

## **IQTISODIY DISKURS VA TADBIRKORLIK DISKURSI: NAZARIY CHEGARALAR**

Raxmonova Sardora Muminjonovna  
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada iqtisodiy diskurs va tadbirkorlik diskursining nazariy chegaralari hamda o'zaro munosabati tadqiq etiladi. Iqtisodiy diskurs iqtisodiy siyosat, moliya, bank, soliqqa tortish, savdo, investitsiya, ishlab chiqarish va mehnat bozorini qamrab oluvchi keng kommunikativ hodisa sifatida talqin qilinadi. Tadbirkorlik diskursi esa tadbirkorlik faoliyati, biznes tashabbusi, innovatsiya, risk, investitsiya, raqobat va biznesni rivojlantirish bilan bog'liq ixtisoslashgan kommunikativ soha sifatida qaraladi. Maqolada iqtisodiy, biznes va tadbirkorlik diskurslari kommunikativ maqsadlari, ishtirokchilari, janrlari, kognitiv tuzilmalari va pragmatik funksiyalari nuqtayi nazaridan farqlanadi. Shuningdek, diskurs va konseptualizatsiya o'rtasidagi munosabatga alohida e'tibor qaratiladi. Tadqiqot natijasida tadbirkorlik diskursi keng iqtisodiy diskurs bilan chambarchas bog'liq bo'lishiga qaramay, o'ziga xos konseptual, pragmatik va lingvomadaniy xususiyatlarga ega bo'lgan nisbatan mustaqil diskurs turi sifatida qaralishi mumkinligi asoslanadi.

**Kalit so'zlar:** diskurs, iqtisodiy diskurs, tadbirkorlik diskursi, biznes diskursi, iqtisodiy kommunikatsiya, kognitiv model, pragmatika, lingvomadaniyat, tadbirkorlik, konsept

## **ECONOMIC DISCOURSE AND ENTREPRENEURIAL DISCOURSE: THEORETICAL BOUNDARIES**

Raxmonova Sardora Muminjonovna  
Uzbekistan State World Languages University

**Abstract:** This article examines the theoretical boundaries and interrelationship between economic discourse and entrepreneurial discourse. Economic discourse is interpreted as a broad communicative phenomenon encompassing economic policy, finance, banking, taxation, trade, investment, production, and the labor market. Entrepreneurial discourse, on the other hand, is viewed as a specialized communicative sphere associated with entrepreneurial activity, business initiatives, innovation, risk, investment, competition, and business development. The article distinguishes between economic, business, and entrepreneurial discourses in terms of their communicative goals, participants, genres, cognitive structures, and pragmatic functions. Particular

attention is also paid to the relationship between discourse and conceptualization. The study concludes that, despite being closely linked to the broader economic discourse, entrepreneurial discourse can be regarded as a relatively independent type of discourse possessing its own distinct conceptual, pragmatic, and linguocultural characteristics.

**Keywords:** discourse, economic discourse, entrepreneurial discourse, business discourse, economic communication, cognitive model, pragmatics, linguoculture, entrepreneurship, concept

Kirish. XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab tilshunoslikda tilni faqat grammatik va semantik tizim sifatida emas, balki insonning ijtimoiy faoliyati, tafakkuri va madaniy tajribasi bilan uzviy bog‘liq hodisa sifatida o‘rganishga e’tibor kuchaydi. Natijada diskurs tushunchasi zamonaviy tilshunoslikning asosiy kategoriyalaridan biriga aylandi.

Diskursni tadqiq etish til birliklarining real kommunikativ vaziyatdagi qo‘llanishini, nutq ishtirokchilarining maqsadini, ijtimoiy rollarini, kommunikativ strategiyalarini va muayyan sohadagi bilimlar tizimini aniqlash imkonini beradi. Shu sababli iqtisodiyot, siyosat, tibbiyot, huquq, ta’lim va biznes kabi sohalarga xos diskurslar alohida tadqiqot obyektiga aylangan.

Bugungi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy kommunikatsiyaning ko‘lami sezilarli darajada kengaymoqda. Moliyaviy hisobotlar, bank xabarlar, iqtisodiy sharhlar, biznes muzokaralar, investitsiya takliflari, startup taqdimotlari, biznes-rejalar va tadbirkorlarning ommaviy chiqishlari iqtisodiy mazmundagi kommunikatsiyaning turli shakllarini tashkil etadi.

