

Тўпلامдан халқаро конференция материаллари ўрин олган. Мақолаларда филологиянинг турли йўналишларига оид сўнгги илмий кузатишлар ёритилган бўлиб, соҳанинг барча мутахассисларига мўлжалланган.

Тўплаб нашрга тайёрловчилар:

кич.и.х. М.Ҳакимов, таянч докторант Н.Қодирова

Таҳрир ҳайъати:

акад. Б.Назаров, ф.ф.д., проф. И.Ҳаққулов, ф.ф.д., проф. Қ.Қаҳрамонов, ф.ф.д. С.Мелиев, ф.ф.д. С.Тўлаганова, ф.ф.д. Д.Ражабов, ф.ф.д. Л.Шарипова, ф.ф.д. Ш.Давронова, ф.ф.н. Э.Очилов, ф.ф.н. Г.Сатторова, ф.ф.н. З.Қобилова, ф.ф.н. Ҳ. Сафарова, ф.ф.н. Қ.Тўхсанов

Тақризчилар:

Ф.ф.д. И.Ёқубов, ф.ф.д. Ш.Турдимов

Илмий тўпلام ЎзР ФА Ўзбек тили, адабиёти ва фольклори институти Илмий кенгаши қарори (2020 йил 15 декабрь, 7-сонли йиғилиш баённомаси)га асосан нашрга тавсия этилган.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ФАНЛАР АКАДЕМИЯСИ
ЎЗБЕК ТИЛИ, АДАБИЁТИ ВА ФОЛЬКЛОРИ ИНСТИТУТИ
ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
БУХОРО ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ
ҚЎҚОН ДАВЛАТ ПЕДАГОГИКА ИНСТИТУТИ

ФИЛОЛОГИЯНИНГ ДОЛЗАРЪ МАСАЛАЛАРИ

ACTUAL PROBLEMS OF PHILOLOGY

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ

халқаро илмий конференция материаллари
Materials of the International scientific conference
Материалы Международная научная конференция
*Филология фанлари доктори, профессор Шоира Нематовна
Ахмедова таваллудининг 60 йиллиги муносабати билан
ўтказилган халқаро илмий конференция материаллари
Materials of the International scientific conference Organized on
the occasion of the 60th anniversary of Doctor of Philology, Professor
Shoira Nematovna Ahmedova
Материалы Международная научная конференция
организована к 60-летию со дня рождения ученой, профессора
Бухарского государственного университета Ахмедовой Шоиры*

2020 йил 24-26 декабрь. Ўзбекистон
December 24-26, 2020, Uzbekistan

и раскрытию знаковой природы этих единиц.

Таким образом, семейные отношения: отношение к мужу и к жене, отношение к родителям, отношение к детям из поконов веков воспринимаются как ценность. И это ценностное отношение передаётся через паремиологические единицы. Но более ясно и красочно мы это содержание можем увидеть в пословицах. И когда мы сравниваем пословицы разных народов, то видим что семейные ценности, семейные предназначения, семейные традиции имеют общий характер. Анализируя русские и узбекские пословицы мы сделали вывод, что у них в семантическом содержании есть универсальный оттенок. Антропоцентрические пословицы, которые представляют нам семейные отношения содержат в себе и национальные, и специфические качества.

TIBBIY REKLAMALARDA USLUBIY FIGURALAR

Sobirova Dilnoza Rasulovna

Buxoro davlat universiteti

o'zbek tilshunosligi kafedrası tayanch doktoranti

(O'zbekiston)

Annotatsiya: Ushbu maqolada uslubiy figuralarning reklamalarda qo'llanishi, ularningta'sirchanlikni oshiruvchi vositalar ekanligi xususida so'z boradi. Keltirilgan fikrlar tibbiyotga oid reklama matnlari misolida izohlanadi.

Annotation: This article discusses the use of stylistic figures in advertising, as well as their effectiveness. The given ideas are explained by the example of medical advertising texts.

Аннотация: В этой статье рассматривается использование стилистических фигур в рекламе, а также их эффективность. Эти идеи объясняются на примере текстов медицинской рекламы.

