

BIZNES NUTQI MASALASI VA UNING O'ZIGA XOS JIHLTLARI

S. Eshchonov¹, J. Djumabayeva²

Annotatsiya:

Tadqiqot jarayonida biznes nutq va uning boshqa professional nutqlardan farqli jihatlari aniqlanishi natijasida uning o'ziga xos tomonlari aniqlangan. Shuningdek, ishbilarmonlik aloqasi va munosabatlari xususida ham so'z yuritilib, uning funksiyalariga alohida e'tibor qaratilgan.

Kalit so'zlar: Biznes nutq, ishbilarmonlik munosabati, professional nutq, muloqot strategiyasi.

doi: <https://doi.org/10.2024/479pmh78>

Biznes nutqi masalasi hali ham fanda to'liq o'z yechimini topmagan muammodir. Ishbilarmonlik nutqi tadqiqotchilari fikrlari borasida o'zaro mutanosiblik yo'qligi sababli, ba'zi olimlar biznes nutqini institutsional nutq deb hisoblashadi. Boshqa bir guruh olimlar buni diktum nutqiga, ba'zilar esa kasbiy nutqning bir qismi sifatida qarashadi. Bundan tashqari, biznes nutqini faqat ishbilarmonlik nutqi deb hisoblaydigan bir guruh olimlar uni maxsus, tashkillashtiruvchi nutq sifatida tavsiflovchi ilmiy ishlar ham mavjud.

Ba'zi tadqiqotlarda eslatib o'tilgan o'xshash atamalar "tijorat", "korporativ", "muzokaralar" nutqi, "ishbilarmonlik nutqi" keng qamrovli tushunchasining kichik turlaridir. Boshqacha aytganda, biznes va iqtisodiyotdan tashqari, savdo, moliya, bank, menejment va boshqa sohalaridagi nutq tavsiflash uchun biznes nutqidan foydalanish zarurati mavjud.

Biznes nutqi tushunchasiga berilgan ta'riflarning keng doirasi va uni o'rganishga yondashuv biznes nutqining ko'p qirraliligini ko'rsatadi. Biznes nutqi – odamlarning ma'lum bir guruhi bilan muayyan kommunikativ o'zaro ta'sir sharoitida amalga oshiriladigan, maxsus janrlarda ifodalangan nutqning o'ziga xos tushunchasini belgilaydi. Biznes nutqi jamoaviy muhitda muloqotda, xizmat ko'rsatish nuqtai nazaridan, rasmiy suhbatlarda qo'llaniladigan nutqning alohida turi sifatida qaraladi.

Biznes nutqi so'zlashuv nutqidan sezilarli farqlarga ega. Uni professional nutq deb ham atash mumkin. Ishbilarmonlik munosabatlaridagi diskurs – bu kognitiv ko'rsatkich bo'lib, u empirik bilimlar majmuini shakllantirishga asoslanadi, aniq maqsadlarga erishishga xizmat qiladi va muloqot paytida psixo-emotsional vaziyatni tartibga soladi.

Aksariyat hollarda "muloqot" va "aloqa" atamaları bir-birining o'rnida ishlatiladi. Biroq, tadqiqotchi olimlarning fikriga ko'ra, aloqa – bu ma'lumot berish jarayoni sodir bo'ladigan davr. Demak, axborotni qabul qiluvchi obyekt nafaqat odam, balki mashina va hayvon ham bo'lishi mumkin. Muloqot esa teng maqomga ega sheriklar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarga asoslangan ikki tomonlama jarayondir. Muloqot ham kommunikativ (axborot yetkazib berish), masalan, tartibga solish (xulq-atvorni tartibga solish funksiyasi), perseptiv (suhbatdoshlarni idrok etish funksiyasi), taklif (ishontirish funksiyasi) dan boshqa funksiyalarni bajaradi. Shuning uchun ham "muloqot" va "aloqa" atamalarini ba'zan sinonim sifatida qo'llagan ma'qul.

¹ *Eshchonov Sanjar, O'zMU, Amaliy ingliz tili va adabiyotshunoslik*

² *Djumabayeva Jamila, O'zMU, Ingliz tilshunosligi kafedrası mudiri*

Ishbilarmonlik aloqasi – bu muloqotning pragmatik, pragmapsihologik xususiyatini belgilovchi persektiv, kommunikativ va interaktiv xatti-harakatlar darajasini o‘z ichiga olgan professional muloqotning shaxslararo madaniyatlararo zonasidir.

