



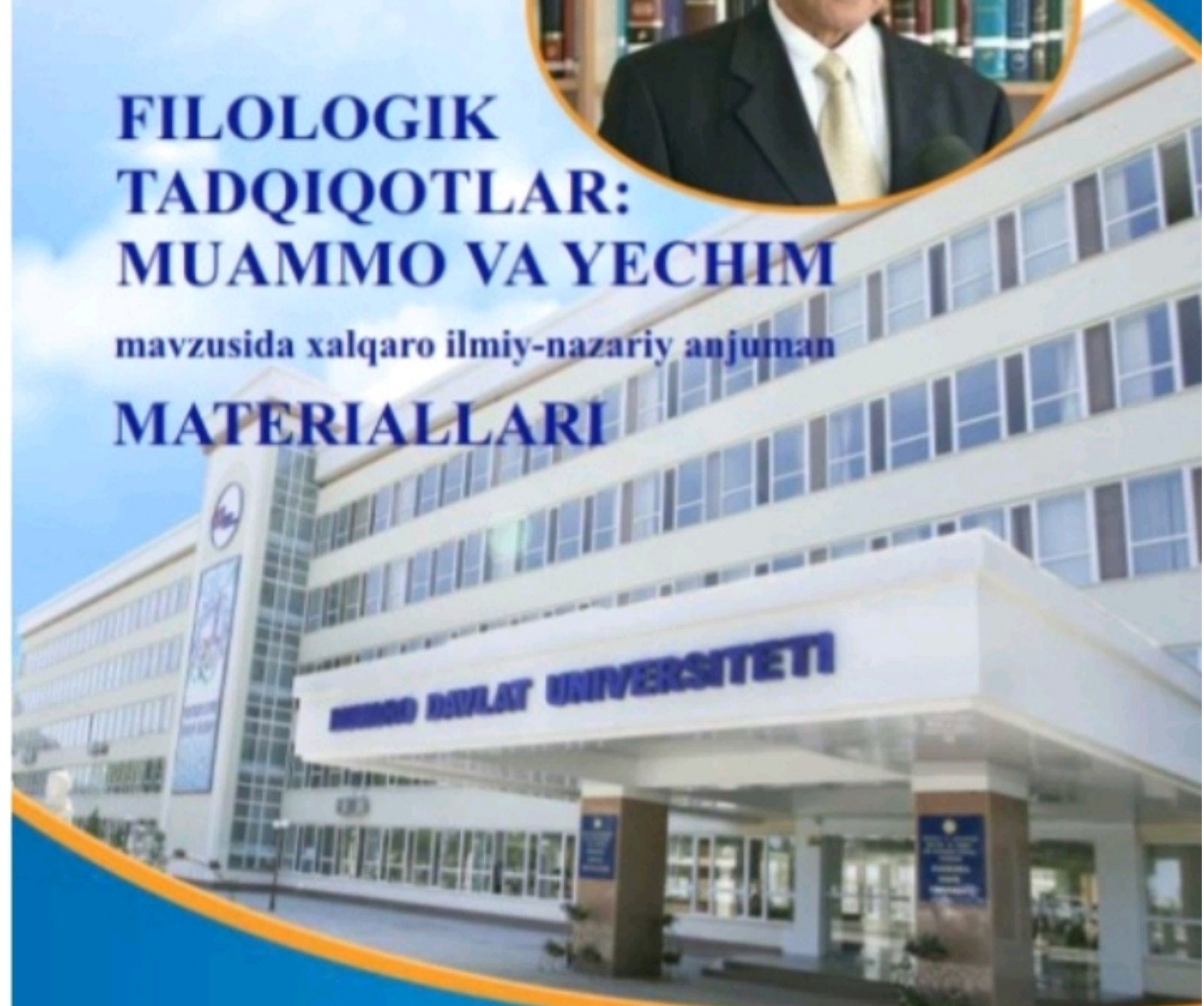
filologiya fanlari doktori, professor
Hamid G'ulomovich Ne'matov
tavalludining 80 yilligiga bag'ishlanadi