Kalit so'zlar: tibbiy reklama, uslubiy figura, takror, anafora, assonans.

Keywords: medical advertising, methodical figure, repetition, anaphora, assonance.

Ключевые слова: медицинская реклама, методический рисунок, повтор, анафора, ассонанс.

So'nggi yillarda ommaviy axborot vositalari (OAV)ni o'rganishga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. Ayniqsa, OAVda asosiy o'rinni egallab ulgurgan vosita - reklamanning tili va uslubini tadqiq etish ilm ahlining e'tiborini tobora jalb etib kelmoqda. Zamonaviy jamiyatda reklama matnlari eng muhim kommunikativ vazifani bajaradi. Buning ajablanarli yeri yo'q. Chunki tovarlar va g'oyalarning erkin bozorida «reklama - taraqqiyotning dvigatelidir». Reklamalarda yorqin hissiy tasvirni yaratish usullaridan biri ularda uslubiy figuralardan samarali foydalanishdir. Filologiyada uslubiy figuralarni "sintaktik figuralar", " ritorik figuralar", "nutq figurasi" va hatto "poetik sintaksis" atamaları bilan nomlaydilar. Shu o'rinda Sitseronning quyidagi so'zlarini eslash maqsadga muvofiq: "So'zlarni ko'chma ma'nolarda qo'llash, eng avvalo, lug'atlardagi so'zlarning ma'no jihatdan kambag'alligidan kelib chiqqan bo'lsa, asta-sekin go'zallik va jozibadorlikka bo'lgan ehtiyoj ularning ma'nolarini kengaytira bordi. Bu esa

xuddi kiyim dastavval sovuqdan himoyalash vositasi sifatida vujudga kelgan bo'lsa, keyinchalik esa kishi tanasini bezaydigan libosga aylanganiga o'xshaydi".

Darhaqiqat, ijodkorlar nutqiy jozibadorlik uchun tinimsiz izlanishda bo'ladilar. Ularni ifodalashning yangi-yangi vositalarini izlab topishga harakat qiladilar. Ana shuning natijasi sifatida badiiy adabiyot tilidagi uslubiy figuralarning soni birmuncha ko'p va badiiy ta'sirchanlikning yuzaga kelishidagi salmog'i kattadir. Ilmiy adabiyotlardagi dalillarni ko'zdan kechirish bu figuralarning antiteza, apakopa, asindeton (bog'lovchisizlik), assonans, gradatsiya, diateza, tovushga taqlid, oksyumoron, paronomaziya, parallelizm, sanash, ritorik murojaat, kichraytirish, jim qolish, ellipsis, inversiya kabi turlari bo'lganligini va ularning ko'pi hozirgi zamon poeziyasida, jumladan, o'zbek poeziyasida ham yashab kelayotganligini ko'rsatadi. Birgina takrorning o'ttizga yaqin, masalan, alliteratsiya, anafora, naqarot, pleonazm, tautologiya, sharh, epifora, epistrofa, qaytalanish kabi turlarining mavjudligi badiiy uslubda ifodasvir imkoniyatlarining naqadar kengligidan dalolat beradi. Tabiiyki, bunday ta'sirchanlikni oshiruvchi vositalar reklamalarda ham muhim o'rin tutadi. Ayniqsa, tibbiy reklamalarda uslubiy figuralarning qo'llanishi adresant e'tiborini tortmasdan qolmaydi.

Tibbiy reklamalarda takror. Takrorma'noni kuchaytirish, intensivlik va emotsionallik uchun xizmat qiladi. So'zlovchi o'z sezgilariga iboraning mos emasligini anglab, sifatni miqdor bilan to'ldirishga harakat qiladi. Bu takrori yuzaga keltiradi. Takror emotsional nutqni xarakterlaydi¹. Tibbiy reklamalarda takrorning qo'llanishi salmoqli o'rin egallaydi. Kuzatamiz:

Faqat hozir emas,

Faqat hozir emas,

Faqat hozir emas,

Yo'q, yo'q, yo'q,

Faqat hozir emas!(*Stopdiar dori vositasi reklama matnidan*)

