

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

FARG'ONA DAVLAT UNIVERSITETI

**FarDU.  
ILMIY  
XABARLAR**

1995-yildan nashr etiladi  
Yilda 6 marta chiqadi

2-2024

**НАУЧНЫЙ  
ВЕСТНИК.  
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года  
Выходит 6 раз в год

O'zbek va ingliz tillaridagi ayrim antroponimlar semantikasi masalalari .....	444
<b>I.V.Xoldarova, X.A.Erg'oziyeva</b>	
Fonetikani o'qitish orqali o'quvchilar nutqini shakllantirish .....	448
<b>M.Kaxarova, N.Yunusaliyeva</b>	
O'zbek va nemis tillarida bayram bilan bog'liq leksik birliklar tadqiqi .....	455
<b>D.M.Yuldasheva, Z.I.Usmonova</b>	
Iboralarning lingvopoetik xususiyatlari (Siddiq Mo'min she'riyati misolida).....	458
<b>O.K.Rakhmatova, G.N.Davlyatova</b>	
The structure of speech acts in various types of discourse .....	462
<b>X.M.Sotvaldieva</b>	
Paremiologiya fan sifatida .....	467
<b>A.E.Botirova</b>	
Grammatik terminlar lug'atini yaratishda muammo va yechimlar .....	473
<b>R.Radjabov</b>	
Orfoepiya va uning normalari to'g'risida fikr-mulohazalar .....	478
<b>M.N.Raxmanova</b>	
Texnik oliy ta'lim muassasalari talabalari uchun ingliz tili darslarida kasbiy matnlarni tanlash usullari .....	482
<b>U.B.Almaz, O.X.Barziyev</b>	
Milliy uyg'onish davri Farg'ona vodiysi she'riyati va Ozarbayjon adabiyotidagi mazmuniy mushtarakliklar .....	486
<b>D.Sh.Islomov</b>	
His-tuyg'uning paydo bo'lishi, uning asosiy holatlari psixolog olim Kerroll Ellis Izard talqinida .....	493
<b>M.M.Abdujabborova, M.M.Yakubbayev</b>	
Talabalarga ingliz tilini o'qitishda aqliy hujum metodini qo'llashning o'rni (nofilologik ta'lim yo'nalishi misolida).....	498
<b>G.A.Saydaliyeva</b>	
Geshtaltlarning turli sinonimik lug'atlarda va kontekstda ifodalanishi.....	501
<b>G.N.Isakova</b>	
Fransuz tilidagi muqaddas matnlarga oid qanotli iboralarning semantikasiga doir.....	506
<b>J.J.Egamberdiyev</b>	
Lug'at zamon va davr elchisi .....	511
<b>Sh.Sh.Zarmasov</b>	
Ot turkumi ma'no guruhini modellashtirishning lingvostatistik tahlili .....	515
<b>G.P.Nazarova, F.B.Alimova</b>	
"Harry potter" turkumidagi asarlarda neologizm va okkazonalizmlarning qo'llanilish tadqiqi.....	522
<b>S.A.Mannonova</b>	
Tijoriy yozishmalarda kommunikativ-pragmatik intensiyalarining o'xshash va farqli jihatlari .....	526
<b>N.K.Ergasheva</b>	
Dynamic interaction of foreign languages: factors of development in a global context .....	529
<b>A.K.Usmonov</b>	
Monologik nutqda bog'lovchilarning pragmatik xususiyatlari .....	533
<b>N.K.Abbasova</b>	
Evaluating the impact of digital tools in classrooms and online learning platforms .....	538
<b>D.G.O'rinboyeva</b>	
Maktabgacha ta'lim muassasalarida bolalarga ingliz tilini o'rgatish xususida ayrim mulohazalar .....	542
<b>N.K.Abbasova, M.Abdulkhakimova</b>	
Promoting oral communication through reading integration.....	545
<b>Д.Ш.Рахмонова, Д.У.Ашурова</b>	
Когнитивный подход к анализу художественного текста .....	550



UO'K: 808.3

**TIJORIY YOZISHMALARDA KOMMUNIKATIV-PRAGMATIK INTENSIYALARINING O'XSHASH VA FARQLI JIHATLARI****СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ИНТЕНЦИЙ В КОММЕРЧЕСКОЙ ПЕРЕПИСКЕ****SIMILARITIES AND DIFFERENCES OF COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC INTENTIONS IN COMMERCIAL CORRESPONDENCE****Mannonova Saodat Artikovna**

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti tadqiqotchi

**Annotatsiya**

Mazkur maqolada tijoriy yozishmalarda kommunikativ-pragmatik intensiyalarning o'xshash va farqli jihatlari yoritiladi. Muallifning ta'kidlashicha, intensional belgilar matn hosil qiluvchi omil hisoblanadi. Maqolada turli tilshunos olimlarning olib borgan tadqiqotlariga tayanib, rasmiy muloqot doirasida aloqaga kirishuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni boshqarish va muayyan vaziyatdagi masala haqida ma'lumot berish tijoriy yozishmalarning asosiy maqsadi ekanligi ta'kidlanadi.