FILOLOGIK TADQIQOTLAR: MUAMMO VA YECHIM

mavzusida xalqaro ilmiy-nazariy anjuman

MATERIALLARI



2021-yil 22-noyabr

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
DAVLAT TILINI RIVOJLANTIRISH DEPARTAMENTI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
TOSHKENT DAVLAT O'ZBEK TILI VA ADABIYOTI
UNIVERSITETI
BUXORO VILOYATI PEDAGOG XODIMLAR MALAKASINI OSHIRISH
VA QAYTA TAYYORLASH INSTITUTI**

**“FILOLOGIK TADQIQOTLAR: MUAMMO VA YECHIM”
mavzusida xalqaro ilmiy-nazariy anjuman
materiallari**
(filologiya fanlari doktori, professor Hamid G'ulomovich Ne'matov
tavalludining 80 yilligiga bag'ishlanadi)

**«ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПРОБЛЕМА И
РЕШЕНИЕ»
материалы международной научной конференции
(доктор филологических наук, профессор Хамид Гуломович
Нематов
посвящается к 80-летию со дня рождения)**

**“PHILOLOGICAL RESEARCH: PROBLEM AND SOLUTION”
international scientific conference
(doctor of Philology, Professor Hamid Gulomovich Nematov
dedicated to the 80th birthday anniversary)**

Buxoro – 22-noyabr, 2021-yil

Anjuman O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2021-yil 16-iyundagi oliy ta'lim tizimidagi ustuvor vazifalarga bag'ishlangan videoselektor yig'ilishi, "O'zbekiston Respublikasi xalq ta'limi tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi hamda "O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi farmonlariga muvofiq tashkil etilmoqda.

Anjumanning maqsadi: filologiya fanlari doktori, professor Hamid G'ulomovich Ne'matov tavalludining 80 yilligini keng nishonlash va o'zbek tilshunosligi XXI asr birinchi choragida, filologiyada o'z yechimini kutayotgan dolzarb masalalar, til ta'limida zamonaviy pedagogik texnologiyalardan foydalanish, o'zbek va xorijiy tillarni qiyosiy o'rganish masalalarini ta'limning yetakchi mutaxassislar bilan tajriba almashish hamda ushbu sohadagi so'nggi tadqiqot usullarini ommalashtirishdan iborat.

DASTURIY QO'MITA

Xamidov O. X. – BuxDU rektori, i. f. doktori, professor, rais;

Qahhorov O.S. – BuxDU ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori, i.f.doktori, rais o'rinbosari;

Jamoliddinova O. – Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi maslahatchisi, a'zo;

Jumayev R.G'. – BuxDU o'quv ishlari bo'yicha prorektori, i.f.doktori (PhD), dotsent, a'zo;

Jahhorov S.Q. – BuxDU kasaba uyushmasi raisi, p.f.doktori, professor, a'zo;

Rajabov D.Z. – BuxDU filologiya fakulteti dekani, f.f.doktori (DSc), dotsent, a'zo;

O'rayeva D.S. – BuxDU filologiya fakulteti professori, f.f.doktori, a'zo;

Abuzalova M.Q. – BuxDU filologiya fakulteti professori, f.f.doktori, a'zo;

Axmedov A.R. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini mudiri, f.f.nomzodi, dotsent, a'zo;

Eshonqulov H.P. – BuxDU o'zbek tili va adabiyoti kafedrasini mudiri, f.f.doktori, dotsent, a'zo;

Yuldasheva D.N. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini professori, p.f.nomzodi, a'zo;

Nazarova S.A. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini dotsenti, f.f.nomzodi, a'zo.

Toirova G.I. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini dotsenti, f.f.f.doktori (PhD), a'zo;

TASHKILY QO'MITA

Axmedov A.R. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini mudiri, f.f.nomzodi, dotsent, rais;

Toirova G.I. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini dotsenti, f.f.f.doktori (PhD), rais o'rinbosari;

Safarov A.K. – Buxoro viloyati PXMOQTI rektori, p.f.nomzodi, dotsent, a'zo;

Mengliyev B.R. – Toshkent DO'TAU professori, f.f.doktori, a'zo;

Ne'matova G.H. – Buxoro viloyati PXMOQTI prorektori, f.f.nomzodi, dotsent, a'zo;

Hamroyeva Sh.M. – Toshkent DO'TAU doktoranti, f.f.doktori (DSc), dotsent, a'zo;

Qilichev B.E. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini dotsenti, f.f.nomzodi, a'zo;

Ne'matova L.H. – BuxDU rus tili va adabiyoti kafedrasini dotsenti, f.f.nomzodi, dotsent, a'zo;

Asadov T.H. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini dotsenti, f.f.nomzodi, a'zo;

Hojiyeva M.Y. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini o'qituvchisi, a'zo.