*Og'riq turli xil bo'lishi mumkin: keskin, siqadigan, o'tkir... **Og'riq, og'riq, og'riq!** To'xta! Tempalgin bor. Tempalgin ikkita komponentni o'zichiga oladi: birinchisi og'riqni qoldiradi, ikkinchisi asab tarangligini yo'qotadi. Tempalgin turli xildagi og'riqdan samarali vosita. Asab tarangligisiz Tempalgin.*

(*Tempalgin dori vositasi reklama matnidan*)

Senga endi mumkin emas,

Senga endi mumkin emas,

Senga endi mumkin emas!!!

Agar organizmda magniy miqdori yetarli bo'lsa, homiladorlik davrida xotirjam bo'lish oson.(*Magne B6 dori vositasi reklama matnidan*)

*Loraneks 24 soat davomida allergiya simptomlariga qarshi ta'sir qiladi. **Loraneks** bolalarga bir yoshdan tavsiya qilinadi. **Loraneks** allergiyasiz hayot go'zal!* (*Loraneks dori vositasi reklama matnidan*)

Yuqorida keltirilgan reklama matnlarida takror usuli fikr va his-tuyg'uni yaqqol ifodalash bilan birga, ta'sirchanlikni kuchaytirish, intonatsion

1 Ibragimova F. Antiellipsis lingvopoetik vosita sifatida. // O'TA, 2010-yil. 6-son. – B. 103.

ko'tarinkilikni bo'rttirib ko'rsatish uchun xizmat qilgan. Shu bilan birga takror reklama matnlarining, ayniqsa, dori vositalari nomining adresantlar ongida tezda saqlanib qolishi uchun ham xizmat qiladi.

Tibbiy reklamalarda antiteza. Antiteza uslubiy figuraning bir ko'rinishi hisoblanib, u nutqda ifodalilikni kuchaytirish uchun qarama-qarshi tushunchalar, fikr, obrazva shaxslarni qiyoslash, predmet yoki hodisalarning qarama-qarshi holatini tasvirlashdir. Reklama matnlarida ham antitezadan foydalanilgan o'rinlar mavjud:

Ko'proq foyda uchun kamroq harakat! Persil gelga o'ting! (Persil vositasi reklama matnidan)

Reklama matnida *kamroqvako'proq* antonim so'zlari antitezani yuzaga chiqargan. Ko'rinib turibdiki, antonim so'zlardan foydalanish yordamida antiteza san'atining ajoyib ko'rinishlari yaratilishi bilan reklamalarda ta'sirchanlik birmuncha ta'minlanadi.

Tibbiy reklamalarda anafora. Ma'lumki, anafora she'r yoki banddagi misra, gaplarning boshidagi so'z yoki so'z birikmasining misralar boshida aynan takrorlanib kelishidir¹.

Agar isitmangizbo'lsa,

Agarboshingizog'risa,

Tish og'riqtinchlikbermasa,

Yordamberadikyupen.

Kyupen, og'riqniqoldiradi,

Tabletkava gel kyupen (Kyupen dori vositasi reklama matnidan).

Tibbiy reklamalarda assonans. "Assonans" lotincha "assonare" so'zidan olingan bo'lib, "ohangdoshlik" degan ma'noni anglatadi. Matnga ohangdorlik bag'ishlash, ekspressivlikni ifodalash maqsadida foydalaniladi. Assonans she'riy misra, xususan, qofiyadosh so'zlar tarkibida kelib, nutqqa yaxlitlik, o'ziga xos musiqiylik baxsh etadi:

Bizning bipanten bilan onajonlar ko'ngli choq,

Ishonarli qo'llarda bizning jajji chaqaloq (Bipanten dori vositasi reklama matnidan).

Qorinda yig'ilsa dam,

Shifodir espumizan. (Espumizan dori vositasi reklama matnidan)

Femini bilan har dam

Ishonchli va dadil qadam (Femini vositasi reklama matnidan).

Reklama matnining xotirada tez muhrlanishi ham assonans natijasida yuzaga kelgan ohangdorlik tufaylidir.