Shu bilan birga, iqtisodiy diskurs, biznes diskursi va tadbirkorlik diskursi tushunchalarining o‘zaro chegaralari masalasi alohida nazariy ahamiyatga ega. Mazkur tushunchalar bir-biriga yaqin bo‘lsa-da, ularning kommunikativ maqsadi, ishtirokchilari, konseptual mazmuni va pragmatik vazifalari to‘liq bir xil emas.

Ushbu maqolaning maqsadi iqtisodiy va tadbirkorlik diskursining nazariy chegaralarini aniqlash, ularning umumiy va farqli jihatlarini ko‘rsatish hamda tadbirkorlik diskursining lingvistik maqomini belgilashdan iborat.

Munozara. “Diskurs” atamasi zamonaviy tilshunoslikda turli nazariy yondashuvlar asosida talqin qilinadi. Uning muhim xususiyatlaridan biri shundaki, diskurs faqat verbal matnning o‘zi bilan chegaralanmaydi. U kommunikativ vaziyat, nutq ishtirokchilari, ularning maqsadi, ijtimoiy munosabatlari va madaniy kontekstini ham qamrab oladi.

T.A. van Dijk diskursni tilning real ijtimoiy va kommunikativ faoliyatdagi qo‘llanishi bilan bog‘laydi. N. Fairclough esa diskursni ijtimoiy amaliyot bilan uzviy aloqada ko‘rib, til va jamiyat o‘rtasidagi munosabatga alohida e’tibor qaratadi.

Shu nuqtayi nazardan diskursni quyidagi formula asosida tushuntirish mumkin:

til + kommunikativ vaziyat + ishtirokchilar + maqsad + kontekst = diskurs.

Demak, iqtisodiy yoki tadbirkorlik diskursini o'rganishda faqat iqtisodiy terminlarni sanab chiqish yetarli emas. Ularning qanday vaziyatda, kim tomonidan, qanday maqsadda va qanday auditoriyaga yo'naltirilgan holda ishlatilishi ham hisobga olinishi zarur.

Iqtisodiy diskurs iqtisodiyot bilan bog'liq kommunikativ faoliyatning keng doirasini qamrab oladi. U iqtisodiy jarayonlarning barcha asosiy yo'nalishlarida namoyon bo'ladi.

Jumladan:

- iqtisodiy siyosat;
- moliya;
- bank;
- soliq;
- savdo;
- investitsiya;
- ishlab chiqarish;
- mehnat bozori;
- iqtisodiy o'sish;
- iste'mol;
- tadbirkorlik.

Iqtisodiy diskursning asosiy ishtirokchilari davlat tashkilotlari, moliya institutlari, banklar, korxonalar, investorlar, iqtisodchilar, tadbirkorlar, ekspertlar va iste'molchilardan iborat bo'lishi mumkin.

Mazkur diskursning janriy ko'lami ham keng:

- iqtisodiy hisobot;
- moliyaviy hisobot;
- iqtisodiy tahlil;
- ekspert sharhi;
- bank bayonoti;
- iqtisodiy yangilik;
- statistik ma'lumot;
- iqtisodiy prognoz;
- intervyu;
- rasmiy hujjatlar.

Shu jihatdan iqtisodiy diskursni iqtisodiy hayotning turli kommunikativ shakllarini qamrab oluvchi keng diskursiv makon sifatida tavsiflash mumkin.

Tadbirkorlik diskursi iqtisodiy diskursning nisbatan ixtisoslashgan qatlami bo'lib, uning markazida tadbirkorlik faoliyati va tadbirkor subyekti turadi.

Tadbirkorlik diskursida quyidagi konseptlar muhim o'rin egallaydi:

tadbirkor - biznes - imkoniyat - innovatsiya - risk - investitsiya - raqobat - rivojlanish - muvaffaqiyat - foyda.

Tadbirkorlik diskursining asosiy mavzulari biznes g'oyasini yaratish, yangi bozor imkoniyatlarini izlash, investitsiya jalb qilish, biznesni tashkil etish, riskni boshqarish, innovatsiyani joriy etish va biznesni rivojlantirish bilan bog'liq.

Uning kognitiv modeli quyidagicha ifodalanishi mumkin:

G'OYA

↓

IMKONIYAT

↓

TADBIRKOR

↓

INVESTITSIYA

↓

RISK

↓

BIZNES FAOLIYATI

↓

RAQOBAT

↓

RIVOJLANISH

↓

MUVAFFAQIYAT / FOYDA

Mazkur model tadbirkorlik diskursining jarayonli va faoliyatga yo'naltirilgan xarakterini ko'rsatadi.