Yoqubova Sh. – BuxDU o'zbek tilshunosligi kafedrasini o'qituvchisi, a'zo.

Mas'ul muharrir:

Axmedov A.R. – filologiya fanlari nomzodi, dotsent

Taqrizchilar:

Abuzalova M.Q. – filologiya fanlari doktori, professor

Yuldasheva D.N. – pedagogika fanlari nomzodi, professor

Toirova G.I. – f.f.f.doktori (PhD), dotsent

Kumar Rauaj kizi Perdebaeva. Gazeta dizayniniñ onıñ mazmunına tásiri	195
Алима Кудияровна Пирниязова. К вопросу национально-культурной семантики фразеологизмов каракалпакского языка	198
Mahmud Rajabov. Til korpusi, uning mohiyati va korpusga bo'lgan ehtiyoj	201
M.Раҳимова. Номема ва семеманинг ўзаро муносабати	204
Умида Раҳимова. Ҳамид олимжон ижодида кофия	206
Doniyorbek Rustamov. Jadid ma'rifatparvari Mahmudxo'ja Behbudiyning til borasidagi qarashlari	208
Nigora Oxunjonovna Safarova, Miraziz Ikromovich Ismatullayev. Latifalarning boshqa og'zaki epik hamda kulgiga asoslanuvchi janrlar bilan munosabati	213
Сафарова Ҳилола Охунжоновна. Куёшни – иссиқни соғиниш изтироби	216
Султанова Ш. Грамматик терминлар тараққиётига оид	218
Maftuna Zoir qizi Safarova. Alisher Navoiy ijodida etnonimlarning qo'llanilishi	221
Mohinur Raxmiddinova Sayliyeva. Margaret Mitchellning "Shamollarda qolgan hislarim" asaridagi frazeologizmlarning funksional-diskursiv xususiyatlari	224
Sobirova Dilnoza Rasulovna. Tibbiy reklamalarning struktur xususiyatlari	227
Mahira Rasulevna Saidova, Jasmin Ulug'bekovna Kurbanova. Rus guruhlarida sinonimlar vositasida nutq madaniyatini shakllantirish	229
Ш.Х.Шаҳобиддинова, Д.А.Рустамов. Шахслараро мулоқот тизими	230
Ergasheva Maftuna Bayramaliyevna. Jon Steynbekning "Javohir" asari xususida	232
Aziza Raimjanovna Shaymardanova. O'zbek tilining intralingval lakunallari	234
Отабек Улашевич Шукуров. Термин неологизмлар хусусида	237
Гули Ибрагимовна Тоирова. Ўзбек тилининг миллий корпусини яратишда лингвистик моделлардан фойдаланиш	239
Ш.Д.Турдикулов. Сурхондарё митраумлари топонимиканинг ўрганиш объекти сифатида	244
Zulfiya Nozimovna To'yeva. Bayon – ona tili ta'limining pragmatik-didaktik vositasi	246
Қахрамон Раҳимбоевич Тўхсанов. Арханзм ва таржима	250
Tojiyeva Nargizaxon Elmurod qizi, Fattoyev Shohjahon Yorqin o'g'li. O'zbek tilini o'qitishda zamonaviy pedagogik texnologiyalardan foydalanishning ahamiyati	254
Усмонова София Алимовна. Апельлятив ва топоним	256
Xamidov Mansur Abdumannobovich. O'zbek tili paremiologik birliklarida somatik so'zlar salmog'i	258
Nigora Xudoyorova, Xumora Ismoilova. "Devoni Foni" da shoir ijodiy uslubi	259
Nurislam Iskandarovich Khursanov. Semantik groups of behavioral verbs in uzbek and english	262
Ўглоной Алламуродовна Худайназарова. Инглиз тилидаги мифоним компонентли фразеологизмларнинг сиёсий доирада қўлланилиши	264
Umida Ibrohim qizi Yahyoieva. -Ona affiksli yasama ravishlar, ularning lug'atlardagi ifodasi	266
Дилором Нигматовна Юлдашева. Фразема и ее синтаксический анализ	268
Юлдашева Нилуфар Эргашевна. Содда гапнинг структур тузилишини ўрганишга доир ёндашувлар	271
Dildora Yunus qizi Yusupova. Shoir Halima Xudoyberdiyeva she'riyatini o'rganish zarurati	275

va salbiy xususiyatlarini ochishga xizmat qiladi. Bir soʻz bilan aytganda, muallif iboralardan unumli va oʻrinli foydalana olgan.