Umumiy ishbilarmonlik munosabatlari norasmiy munosabatlardan aniq maqsad va vazifalarni belgilashi bilan farq qiladi. Ishbilarmonlik munosabatlari inson hayotining eng muhim qismi va boshqa odamlar bilan muloqot qilishning asosiy shaklidir. Etnik me‘yorlar bunday munosabatlarning asosiy tamoyillaridan biri sifatida qaraladi. Ishbilarmonlik munosabatlaridagi og‘zaki nutqda aytilgan so‘z tez tushunilishi va tinglovchi tomonidan oson qabul qilinishi kerak. Shuning uchun biznes munosabatlarida nutq birliklari oson, yengil shaklda yaratilishi va nutq uslubiga mos kelishi kerak.

Ishbilarmonlik aloqasi – bu rasmiy aloqa sohasidagi kommunikatorlarning umumiy huquqlari va maqsadlari bilan bog‘liq bo‘lgan muayyan muammoni hal qilishga qodir bo‘lgan va istalgan natijaga yo‘naltirilgan aloqa hisoblanadi. Ishbilarmonlik munosabatlarini biz xizmat ko‘rsatish sohasidagi odamlar o‘rtasidagi aloqani rivojlantirishga qaratilgan murakkab va ko‘p qirrali jarayon deb ataymiz.

Ishbilarmonlik aloqasi sanoatni tashkil etish masalasini muhokama qilish, xizmat vazifalarini bajarish, faoliyatni rejalashtirish, tashqi aloqalarni o‘rnatish, qarorlar qabul qilish, shartnomalar tuzish va hujjatlarni imzolash uchun ishlatiladi. Biznes aloqasi sohasidagi har bir muloqotning mazmuni va shakli va har bir nutq tuzilishi kommunikativ maqsad va kutilgan natijaga bog‘liq.

Ishbilarmonlik aloqasi juda samarali bo‘lishi uchun barcha tarkibiy qismlarga, shu jumladan kommunikativ kompetensiyaga erisha olish kerak. Kommunikativ kompetensiya – bu atrofda odamlar, guruhlar va auditoriya bilan o‘zaro munosabatda bo‘lish qobiliyati, muzokaralar usullari va bilimlaridir. Kommunikativ kompetensiyani bilish deganda biz aloqa funksiyalarini, muloqot jarayonining xususiyatlarini, ovoz ohangini, sheriklarning ijtimoiy rollarini, taqdimot usullarini, verbal va noverbal aloqa vositalarini tushunamiz.

Ishbilarmonlik munosabatlarining o‘zi aniq maqsadlarga qaratilgan. Ya‘ni ishbilarmonlik munosabatlarini tashkil etish, muloqot strategiyasi va taktikasini tanlash, ishbilarmonlik munosabatlarida til vositalaridan foydalanish muayyan muammoni hal etishda samarali natijaga erishishga qaratilgan.

Ish munosabatlari – bu kasbiy, ilmiy, pedagogik faoliyatning ushbu sohalarida kasbiy faoliyatni tashkil etish va optimallashtirishga qaratilgan biznes sheriklarining o‘zaro muloqoti jarayoni bo‘lgan aloqa turi. Uni kasbiy, ilmiy, tijorat va boshqa xizmatlar sohasida qo‘llaniladigan va ushbu sohada yuzaga kelgan muammolarni tashkil qilish va umumiy yechimga kelish uchun xizmat qiladigan munosabatlar yoki aloqa turi deb ta‘riflasak ham bo‘ladi. Ishbilarmonlik aloqasi esa biznesning professional sohasida aniq maqsadlarga erishishga yordam beradigan xizmat yoki faoliyat turidir. Shuningdek, u biznes faoliyati sohasidagi odamlar o‘rtasidagi aloqani rivojlantirishning murakkab, ko‘p rejalashtirilgan jarayoni bo‘lib, haqiqiy muammolarni va natijalarni hal qiladigan biznes ma‘lumotlari va tajribasini almashishni talab qiladi.