Tibbiy reklamalarda gradatsiya. "Gradatsiya" so'zining ma'nosi «darajalanish» demakdir. Gradatsiya ham insonlardagi narsa va hodisalardagi ayrim belgi-xususiyatlarni, harakatlarni alohida urg'u bilan ko'rsatishga intilish samarasidir. Bunda so'zlarning uyushib kelishida uyg'unlik mavjud. Shunisi xarakterliki, gradatsiyada ketma-ket kelayotgan so'zlardan birining ma'nosi o'zidan oldin kelgan so'zga nisbatan ma'no jihatiga ko'ra kuchliroq bo'ladi:

Tizzalardagi og'riq bu har doim kutilmagan hodisa. Lekin men bunga

1 <https://uz.wikipedia.org/wiki/Anafora>

ko'nikmayman. Terafleks kremning tarkibida og'riq qoldiruvchi vosita va bo'g'imlar qurilish asosi mavjud. Shuning uchun tera fleks krem nafaqat og'riqlarni pasaytirishga, balki tizzalarning o'zini ham mustahkamlashga qodir.

- Istayman, qila olaman, bajaraman. (Terafleks krem reklamasi matnidan)

Ommaviy aloqa psixologiyasining mutaxassisi, amerikalik olim Richard Xarris ta'biri bilan aytganda, "ishontirishga mo'ljallangan aloqa turi" bo'lgan reklamalarda uslubiy figuralardan ta'sir etish va mahsulot haqidagi axborotning osonlik bilan yodda saqlab qolinishi uchun muhim vosita sifatida foydalaniladi. Kuzatishlar tibbiy mahsulot reklamalarida bu kabi vositalarning salmoqli o'rin egallaganligini ko'rsatadi.

Aminova AMIRA,

Buxoro davlat universiteti

Lingvistika (o'zbek tili) mutaxassisligi II bosqich magistranti

(O'zbekiston)

LINGVOKULTUROLOGIK KONSEPTLAR XUSUSIDA

Annotatsiya: Maqolada lingvokulturologik konseptni o'rganishga bag'ishlangan ilmiy tadqiqotlar tahlili keltirilgan. Jumladan, «труд» (mehnat), Любовь (sevgi), здоровье (sog'lomlik), "human" ("inson") va boshqa konseptlar yuzasidan olib borilgan tadqiqotlarning natijalari yoritilgan.

Annotation: The article provides an analysis of scientific research on the study of the concept of linguoculturology. In particular, the results of research on the concepts of "labor", the concept of "love", the concept of "health", the concept of "human" and others.

Аннотация: В статье представлен анализ научных исследований по изучению концепции лингвокультурологии. В частности, результаты исследования концепт «труд», концепт «любовь», концепт «здоровье», концепт «человек».

Kalit so'zlar: lingvokulturologik konsept, olamning lisoniy manzarasi, «труд» (mehnat) konsepti, Любовь (sevgi) konsepti, здоровье (sog'lomlik) konsepti, "human" ("inson") konsepti.

Key words: lingvo-kulturologic concept, linguistic view of the world, the concept of "labor", the concept of "love", the concept of "health", the concept of "human".

Ключевые слова: лингвокультурологический концепт, языковая картина мира, концепт «труд», концепт «любовь», концепт «здоровье», концепт «человек».

So'ngi vaqtlarda o'zbek tilshunosligida konseptni o'rganishga bag'ishlangan ilmiy tadqiqotlar soni o'sib bormoqda. Chunki zamonaviy tilshunoslikda konsept tabiatini tadqiq qilish birinchi darajali muhim rol o'ynaydi. Lingvo-kulturologik konsept hamda olamning lisoniy manzarasi tushunchalari doirasida bajarilgan dissertatsiyalarda fanning nazariy asoslari qatorida inson his-tuyg'usi, kechinmalari, axloqi, yoshi va faoliyati bilan bog'liq masalalar tahlil qilingan. Tilshunoslar konseptning milliy-madaniy jihatiga ham e'tibor qaratishgan.