**Аннотация**

В данной статье освещаются сходные и различные аспекты коммуникативно-прагматических интенций в коммерческой переписке. По мнению автора, интенциональные персонажи являются текстообразующим фактором. На основе исследований различных лингвистов в статье подчеркивается, что основной целью деловой переписки является управление отношениями между сторонами, участвующими в официальном общении, и предоставление информации по вопросу в конкретной ситуации.

**Abstract**

This article highlights similar and different aspects of communicative-pragmatic intentions in commercial correspondence. According to the author, intentional characters are a text-forming factor. Based on the research of various linguists, the article emphasizes that the main purpose of business correspondence is to manage the relationship between the parties involved in formal communication and to provide information on an issue in a specific situation.

**Kalit so'zlar:** intensiya, lokutiv, illokutiv va perllokutiv akt, .kommunikav maqsad, kommunikativ-pragmatik tahlil, stereotip.

**Ключевые слова:** намерение, локатив, иллюкутивный и перлокутивный акт, коммуникативная цель, коммуникативно-прагматический анализ, стереотип.

**Key words:** intention, locative, illocutionary and perlocutionary act, communicative goal, communicative-pragmatic analysis, stereotype.

**KIRISH**

Ma'lumki, axborot uzatuvchisining (muallif) kommunikativ maqsadi kommunikatsiya jarayonining asosiy xarakteristikalaridan biri hisoblanadi. Shuningdek, kommunikativ maqsad go'yo ataylab hosil qilingan kommunikativ intensiya sifatida matn strukturasi va mazmunida lisoniy voqelanadi. Bunday kommunikativ maqsadning yana bir xususiyati u matnning mazmuniy va struktur tuzilishiga bog'liqligida, retseptorga ko'rsatgan kommunikativ ta'sirida (uning xulqida, javob munosabatlarida) o'z aksini topadi.

**ADABIYOTLAR TAHLILI**

Intensiya, ya'ni kommunikativ maqsad intensional belgilar asosida matn hosil qiluvchi omil hisoblanadi. Mazkur termin zamonaviy tilshunoslikda nutqiy akt nazariyasini yaratgan J.Ostinning izdoshlari tomonidan kiritilgan. Bu yangi konsepsiyaning vazifasi illokutsiya va illokutiv funksiyani tavsiflashda yuqori aniqlikka erishishdir.

Nutq aktini J.Ostin uchta bosqichli faoliyat tarzida ajratadi: lokutiv, illokutiv va perllokutiv.

Lokutiv akt deyilganida, birinchi suhbatdosh tomonidan kommunikativ maqsaddan kelib chiqib, ikkinchisiga biror fikrning, axborotni uzatilishi, axborotni qabul qilinish jarayoni tushuniladi. Lokutsiya – "eshittirmoq, uzatmoq, tinglamoq, qabul qilmoq" ma'nolarini anglatadi.

## TILSHUNOSLIK

Illokutiv akt da so'zlovchi va tinglovchining talablarini qondirish maqsadi nazarda tutiladi. Bu harakat va maqsad so'roq, undov va darak gaplardan tashkil topishi mumkin. Bunday vazifani pragmatik mazmuni aniqlashtiruvchi, kommunikatsiya maqsadi mazmunini va nutqiy harakat kuchini aniq belgilaydigan illokutiv fe'llar bajaradi. Masalan, "the product – ...mahsulotni"; "then we will accept... - ....so'ng qabul qilishimizni.."; "would like to remind - eslatmoqchimiz "; "hope you to accomplish - ... amalga oshirasiz degan umiddamiz!"; "how many orders can you accept? - ... qancha hajmda buyurtma qabul qila olasiz?"; " please apply our sales representative for samples – namunalar uchun bizning vakilimizga murojaat qilishingizni"; "We will send you the order today - Sizga bugunoq buyurtmani jo'natishimizni".

Nutqiy akt strukturasi uchun, yakuniy bosqichi perlokutiv akt bo'lib, u nutqiy ta'sirning natijasi sifatida ta'riflanadi. Perlokutiv akt so'zlovchi tomonidan tinglovchiga biror harakatga undash maqsadida amalga oshiriladi. Nutqiy ta'sir darajasini avvaldan aytish qiyin, so'zlovchi fikrini eshitgan (lokutsiya), o'qigan tinglovchining bo'lg'usi xatti-harakati, javobi turlicha bo'lishi mumkin. Performativ tuzilmalarda faqat axborot uzatilib qolmasdan, balki tinglovchiga jadal ta'sir o'tkazish, ularni javob harakatiga undash maqsadlari yotadi.

