



ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИДА АХБОРИЙ ХАТЛАРНИНГ ЛИНГВОПРАГМАТИК ХУСУСИЯТЛАРИ

Каримов Ривожиддин,

ЎзДЖТУ катта илмий ходим-изланувчиси

Калим сўзлар: тижорат, хат, ёзишма, лисоний, расмий, матн, расмий мулоқот, тижорий хат, хужжат, функционал.

Савдо ҳар қандай мамлакат иқтисодининг асосини ташкил қилувчи компонентлардан бири ҳисобланади. Муваффақиятли расмий мулоқот ҳар қандай савдо-сотик операцияларининг самарадорлиги гаровидир. Мустақил Ўзбекистон Республикаси билан бошқа давлатлар ўртасидаги ҳар томонлама ҳамкорлик ва савдо ривожланиши шароитларида расмий мулоқотнинг маданиятлараро мулоқот воситаси сифатидаги аҳамияти янада ошади.

Тижорий мулоқотда расмий тил бундай фаолият соҳасида асосий мулоқот воситаси тарзида намоён бўлади. Доимо кенгайиб боровчи тижорий ҳамкорлик инглиз тилидан халқаро мулоқот тили ва ўзбек тилидан Ўзбекистон Республикасининг давлат тили сифатида фойдаланиши ушбу тиллардаги тижорийлар расмий мулоқотининг лисоний хусусиятларини, уларнинг ўхшаш ва фарқли томонларини аниқлаш ва ўрганишни тақозо этмоқда.

Ўзбек ва инглиз тилида энг кенг тарқалган расмий хизмат хатларини прагматик 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.

Хусусан, ахборий хатлар ҳар иккала маданиятда ҳам адресатнинг вазият предмети ҳақидаги фикр-мулоҳазаларини, тасавурларини ўзгартириш каби мақсадларга йўналтирилган. Ҳаракатга ундовчи ва жавоб талаб этувчи хизмат хатларида вазият предмети ўзгартириш

мақсади кўзланади [1, б. 222]. Ахборот орқали ҳаракатлантирувчи (ҳаракатга ундовчи) хатлар ҳам адресатнинг фикрларини, ҳам предметли вазиятни ўзгартиришга қаратилган. 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.

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

Ахборот етказувчи расмий хатларнинг матнлари мазмунининг умумийлиги, яъни нолисоний борлиқдаги бирор бир нутқий вазиятнинг тил воситалари орқали қайд этилиши билан ажралиб туради. Бироқ уларнинг мазмуни ҳар бир матнда турлича намоён этилиши мумкин.

Тижорат хати адресатга таъсир ўтказиш воситаси ва расмий мулоқот соҳасининг ажралмас таркибий қисми бўлгани учун муайян коммуникатив-прагматик функцияни бажаради.

Тижорий хат матни – бу коммуникатив йўналганлик, мазмун ва мантиқ жиҳатидан яхлитлик, боғлиқлик ва тугал мазмун касб этиш, ахборий аҳамиятлилик, модаллик ва темпоралликни ўзида мужассам этган ёзма асар. Бу сифатларнинг барчаси лисоний ва



визуал-график, яъни нолисоний воситалар ёрдамида намоён бўлади.

Муаллифнинг прагматик мақсади мулоқот ёки адресатга таъсир ўтказиш давомида қўлга киритиладиган натижани унга намоёниш этиб беришдан иборат. Бу расмий хизмат хатларида тил воситалари орқали амалга оширилади.

Тижорий ахборот тижорий жиҳатдан қизиқиш уйғотадиган маълумотларнинг катта ҳажми, олиш манбаларининг хилма-хиллиги, сифатли маълумотлар улуши кўплиги, уларни йиғиш ва ишлов бериш учун доимий саъй-ҳаракатлар зарурлиги билан тавсифланади.

Тижорий ахборот қуйидаги хусусиятларга эга бўлиши лозим:

долзарблик, яъни келиб тушаётган ахборот жорий вазиятни акс эттириши, янги маълумотларни ифодалаш керак;

тўғри ва ишончлилиқ, яъни ахборот аниқ бўлиши ва реал ҳолатни бузиб кўрсатмаслиги керак;

тўлиқлиқ, яъни, маълумотлар тижорий қарорлар қабул қилиш учун етарли бўлиши керак.

