келиши мумкин; (5) хабар бериш - таснифланиши мумкин бўлган маълумотлар. Энг кўп бўлган алоқа стратегияси, улардан фойдаланиш таҳлил қилинган стратегияларнинг 77% ҳолатларида амалга оширилади. Билдиришнома ва маълумотларнинг ассоциатив майдонларининг кесишиши қайд этилган, билдиришномалар ва хабар беришлар, маълумотлар ва хабар беришлар кесишган, умумий семаларни ўз ичига олади, бу бирликларнинг синонимияси ва уларнинг ассоциатив майдонлари тўғрисида гаплашишга имкон беради. Тижорий дискурдаги ассоциатив стратегия майдонининг асосий қисмини қуйидаги ассоциатлар намоиши этади: (1) газета; (2) хабар; (3) ёмон; (4) яхши; (5) акс эттириш учун (учун); (6) ўлим; (7) мавҳум; (8) қимматли; (9) махфий. Кўриб

турганингиздек, тижорий дискурсадаги маълумот манбаи (газета, янгиликлар, мавхум), ундан фойдаланиш (фикр учун), шунингдек баҳолаш (ёмон, яхши, қимматли, махфий) билан боғлиқ. Ассоциатив майдоннинг асосий қисми "ўлим тўғрисида" маъносини ўз ичига олади, бу интуитив даражада она тилида сўзлашувчилар ўлим ёки халок бўлганлик тўғрисида хабар олишдан кўрқиб, хабарнинг бир шакли сифатида билдиришномалардан кўрқишади деган хулосага келишимизга имкон беради.

Тижорий дискурсада импульс репрезентларининг маъноси ҳам сезиларли даражада фарқ қилади: импульс нафақат касбий тижорат фаолиятига, балки ижтимоий, академик соҳага ҳам тегишли. Рағбатлантириш нафақат кўпроқ моддий мукофотлар билан боғлиқ. Ташувчиларнинг онгида итариш, туртки орқали туртки бериш тижорат соҳаси билан боғлиқ эмас. Босим, шунингдек, ҳаракатни рағбатлантириш ўрнига, ҳаракат сифатида қабул қилинади. Мажбурий ҳаракатларнинг ўзи салбий қабул қилинади. Ҳаракатга йўналтиришнинг энг кўп, кенг тарқалган стратегияси босимдир, ушбу стратегияга мурожаат қилиш сони таҳлил қилинганларнинг умумий сонининг 47 фоизини ташкил қилади. Йўналтириш ва мажбурлаш, импульс ва йўналтириш, импульс ва турткининг ассоциатив майдонларининг кесишиши қайд этилган. Амалга ундайдиган ассоциатив майдоннинг ядроси қуйидаги ассоциатларни ўз ичига олади: (1) тугма (тугмага, тугмани); (2) ишга (иш, ишлаш, меҳнатга); (3) орқага; (4) куч (кучни, кучли); (5) бажариш (қилиш, амалга ошириш); (6) физика (физикада); (7) тепки (тепкини); (8) ҳаётни; (9) педал (педалга); (10) ўқишга (таълим олиш). Рағбатлантиришнинг ассоциатив соҳасининг ядроси у ёки бу тарзда ишлаб чиқариш, ижтимоий ва ўқув фаоллигини ошириш мотивацияси билан боғлиқ реакцияларни ўз ичига олади.

Тижорий дискурсада шикоят ниятлари асосан тўғридан-тўғри шикоят номинацияси билан амалга оширилади (таҳлил қилинган стратегиялар умумий сонининг 79%) - адолатсизлик ҳисси, ҳуқуқ ва эркинликларнинг бузилиши ёки

шикоятни акс эттиришга қаратилган хатти-ҳаракатлар билан мурожаат қилинган расмий мурожаат. Лексик бирликлар "хўрсиниш", "туҳмат" эскирган, улар тижорий дискурда ишлатилмайди. Ҳамдардлик шамаси билан бирлаштирилган шикоят ва хўрсиниш ассоциатив майдонларининг кесишиши қайд этилган. Ниятнинг ассоциатив майдонининг ядросига шикоятнинг жисмоний кўринишлари билан боғлиқ бўлган хўрсинишлар (ох, эҳ) билан бирга лексемалар, шунингдек, хўрсинишларнинг турли хил хусусиятлари киради: чуқур, охирги, ачинишни акс эттирувчи.