Mazkur uch tushuncha o'rtasidagi munosabatni shartli ravishda quyidagicha ifodalash mumkin:

IQTISODIY DISKURS

↓

BIZNES DISKURSI

↓

TADBIRKORLIK DISKURSI

Biroq ushbu ierarxiya qat'iy chegara emas. Diskurslar bir-biri bilan kesishadi.

Masalan, investitsiya tushunchasi iqtisodiy, moliyaviy, biznes va tadbirkorlik diskurslarining barchasida qo'llanishi mumkin.

Iqtisodiy diskurs keng iqtisodiy jarayonlarni ifodalaydi.

Biznes diskursi kompaniya va tijorat faoliyatiga yo'naltiriladi.

Tadbirkorlik diskursi esa yangi biznesni yaratish, imkoniyatni aniqlash, innovatsiya, risk va biznesni rivojlantirishga ko'proq e'tibor qaratadi.

Shu sababli:

iqtisodiy diskurs - keng makrokommunikativ maydon;

biznes diskursi - tijorat va tashkilot faoliyatiga yo'naltirilgan kommunikativ qatlam;

tadbirkorlik diskursi - tashabbus, innovatsiya, risk va biznesni yaratish/rivojlantirishga yo'naltirilgan ixtisoslashgan diskurs.

Diskurslarni farqlashda kommunikativ maqsad asosiy mezonlardan biridir.

Iqtisodiy diskursda asosiy maqsadlar quyidagilar:

- iqtisodiy axborot berish;
- iqtisodiy jarayonni tushuntirish;
- iqtisodiy holatni tahlil qilish;
- iqtisodiy siyosatni izohlash;
- iqtisodiy prognoz berish.

Tadbirkorlik diskursida esa:

- biznes g'oyasini taqdim etish;
- investorni ishontirish;
- mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish;
- hamkor topish;
- biznes imkoniyatini ko'rsatish;
- muzokara olib borish;
- jamoani rag'batlantirish;
- biznesni rivojlantirish strategiyasini asoslash

kabi maqsadlar ustuvor bo'ladi.

Shu jihatdan tadbirkorlik diskursida ishontirish, ta'sir ko'rsatish va rag'batlantirish strategiyalari alohida ahamiyatga ega.

Masalan, investor oldidagi biznes taqdimotida odatda quyidagi kommunikativ ketma-ketlik kuzatiladi:

MUAMMO → YECHIM → BOZOR → MAHSULOT → BIZNES MODEL → INVESTITSIIYA → KUTILAYOTGAN NATIJA.

Bu model tadbirkorlik diskursining maqsadga yo'naltirilganligini ko'rsatadi.

Tadbirkorlik diskursining lingvistik xususiyatlari, avvalo, uning leksik tarkibida namoyon bo'ladi.

Ingliz tilida:

entrepreneur, entrepreneurship, startup, investment, funding, venture, innovation, risk, profit, growth, scalability, business model.

O'zbek tilida:

tadbirkor, tadbirkorlik, biznes, startap, investitsiya, sarmoya, innovatsiya, tavakkal, foyda, daromad, rivojlanish, biznes modeli.

Rus tilida:

предприниматель, предпринимательство, бизнес, стартап, инвестиции, финансирование, инновации, риск, прибыль, доход, развитие, бизнес-модель.

Biroq uch tildagi birliklarni faqat lugʻaviy ekvivalentlar asosida qiyoslash yetarli emas. Ularning kontekstual maʼnosi, baholovchi xususiyati va milliy-madaniy assotsiatsiyalari ham tahlil qilinishi kerak.

Masalan:

risk - tavakkal - риск

yoki

success - muvaffaqiyat - успех

kabi birliklar umumiy semantik mazmunga ega boʻlsa-da, ularning turli lingvomadaniyalarda qanday baholanishi va qanday konseptlar bilan bogʻlanishi farq qilishi mumkin.

Tadbirkorlik diskursini oʻrganishda uning kognitiv asoslarini aniqlash muhim. Chunki tadbirkorlik kommunikatsiyasi ortida muayyan konseptual modellar mavjud.

Masalan, TADBIRKOR konsepti quyidagi belgilar bilan bogʻlanishi mumkin:

tashabbuskorlik → mustaqillik → risk → innovatsiya → masʼuliyat → muvaffaqiyat.