O'zbek tilshunos olimi, professor Sh.Safarov: "Biz muloqot jarayonida mazmundor lisoniy kalimani yaratamiz va uni talaffuz qilish yo'li bilan nutqiy faoliyat bajaramiz, xuddi shu faoliyat ijrosi lokutsiya yoki lokutiv aktdir (locutionary act). Agarda biror bir sabab bilan (tilni bilmaslik, gung bo'lish) mazmundor gap tuzilmasa va u talaffuz etilmasa, lokutiv harakat yuzaga kelmaydi"– deb ta'kidlaydi.

Shuningdek, N.Q.Turniyazovning aytishicha: "So'zlovchining pragmatik faolligi har bir jumla uchun zarur bo'lgan til birliklarining tildan nutqqa ko'chirilishi bosqichma-bosqich sodir bo'la boshlaydi. Boshqacha aytganda, ayni paytda til birliklaridan nutqda foydalanishning induktiv usuli faollik ko'rsatadi va buning natijasida matn shakllanadi. Pragmatik nuqtayi nazardan bu o'rinda so'zlovchining illokutiv rejasi amalga oshadi".

Demak, til birliklaridan nutqda foydalanish natijasida matn shakllanadi va so'zlovchi va tinglovchi o'rtasidagi muloqot harakati natijaviy maqsadni ko'zlab bajariladi. Bu maqsadga erishish uchun so'zlovchi tinglovchiga nutqiy ta'sir o'tkazadi.

O.S.Axmanovning fikriga ko'ra, intensiya potensial yoki virtual ifoda mazmuni sifatida tushuniladi. Ushbu ta'rifda, niyat aktual yoki ifoda etilgan mazmunga zid keladi.

Agar intensiya so'zlovchining nutqini ifodalash uchun mo'ljallanmagan bo'lsa, u holda kommunikativ maqsad ham va bir vaqtning o'zida kommunikativ-pragmatik tahlil mavzusi ham bo'la olmaydi. Bu ifoda etilgan kommunikativ maqsad, gapiruvchining asl niyati bilan mutanosib bo'lishi kerak yoki so'zlovchi har doim tinglovchi uning haqiqiy niyatini anglashiga intiladi degan ma'noni anglatadi. Kommunikativ omadsizlik ham aynan kommunikativ maqsad bilan gapiruvchining asl niyati mos kelmaganligi yoki so'zlovchi ongli ravishda tinglovchini chalg'itishga urinishi sababli sodir bo'ladi.

Tushunarli va yaxshi shakllangan intensiya kommunikativ muvaffaqiyatning asosi bo'lib xizmat qiladi. Yuqoridagilarga asoslangan holda deyish mumkinki, adresat va adresant, kommunikatsiya vaziyati kabi ba'zi omillar tijoriy yozishma matnini tuzishda ahamiyatsiz rol o'ynaydi, chunki xatning tuzilishi o'zgarishsiz qolmoqda. Shu sababli, eng muhim va asosiy omil – intensiya (niyat) bo'lib qolmoqda.

Nutq maqsadlari masalaga e'tiborni tortish, adresatga ma'lumot berish, muammoni hal qilish, biror narsada ishtirok etishga bo'yin egdirish, zarur choralarni ko'rish uchun harakatga undash, har qanday hodisaga huquqiy maqom berish (ko'pincha moliyaviy bitim) hujjatlashtirish, biznes aloqalarini saqlab qolish, ularni yanada mustahkamlash kabi bir qator shartlar bilan bog'liq.

### NATIJA VA MUHOKAMA

Darhaqiqat, illokutsiya kommunikatsiyaning eng muhim omillaridan biri bo'lib, tijoriy yozishmalarda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Quyida tijoriy yozishmalarni intensiya (kommunikativ maqsad)ga ko'ra tasnifini keltiramiz.

Barcha tijoriy yozishmalar quyidagi kommunikativ maqsadlar bo'yicha tasniflanishi mumkin: axborot berish; harakatga undash; shikoyat; rad etish; rozilik; kechirim so'rash.

Eng ko'p uchraydigan tijoriy yozishmalar kommunikativ maqsadi ma'lumot berishdan iborat bo'lgan xatlardir. Yozishmalar orqali ma'lumot almashish zarurati hozirgi kunga xos bo'lgan

rasmiy muloqot jarayonida paydo bo'ladi. Masalan: hamkorni biror narsa haqida ogohlantirish, tanishtirish ehtiyoji tug'ilishi, xatga ilova qilingan qo'shimcha materiallar to'g'risida ma'lumot berish, yuborilgan materiallar olinganligini tasdiqlash haqida xabar berish, taklifni tasdiqlash va so'rovnoma tayyorlash va h.k.