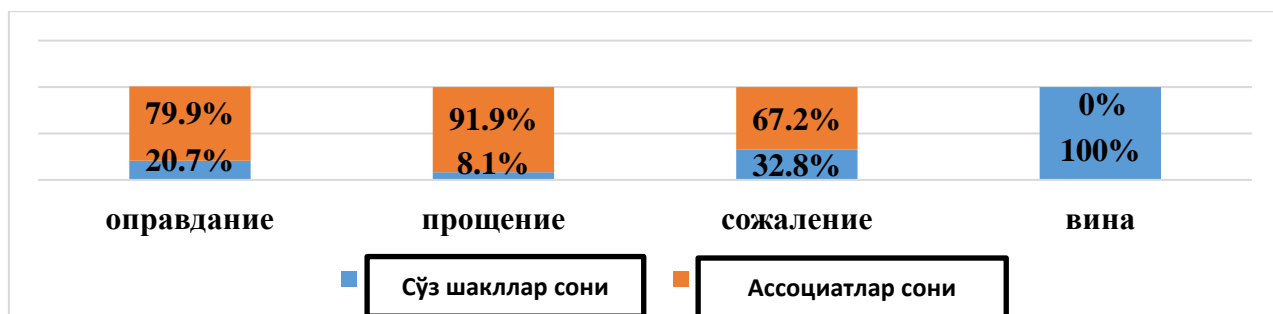
Тижорий дискурда рад этиш стратегиялари денотатлар сони, фойдаланишнинг ўзига хос хусусияти билан сезиларли даражада фарқ қилади. Рад этиш - бу таклифга салбий муносабат, жавоб ҳам ижобий, ҳам салбий бўлиши мумкин, рад этиш таклифни рад этишни, келишмовчиликни назарда тутади - таклифни рад этишни англатмайдиган позицияларнинг изчиллиги йўқлиги, рад этиш кўпроқ ҳиссий рад этиш туфайли ўзаро таъсирнинг тўлиқ тўхташи билан боғлиқ. Энг кўп қўлланиладиган стратегия - бу рад жавобини жавоб сифатида қабул қилиш (таҳлил қилинган реакциялар умумий сонининг 83%). Рад этиш ва жавоб бериш, рад этиш ва инкор этишнинг ассоциатив майдонларининг тасодифийлиги қайд этилган. Рад этиш ниятидаги ассоциатив майдоннинг ядроси қуйидаги бирликларни ўз ичига олади: (1) савол, (2) ҳа, (3) ёлғизлик, (4) рад этиш, (5) тўғри, (6) ҳеч нарса, (7) йўқ, (8) радди маърака, (9) вақт, (10) инкор. Ядро реакцияларининг аксарияти синонимик (рад этиш, инкор этиш, йўқ) ёки антонимик (ҳа) муносабатларга асосланган алоқа (савол) билан боғлиқ.

Кечирим сўраш ниятидан четга чиқиш стратегияси бошқача. Энг кенг тарқалган стратегиялар - айбни тан олиш (таҳлил қилинганларнинг умумий сонининг 47%) ва афсусланиш (30%). Энг ҳиссий стратегия - бу афсусланиш, бу фақат хафагарчилик, ғам, қайғу ва ҳоказоларнинг эмоционал ҳолатлари билан боғлиқ бўлиб, натижада стратегияга мурожаатлар сони камаяди.

Кечирим стратегияси ҳам тижорий мулоқот, ҳам ўзаро алоқанинг бошқа соҳалари билан боғлиқ бўлиши мумкин. Стратегияларнинг ассоциатив соҳалари бир-бирига мос келмайди. Кечирим сўрашнинг ассоциатив майдонининг асосий қисмига қуйидаги ассоциатлар киради: (1) ёлғон, (2) хафагарчилик, (3) кайғу, (4) ҳаёт, (5) ҳақиқат, (6) унутиш, (7) дўст, (8) тушуниш, (10) ҳалоллик. Кечирим сўраш нияти ёлғон, ҳақиқатдан четга чиқиш, муносабатларда ҳалоллик, она тили билан дўстона муносабатда бўлган одамлар билан боғлиқ. Ёлғончилик, инсофсизликнинг намоён бўлиши ҳаётнинг ажралмас қисми, унутилиши ва кечирилиши керак бўлган нохуш ҳолат сифатида қабул қилинади.

Олинган натижаларга кўра, тижорий дискурда энг кенг тарқалган кечирим сўраш стратегияси айбни тан олиш эканлигини акс эттиради. Кўпинча кечирим сўрашга афсусланиш билан бирга келади, кечирим ва баҳона эса камроқ учрайди.

Фоиз сифатида тижорат субкурсида ишлатиладиган лексемалар сонининг ассоциатлар сонига нисбати қуйидаги расмда кўрсатилган:



Расм. Тижорий дискурдаги сўз шакллари (корпус таҳлили асосида) ва ассоциатлар (ассоциатив луғатларни таҳлил қилиш асосида) сонининг нисбати

Юқорида келтирилган маълумотлар акс эттирганидек, аксарият ҳолларда корпусдаги фойдаланиш сони ассоциатлар сонидан анча кам, бу эса узр сўраш стратегиялари нафақат она тили билан суҳбатдошлар онгида тижорий мулоқот

билан боғлиқлигини, лексемаларнинг ўзаро таъсирнинг бошқа соҳаларида кенг ишлашини, кўшимча ассоциатив маъноларга эга бўлишини англатади. Тадқиқотнинг кейинги босқичида ўрганилаётган бирликлар ассоциатларининг хусусиятларини таҳлил қилиш ўринли кўринади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011.
2. Большаков С. Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012.
3. Мандрица В. М. Этика бизнеса - деловое общение / В. М. Мандрица, И. В. Мандрица. - Ростов-на-Дону : РИНХ, 2005 (ООО АзовПечать).
4. Желамская В. А. Лингвистическая структура деловой документации на материале французского и итальянского языков: Дисс. канд. филол. наук. – Москва, 2017
5. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения: Английский язык. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного университета, 1992.