BIZNES konsepti esa:

bozor → mahsulot → mijoz → raqobat → daromad → rivojlanish

kabi konseptual bogʻlanishlarga ega boʻlishi mumkin.

Tadbirkorlik diskursining lingvomadaniy jihati esa tadbirkorlikka boʻlgan milliy munosabatni ifodalashda koʻrinadi.

Ingliz, oʻzbek va rus tillarida entrepreneur - tadbirkor - предприниматель birliklari umumiy nominativ mazmunga ega. Biroq ularning konnotativ va madaniy mazmuni bir xil boʻlishi shart emas.

Tadbirkorlik tushunchasining mazmunida:

- mehnat;
- halollik;
- boylik;
- mustaqillik;
- tashabbus;
- masʼuliyat;
- ijtimoiy foyda

kabi qadriyatlar turli darajada namoyon boʻlishi mumkin.

Shuning uchun tadbirkorlik diskursining lingvomadaniy tahlili til birliklari orqali muayyan jamiyatning iqtisodiy qadriyatlarini aniqlash imkonini beradi.

Tadbirkorlik diskursi turli janrlarda namoyon boʻladi.

Ogʻzaki janrlar:

- biznes muzokaralari;

- investor pitchlari;
- tadbirkor intervyulari;
- konferensiya nutqlari;
- biznes seminarlar.

Yozma janrlar:

- biznes-reja;
- investor taklifi;
- biznes hisobotlari;
- kompaniya profili;
- biznes maqolalari.

Raqamli janrlar:

- professional ijtimoiy tarmoq postlari;
- startap saytlaridagi materiallar;
- biznes bloglar;
- elektron tijorat kommunikatsiyasi;
- biznes podkastlarining transkriptlari.

Tadbirkorlik diskursida kommunikativ strategiyalar ham muhim ahamiyatga ega.

Ular qatoriga:

- ishontirish;
- asoslash;
- taqdim etish;
- muzokara;
- rag‘batlantirish;
- ta’sir ko‘rsatish

kabilarni kiritish mumkin.

Bu jihatdan tadbirkorlik diskursi oddiy iqtisodiy axborotni yetkazishdan farq qiladi. Unda axborot berish bilan bir qatorda muayyan kommunikativ harakatga undash ham muhimdir.

Tadbirkorlik diskursini tadqiq etishda tadbirkorlik konseptosferasi tushunchasi alohida ahamiyatga ega.

Konseptosfera inson ongidagi muayyan soha bilan bog‘liq konseptlar, bilimlar, obrazlar va qadriyatlarining tizimini ifodalaydi.

Tadbirkorlik konseptosferasida:

TADBIRKOR

BIZNES

BOZOR

INVESTITSIYA

RISK

INNOVATSIYA

RAQOBAT  
FOYDA  
MUVAFFAQIYAT  
RIVOJLANISH

kabi konseptlar markaziy o‘rin egallashi mumkin.

Diskurs esa ushbu konseptlarning real kommunikatsiyadagi verbalizatsiyasini namoyon etadi.

Shu jihatdan:

KONSEPTOSFERA → kognitiv asos

DISKURS → kommunikativ realizatsiya  
sifatida talqin qilinishi mumkin.

Bu yondashuv tadbirkorlik konseptosferasining lingvokognitiv va lingvomadaniy xususiyatlarini tadqiq etish uchun muhim nazariy asos bo‘la oladi.

Raqamli iqtisodiyot tadbirkorlik diskursining mazmuni va janrlariga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda.

An’anaviy tadbirkorlik diskursida:

savdo → mahsulot → mijoz → foyda

modeli muhim bo‘lgan bo‘lsa, raqamli tadbirkorlik diskursida:

g‘oya → startup → texnologiya → investitsiya → platforma → global bozor → scale

kabi konseptual bog‘lanishlar shakllanmoqda.

Zamonaviy tadbirkorlik diskursida:

- digital entrepreneurship;
- startup ecosystem;
- fintech;
- e-commerce;
- venture capital;
- crowdfunding;
- artificial intelligence;
- green entrepreneurship;
- social entrepreneurship

kabi yangi tushunchalar faol qo‘llanmoqda.

Bu holat tadbirkorlik diskursining statik emas, balki iqtisodiy va texnologik o‘zgarishlarga moslashib boruvchi dinamik diskurs ekanligini ko‘rsatadi.

Ingliz, o‘zbek va rus tillarida tadbirkorlik diskursini qiyosiy o‘rganish universal va milliy xususiyatlarni aniqlash imkonini beradi.