Тижорий ахборотнинг асосий турлари қуйидагилардан иборат:

- *корхонанинг ташқи муҳити ҳақидаги ахборот* (қонунчиликдаги чекловлар, демографик тенденциялар ва бошқ.);

- *фирманинг ички ҳолати ҳақидаги*, унинг кучли ва заиф томонлари ҳақидаги ахборот;

- *бозордаги вазият ҳақидаги ахборот*: бозор ҳажми, талаб ва таклифнинг ўзгариши, фирмалар орасида улушларнинг тақсимланиши ва бошқалар;

- *истеъмолчилар ҳақидаги ахборот*: истеъмолчиларнинг таркиби, уларнинг даромадлари даражаси, мавжуд сегментлар, сотиб олишга ундовчи сабаблар, хулқ детерминантлари, дидлар, рекламага жавоб ва бошқалар;

- *рақиблар ҳақидаги ахборот*: асосий рақобатчиларнинг фаолияти, уларнинг кучли ва заиф томонлари, улар томонидан

ишлатиладиган сотув усуллари ва бошқалар;

- *етказиб берувчилар ҳақидаги ахборот*: етказиб берувчи корхоналар таркиби, уларнинг молия-иқтисодий ҳолати, обрўси, етказиб бериш шартлари;

- *товарлар ҳақидаги ахборот*: бозорда пайдо бўлаётган товарларнинг турлари, рақобатчилар товарларининг турлари, янги маҳсулотларнинг пайдо бўлиши, маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини баҳолаш;

- *нархлар ҳақидаги ахборот*: жорий улгуржи ва чакана нархлар даражаси, уларнинг ўзгариши, етказиб берувчилар, рақобатчилар нархлари;

- *тақсимлаш тизимлари ҳақидаги ахборот*: мавжуд тақсимот каналлари, уларнинг самарадорлиги;

- *реклама ҳақидаги ахборот*: турли реклама воситаларининг самараси, истеъмолчиларнинг хабардорлик даражаси ҳақидаги маълумотлар ва бошқалар.

Тижорий ахборотнинг асосий манбалари қуйидагилардан иборат: Жорий ахборотнинг ташқи манбалари шу жумладан:

- *расмий нашрлар ва ҳужжатлар* (статистик маълумотномалар, газеталар, журналлардаги мақолалар, интернетдаги расмий сайтлардаги ахборот, адабиётлар, рақобатчилар рекламаси ва бошқалар);

- *коммуникацион жараёнлар* (корхонанинг савдо ходимлари, етказиб берувчилар, дистрибьюторлар билан суҳбатлар, рақобатчи савдо корхоналарига бориш, савдо кўргазмаларига ташриф ва бошқалар);

- *ихтисослашган фирмаларларнинг синдикатив манбалари* (бозорлар, истеъмолчилар ОАВ аудиториялари ва бошқалар ҳақидаги маълумотлар);

Жорий ахборотнинг ички манбалари: товар айланиши, товар захиралари, маҳсулот турлари бўйича сотувлар ҳажмлари, харажатлар, даромадлар ҳақидаги маълумотлардан иборат



бухгалтерия ва бошқарув ҳисоботи ҳужжатлари.

Расмий хат давлат йўли билан олиб бориладиган муомала, ёзишма ва ҳужжат тилига хос бўлган мактубий кўринишга эга.

Ёзма расмий мулоқотнинг муваффақияти асосан хизмат хатларининг тузилишига боғлиқ бўлади.

М.В.Стенюков савдо-сотик соҳасидаги расмий хатларини “мазмун ва мақсадига” қараб таснифлашни таклиф этади ва уларни қуйидаги турларга ажратади [3, б. 48]:

- директив хатлар давлат ёки муниципал ҳокимият ва бошқариш 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 мактублари (хабар хатлари, илтимосномалар, эслатмалар, таклифлар);

- реклама хатлари; - шикоят хатлари;

- қўшимча хатлар (асосий ҳужжатни изоҳловчи хатлар; улар асосий хат билан бирга юборилади).