Biznes nutqi uchrashuv, muzokaralar, taqdimotlar paytida muloqot qilish uchun zarur bo‘lib, ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan tashkilotlarda, ya‘ni ilmiy, ishlab chiqarish, boshqaruv va tijoratda professional darajada qo‘llaniladi.

Tadbirkorlik aloqasi sohasidagi har bir muloqotning mazmuni va shakli va har bir nutq tuzilishi kommunikativ maqsad va kutilgan natijaga bog‘liq. Ishbilarmonlik munosabatlari quyidagi funksiyalarni bajaradi: instrumental (boshqaruvning ijtimoiy mexanizmi); integrativ (biznes sheriklarini bog‘lovchi); o‘z-o‘zini taqdim etish (shaxsiy salohiyatni ko‘rsata olish); tarjima (harakatning aniq usullarini yetkaza olish); ijtimoiy nazorat (xulq-atvor va harakatlarni cheklash); sotsializatsiya (ishbilarmonlik muloqotining madaniy usullarini takomillashtirish); ekspressivlik (hissiy o‘zaro ta‘sir).

Biznes nutqida muloqot aniq intralingvistik va ekstralingvistik omillarni ko'rib chiqishni, ya'ni biznes sohasidagi muloqotni talab qiladi. Ishbilarmonlik aloqaning maxsus shakli hisoblanadi va muayyan maqsadda turli tadbirlarning tashkilotchisi va qatnashuvchisining maxsus yondashuvini o'z ichiga oladi. Ishbilarmonlik aloqasi ma'lum bir maqsad uchun tematikdir. U kommunikativ maqsad va kutilayotgan natijaga bog'liq.

Biznes nutqining standart modelini quyidagicha taklif qilamiz:

1. Muammo (mavzu – matn – ifodalangan fikr – axborot – hujjat)
2. Mavzu bilim (hikoya, g'oya, fikr, munosabat)
3. Axborot bilimlari
4. Psixologik-emotsional holat (tashvish, chekinish, xotirjamlik va boshqalar).
5. Jestlar (tana, qo'l, yuz harakatlari)
6. Xulq (kelish/ketish, salomlashish, o'tirish, xayrlashish, kiyinish odobi)
7. Nutq odobi (ovoz ritmi, professional nutq uslubi)
8. Munosabatlar etiketi (muloqot qilish, jamoatchilik e'tiborini jalb qilish, ijobiy munosabat qoldirish qobiliyatini ko'rsatish).

Ma'lumki, har qanday aniq professional maqsad o'zining muloqot mazmunini talab qiladi. Agar muloqotning maqsadi biror narsani tushuntirish bo'lsa, u holda ma'lumotni taqdim etishning mazmuni va shakli ko'rsatma, ma'lumot beruvchi (maslahat) yoki ifodali sharh bo'ladi.

Bugungi kun talabi o'z ishida bilim va qobiliyat, madaniyat va mehnatni namoyon eta oladigan biznes mutaxassislarini talab qilmoqda. Ishbilarmonlik munosabatlarining o'ziga xos xususiyatlari, o'rnatilgan odatlari va belgilangan hujjatlari mavjud. Bundan tashqari, ishilarmonlik muloqotida og'zaki til uchun ravonlik ham juda muhimdir. Muayyan muassasada ish olib borish jarayonida munozaralar, hujjatlar almashinuvi, muzokaralar olib borish, shartnomalar tuzish, uchrashuvlar, davra suhbatlarida ishilarmonlik muloqoti tili muhim o'rin tutadi. Ishilarmonlik aloqasi ishilarmonlik aloqalari sohasiga xizmat qilganligi sababli, unga qo'yiladigan talablar, ayniqsa, birinchi navbatda, nutq sifati (to'g'rilik, aniqlik) va axloqiy me'yorlarga qat'iy rioya qilish juda muhim.

Biznes tili muayyan sohadagi mutaxassisdan tizimli bilim, malaka va kasbiy til malakalarini talab qiladi. Mutaxassis o'z muhitida hamkasblari bilan muhokama qilganda, salomlashish, ishning borishini ko'rsatish, ish rejasini qisqacha tushuntirish jarayonida odob va madaniyat darajasini saqlab turishi kerak. Muayyan taklif yoki rejani muhokama qilishda boshqalarning nuqtai nazarini inobatga olmasdan baland ovozda gapirish, faqat o'z fikrini to'g'ri deb hisoblash ishilarmonlik munosabatlarida o'zaro tushunishga to'sqinlik qiladi.