Bunday tadqiqotda uch bosqichni ajratish mumkin.

Birinchii bosqich - nominativ tahlil

Tadbirkorlik konseptlarini ifodalovchi:

- soʻzlar;
- terminlar;
- birikmalar;
- frazeologizmlar;
- metaforalar

aniqlanadi.

Ikkinchi bosqich - kognitiv tahlil

Ularining ortida turgan:

- konseptual belgilar;
- freymalar;
- ssenariylar;
- metaforik modellar;
- assotsiativ bogʻlanishlar

oʻrganiladi.

Uchinchi bosqich - lingvomadaniy tahlil

Konseptlarning:

- milliy qadriyatlari;
- baholovchi komponentlari;
- tarixiy-madaniy assotsiatsiyalari;
- ijtimoiy mazmuni

qiyoslanadi.

Natijada uch tilning tadbirkorlik diskursida universal va milliy-madaniy komponentlarni ajratish mumkin.

Xulosa. Iqtisodiy diskurs va tadbirkorlik diskursi zamonaviy iqtisodiy kommunikatsiyaning oʻzaro bogʻliq, biroq funksional jihatdan farqlanuvchi shakllaridir.

Iqtisodiy diskurs iqtisodiyotning keng doirasini, jumladan, moliya, bank, soliq, savdo, ishlab chiqarish, investitsiya, mehnat bozori va iqtisodiy siyosatni qamrab oladi. Shu sababli u keng kommunikativ makon sifatida namoyon boʻladi.

Tadbirkorlik diskursi esa ushbu makonning nisbatan ixtisoslashgan qatlami boʻlib, uning markazida tadbirkor, biznes tashabbusi, imkoniyat, innovatsiya, risk, investitsiya, raqobat, rivojlanish va muvaffaqiyat kabi konseptlar turadi.

Biznes diskursi asosan tashkilot va tijorat faoliyatining kommunikativ tomonlarini qamrab olsa, tadbirkorlik diskursida biznesni yaratish, yangi imkoniyatlarni aniqlash, innovatsiya, risk va rivojlanish jarayonlari muhim oʻrin egallaydi.

Shu asosda tadbirkorlik diskursini iqtisodiy diskursning oddiy kichik turi sifatida emas, balki oʻziga xos kommunikativ maqsad, konseptual tizim, janrlar, pragmatik

strategiyalar va lingvomadaniy xususiyatlarga ega bo'lgan nisbatan mustaqil diskursiv hodisa sifatida tadqiq etish mumkin.

Ayniqsa, ingliz, o'zbek va rus tillarida tadbirkorlik diskursini qiyosiy o'rganish orqali mazkur tillardagi tadbirkorlik konseptosferasining umumiy va milliy-madaniy komponentlarini aniqlash imkoniyati yuzaga keladi.

Shunday qilib, "konseptosfera - diskurs - til" uchligi tadbirkorlik sohasini lingvokognitiv va lingvomadaniy jihatdan tadqiq etish uchun samarali nazariy model bo'la oladi.

### Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bhatia, V. K. *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. London: Longman, 1993.
2. Bhatia, V. K. *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View*. London: Continuum, 2004.
3. Fairclough, N. *Language and Power*. London: Longman, 1989.
4. Fairclough, N. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992.
5. Fillmore, C. J. *Frame Semantics // Linguistics in the Morning Calm*. Seoul: Hanshin, 1982.
6. Hyland, K. *Discourse of Business Communication*. London: Routledge.
7. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
8. Swales, J. M. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
9. van Dijk, T. A. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
10. Wodak, R., Meyer, M. (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, 2009.
11. Kubryakova, E. S. va boshqalar. *Kratkiy slovar kognitivnykh terminov*. Moskva: Filologicheskiy fakultet MGU, 1996.
12. Karasik, V. I. *Yazykovye klyuchi russkoy kultury*. Moskva: Gnosis, 2009.
13. Maslova, V. A. *Lingvokulturologiya*. Moskva: Akademiya, 2001.
14. Likhachev, D. S. Kontseptosfera russkogo yazyka // *Izvestiya AN SSSR. Seriya literatury i yazyka*. 1993. T. 52. № 1. S. 3-9.
15. Gartner, W. B. "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1989. Vol. 13. No. 4. P. 47-68.
16. Shane, S., Venkataraman, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // *Academy of Management Review*. 2000. Vol. 25. No. 1. P. 217-226.