Адресатларнинг сонига қараб ҳам хатлар оддий (жамоавий) ва циркуляр хатлар турига бўлинади. Мазмунига кўра, хатлар яна бир аспектли ёки кўп аспектли бўлиши мумкин. Хизмат хатлари мавзусига кўра ҳам маъмурий-ҳўжалик, ишлаб чиқаришга оид, таъминлаш ва сотишга қаратилган каби турларга бўлиниши мумкин. Структурасига кўра улар регламентланган ёки регламентланмаган хизмат хатларига бўлиниши мумкин.

Мазкур тасниф стандарт мулоқот вазиятларининг максимал сонини ҳисобга олинган ҳолда яратилган ва улар очик тизим ҳисобланади. Иқтисодий ва ижтимоий ўзгаришлар давомида янги мулоқот вазиятларининг пайдо бўлиши оқибатида мавжуд ҳужжатлар гуруҳи янги хилдагилари (масалан, резюме ва тавсияномалар) билан тўлдириб борилади.

Бир ташкилот, муассаса номидан бошқа ташкилот, муассасага жўнатилган турли-туман расмий хатлар, гарчи бир мансабдор шахсга йўналтирилиб, бир мансабдор шахс томонидан имзоланган бўлиши мумкин эсада, *тижорий ёзишма* ҳисобланади. *Тижорий хат* ҳужжатларнинг алоҳида тури бўлиб, шартнома ва қарорга нисбатан камроқ расмий қолипга солинган, лекин юридик аҳамиятга эга бўлади. Тижорий ёзишма ҳар иккала ташкилотда кирувчи ва чиқувчи ҳужжатлар сифатида қайд этилади.

Тижорий хатлар турли белгилари бўйича таснифланади:

1. Функционал белгиси бўйича иш хатлари қуйидагиларга бўлинади: мажбурий жавоб хатини талаб қилувчи, жавоб хатини талаб қилмайдиган.

2. Тури бўйича иш хатлари қуйидагилар сифатида тузилиши мумкин: ташаббускор тижорий хатлар (сўров-хат, таклиф-хат, рекламация хати); ахборот хати; илтимоснома; таклифнома; тасдиқнома; хабарнома; эслатма; огоҳлантириш хати; воз кечиш ёки рад этиш хати; илова қоғози; кафолат хати.

3. Кимга ёки қаерга йўналганлик белгиси бўйича тижорат хатлари қуйидагиларга бўлинади: оддий, яъни бир манзилга жўнатиладиган хатлар; циркуляр – бир манбадан бир неча манзилга юбориладиган хатлар. Бундай хатлар турига ахборот хати, реклама хати, таклиф хатлари киради.

4. Тузилиш белгилари бўйича тижорат хатлари регламентланган ёки меъёрланмаган турга бўлинади.

Регламентланган, яъни расмий қолипга солинган хатлар муайян намуна бўйича тузилади (бу нафақат мазмуннинг стандарт жиҳатлари, барча қоғоз шакли, реквизитлар таркиби ва бошқа жиҳатларга ҳам тегишли). Регламентланган хат мунтазам иқтисодий-ҳуқуқий вазиятларга оид масалаларни ҳал қилади ва стандарт матн ёки стандарт синтаксик тузилмалардан таркиб топган матнлар кўринишида амалга ошади.