Bunday vaziyatlarning har biri muayyan mazmun bilan xarakterlanadiki, natijada tijoriy yozishmalar matnlarining tashqi xilma-xilligiga qaramay, bitta asosiy maqsad - ma'lumot berish bo'lgan stereotiplari shakllanadi. Yuqorida keltirib o'tilgan rasmiy vaziyatlarning har biri uchun muayyan stereotiplar qo'llanishi kuzatiladi. Bu stereotiplar quyidagilardan iborat: - yo'llanma xat - unga ilova qilingan hujjatlar haqida ma'lumot beradi. Ingliz tilida

It is my pleasure to recommend Mike Applicant, his performance working as a consultant for Main St. Company proved that he will be a valuable addition to any company.

I have known Mike for two years in my capacity as Assistant Manager at Main St. Company. Mike worked for me on various projects as a consultant, and based on his work, I would rank him as one of the best consultants we have ever had.

If I can be of any further assistance, or provide you with any further information, please do not hesitate to contact me.

O'zbek tilida

Men A.Saidov 2014-yildan buyon "Marhabo" MCHJning buxgalteriya bo'limida faoliyat yuritadi. Faoliyati davomida u o'z vazifalariga puxta yondashib, kompyuter dasturlari asosida xodimlarning ish haqini hisoblash (soliq olishdan oldin va keyin), ijtimoiy paketlarni; imtiyozlar, imtiyozlar va bonuslar tizimlarini tuzish kabi bir qator ko'rsatmalarni a'lo darajada bajaradi.

A.Saidov ish uslubiga ko'ra, o'ziga berilgan ko'rsatmalarga muvofiq mas'uliyat va mehnatsevarlik ko'rsatib, jamoada ishlashga moil. U xushmuomala, ehtiyotkor va o'z ishiga sodiq.

Umuman olganda, men A.Saidovni ajoyib inson va istiqbolli xodim sifatida tavsiflayman.

Ingliz tilidagi yo'llanma xatlarda e'tibor ko'proq shaxsning qanday ishlagani va qanday yutuqlarga erishganligi to'g'risida fikr yuritilsa, o'zbek tilidagi yo'llanma xatlarda esa nafaqat yutuq va imkoniyatlari, balki shaxsning qanday inson ekanligi ham ko'rsatib o'tiladi.

Tijoriy yozishmalar stereotiplarining har birini maqsadi muloqotchilarga ma'lumot berishdan iboratdir. Haqiqiy rasmiy vaziyatlarda bunday xatlar tashabbuskor bo'lib, odatda javobsiz qoldiriladi, chunki ularga hech qanday javob talab qilinmaydi.

Xulosa qilib aytganda, tijoriy yozishmalarni kommunikativ-pragmatik nuqtayi nazardan o'rganish, ularni quyidagicha guruhlashga asos bo'ladi: axborot beruvchi, harakatga undovchi, javob talab etuvchi, deklarativ va ijtimoiy xatlar. Tijoriy yozishmalarning asosiy maqsadi – rasmiy muloqot doirasida aloqaga kirishuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni boshqarish va muayyan vaziyatdagi masala haqida ma'lumot berishdan iborat. Bu turdagi xatlar, reglamentga amal qilgan holda, matn vositasida rasmiy axborot tashuvchisi bo'lib xizmat qiladi. Bunda rasmiy muloqot jarayoni amalga oshiriladi, tijoriy yozishmalar esa mukammal aloqa vositasi sifatida namoyon bo'ladi.

### XULOSA

Tijoriy yozishmalarning asosiy maqsadi – rasmiy muloqot doirasida aloqaga kirishuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni boshqarish va muayyan vaziyatdagi masala haqida ma'lumot berishdan iborat. Bu turdagi xatlar, reglamentga amal qilgan holda, matn vositasida rasmiy axborot tashuvchisi bo'lib xizmat qiladi. Bunda rasmiy muloqot jarayoni amalga oshiriladi, tijoriy yozishmalar esa mukammal aloqa vositasi sifatida namoyon bo'ladi.

### ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Остин Дж.Л. Слово как действие. В.кн.: Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. –М.: Прогресс, 1986. –С.21.
2. Н.Қ.Турниязов."Til birliklarining nutqqa ko'chirilishi masalasi bilan bog'liq ba'zi mulohazalar". Хорижий филология.№3, 2017 йил
3. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов/О. С. Ахманова. - М., 1969. – 608с.
4. Гольдин В. Е. Сиротинина О. Б. Внутринациональные речевые культуры и их взаимодействие//Вопросы стилистики. – Саратов, 1993. – Вып. 25.
5. Кинг, Ф.У., Кри, Энн Д. Коммерческая корреспонденция на английском языке. - М.: Издательства Астрель, АСТ, 2007. – 302 с.
6. <https://studymoose.com/letter-of-recommendation-employment-essay>, (мурожаат санаси: 12.04.2019).