Biznes tilining muhim xususiyati odob va madaniyat doirasida so'zlashish bo'lib, muhokama qilinayotgan mavzuni har tomonlama bilish, aniq ma'lumotlarni isbotlash zarurati asosiy shartdir. Biznes sohasida odamlar bilan to'g'ri muloqot qila olish va xizmat ko'rsatish tadbirkorlik faoliyatida muvaffaqiyatning eng muhim omillaridan biri bo'lib qolmoqda.

Biznes nutqining quyidagi muhim xususiyatlarini ko'zda tutish o'rinli: hikoya qilish; hisobot berish; munozara; xabardor qilish; fikr bildirish; muhim ma'lumotlarni eslatib o'tish; mazmunli nutqdan foydalanish; ko'rib chiqilayotgan masala bo'yicha fikrlarni aniqlashtirish; aniq xulosalar chiqarish; nutq madaniyatini saqlash.

Biznes nutqini dolzarb va mazmunli bo'lishi uchun mutaxassislar quyidagi shartlarni hisobga olishadi: fikr yoki g'oya muayyan vaziyatga bog'liqligi; yangi g'oyalarning muammoni aniqlashga ta'siri; o'xshatish va atamalar yordamida fikrni samarali yetkazish; ko'rib chiqilayotgan masala bo'yicha qo'shimcha mulohazalar mavjudligi; so'zlovchining pozitsiyasi; so'zlovchi va tinglovchi o'rtasidagi o'zaro muloqot.

Biznes muloqotining nutq shakli og'zaki va yozma ravishda amalga oshiriladi. U og'zaki shaklda amalga oshirilsa, nutq tiliga xos me'yorlarga, yozma shaklda amalga oshirilsa, yozma tilga xos me'yorlarga bo'ysunadi. Zero, biznes diskursi bu lisoniy muloqot sodir bo'ladigan

ijtimoiy muhit, til vaziyati, adabiy til normalari va nutq madaniyatining kesishishini aks ettiruvchi, ogʻzaki va yozma shaklda qoʻllaniladigan rasmiy uslubning bir turidir.

Biznes uslubi mutaxassislariga kasbi bilan bogʻliq holda yozma va ogʻzaki muloqot qilish imkonini beradi. Soʻzlashuv uslubida odamlar hech ikkilanmasdan darhol til muloqotiga kirishishi mumkin, ammo biznes munosabatlarida hamma ham ogʻzaki muloqot qila olmasligi mumkin. Bu kasb bilan bogʻliq katta tajribaga erishishni koʻrsatadigan ogʻzaki uslub turiga kiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati:

- [1]. Николаева Е.А. *Формирование устной иноязычной письменной деловой коммуникации у студентов менеджеров (на материале английского языка)*. - Пятигорск, 2007. - 213 с.
- [2]. Тимофеев М.И. *Деловое общение: Учебное пособие*. - М.: Риор, 2004. - 48 с.
- [3]. Лавриненко В.Н. *Психология и этика делового общения* /. - М.: Юнити, 1999. - 43 с.
- [4]. Панфилов А.К. *Деловой стиль в общении*. - М.: 2002. - 55 с.
- [5]. Холмуродова М. И. *Эркин Аъзам киноқиссалари тилининг социопрагматик аспекти*. -: *Filol. fanl. d-ri. diss.* -Andijon,2021. - 19 b.
- [6]. Матвеева Т.В. *Полный словарь лингвистических терминов*. - Р-на-Д.: Феникс, 2010. - 562 с.
- [7]. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. *Виды пространства, текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время: матер. науч. конф.* - М.: Диалог-МГУ, 1997. - С. 19-20.
- [8]. Серио П. *Как читаются тексты во Франции // В кн.: Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса*. - М.: Прогресс, 1999. - С. 12-53.
- [9]. Арутюнова Н.Д. *Лингвистический-энциклопедический словарь / под редакцией В.Н. Ярцевой*. - М.: Советская энциклопедия, 1990. - 137 с.