Бундай стандарт конструкцияларга куйидагиларга ишора қилувчи иборалар киради:

муружаат сабабига: *Ҳисоб-фактура олинмаганлиги сабабли...; юк кечикканлиги сабабли...ҳаволага; Сизнинг даги сўровингизга ҳавола қилиб...; Ўзаро товар етказиб беришлар ҳақидаги баённомага кўра...*

мақсадга: *Масалани имкон қадар тезроқ ҳал қилиш мақсадида ...Сизнинг сўровингизга жавобан ...*

Инглиз ва ўзбек тилларида регламентланган хатлар аниқ тузилишга эга ва одатда икки қисмдан иборат бўлади: биринчи, кириш қисмида, сабаблар баён этилади *We thank you for your letter of 11 November, and would like to inform you that we can deliver all the items required from stock, according to the enclosed detailed offer. For the balance we would require three weeks from the date of receiving your confirmation that this arrangement is acceptable.*

Бу қисмда жўнатувчининг мақсади кўрсатилади ва ҳаволалар келтирилади [2, б. 91], улар асосида баёнотлар билдириладиган нутқий ҳаракатлар амалга оширилади:

Prices as quoted f.o.b. London.

Delivery as specified above.

Payment against documents.

Хатнинг иккинчи, асосий қисмини: *инг: We hope you will find our terms, method of payment and delivery dates satisfactory; and we can assure that you may count on our full co-operation and immediate attention in this matter; ўзб: ...товарлар намуналари ва нархлар рўйхатини жўнатишни сўраймиз...; Таклифимизни кўриб чиқишни сўраймиз....*

1. Регламентланмаган хатлар расмий-мантқий ёки одоб юзасидан ёзилган матн шаклида амалга ошадиган

муаллифлик матнидан иборат бўлади [4, б. 12]. Улар одатда ҳикоя элементлари (масаланинг тарихи) одоб рамкаси ва иш хатининг мажбурий қисми – нутқий ҳаракатдан иборат бўлади:

одоб қоидалар: *We hope you will find our terms; We thank you or your letter; I look forward to hearing from you; I should be grateful if you would send me information; ўзб: ташаккур билдирамыз, умид қиламыз, муваффақиятлар тилаймыз, узр сўраймыз ва ҳоказолар;*

○ тасдиқлар: *тасдиқлаймыз;*

○ баёнотлар: *I have to say that I am very happy indeed to do so; I have to say, therefore, that I have absolutely no doubts in recommending her to you. - ўзб. аён қиламыз, эълон қиламыз; Сизга маълум қиламыз; хабар қиламыз ва бошқалар;*

○ талаблар, илтимослар: *I do hope that the foregoing is of help and if I can assist further, please, do not hesitate to contact me; ўзб: буюраман, талаб қиламыз, сўрайман, Сизга илтимос билан муружаат қиляпмыз;*

○ ваъдалар: *we guarantee - кафолат берамыз, we assure - ишонтирамыз, we take the responsibility of - мажбуриятни зиммамизга оламыз;*

○ эслатмалар: *we remind - эслатамыз; we want to remind - эслатиб қўймоқчимиз; we have to remind - эслатишига мажбурмыз ва ҳ.к.*

○ таклифлар: *we offer - таклиф қиламыз.*

Тижорий фаолият, бир томондан, амалий фаолият соҳаси ҳисобланадики, унинг доирасида юқорида санаб ўтилган вазифалар ҳал қилинади. Бошқа томондан, у савдо битимларини самарали амалга ошириш мақсадида товар айланиши мумомаласи соҳасида тижорий жараёнларни ташкил этишни ўрганувчи мустақил билимлар соҳаси, илмий ва ўқув фани ҳисобланади.

Адабиётлар

1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение. // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – С. 222-229.



2. Зернецкий П.В. Единство речевой деятельности в диалогическом дискурсе // Языковое общение: единицы и регулятивы: Сб. науч. тр. – Калинин, 1987. – С. 89-95.
3. Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство. – М.: Приор: Strix, 1998. – 143 с.
4. Тешабаева Д.М. Речевой этикет делового письма: Автореф. ...канд.филол. наук. – Ташкент, 2000. – 19 с.

Каримов Р. Лингвопрагматические особенности информационных писем в английском и узбекском языках. В статье рассматриваются лингвистические особенности торгового взаимодействия. Также в статье представлен анализ переписок в сфере торговли на английском и узбекском языках.

Karimov R. The lingual-pragmatic peculiarities of informative letters in the English and Uzbek languages. The article deals with the linguistic features of the trade interaction. Also in the article there is an analysis of trade correspondences in the English and Uzbek languages.