Adabiyotlar:

1. Gone with the Wind by Margaret Mitchell A project Gutenberg of Australia eBook <http://gutenberg.net.au>. (2002).
2. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (2005).
3. Longman Dictionary of Idioms (1979).

TIBBIY REKLAMALARNING STRUKTUR XUSUSIYATLARI

DOI: 10.53885/edinres.2021.85.93.055

Sobirova Dilnoza Rasulovna

Buxoro davlat universiteti

tayanch doktoranti

Annotatsiya. *Ushbu maqolada reklamalarning oʻziga xos tuzilishi xususida soʻz boradi. Tibbiy reklamalarning boshlanma (sarlavha), asosiy reklama matni, exo-ibora, slogan kabi tarkibiy qismlari ommaviy axborot vositalari orqali eʼlon qilingan tibbiy reklamalar misolida asoslanadi.*

Kalit soʻzlar: *tibbiy reklama, struktura, boshlanma, sarlavha, asosiy reklama matni, exo-ibora, slogan*

Taniqli kopirayter O.Xakli: "Bitta samarali reklama matnini yaratishdan koʻra oʻnta sonet yozish osonroq", – deya taʼkidlagan edi. Haqiqatda samarali reklama matnini yaratish uchun kopirayterdan alohida bilim va isteʼdod talab etiladi. Reklamani struktur jihatlaridan xabardorlik esa reklama matnini yaratishni birmuncha osonlashtiradi. Reklamalarning struktur xususiyatlari qator olimlar tomonidan tadqiq etilgan. Serdobinseva fikriga koʻra, reklama matnining ikkita tarkibiy qismi mavjud:

- a) ajratilgan matn;
- b) asosiy matn [5; 24].

Ajratilgan matn bu oʻquvchi bir qarashdayoq payqagan barcha elementlarni oʻz ichiga qamrab oluvchi reklama matnidir. Bu elementlar, odatda, eʼtiborni jalb qilish uchun katta oʻlchamda (soʻzlar bosh harflarda, qalinlashtirilgan shaklda, yorqin ranglarda) beriladi. Asosiy reklama matni esa adresat tomonidan oʻqilishi yoki tinglab tushunilishi lozim boʻlgan kichik bir axborotni oʻz ichiga oladi.

I. Imshinetskayaning "Креатив в рекламе" nomli risolasida reklamani uch komponentdan tarkib topishi xususida soʻz boradi. Olima birinchi komponentni zachin (boshlanma), ikkinchisini ART (asosiy reklama matni), uchinchisini esa exo-ibora deb nomlaydi [1].

E. Serdobinsevaning reklama tili va qurilishiga bagʻishlangan tadqiqotida reklamalar ideal holda, uch qismdan: ochilish, asosiy matn va exo-iborasidan tashkil topishi qayd etiladi. Sarlavha – reklama matnini ochadigan qisqa reklama iborasi. Uning bitta asosiy vazifasi bor, u ham boʻlsa, qiziqish uygʻotish. Asosiy reklama matnining tuzilishi uning mualliflari tanlagan aloqa strategiyasini aks ettiradi va kommunikatsiya modellari asosida har xil yoʻllar bilan qurilishi mumkin, masalan, taqqoslash, dialog, koʻrsatmalar, topishmoqlar va boshqalar. Exo-iborasi – bu matnda tugaydigan qisqa reklama iborasi [2; 9].

Tadqiqotchi D.Mamirova reklamalarning sotsiologik xususiyatlari tadqiqiga bagʻishlangan tadqiqotida auditoriya, reklama vositasi (gazeta, jurnal, radio, televideniye va hokazo) va mahsulotlarning tabiatiga qarab reklama matnining tuzilishi turlicha boʻlishi mumkinligini qayd etadi. Olimaning fikricha, soʻzli matnlar slogan, sarlavha, asosiy reklama matni va exo-iboradan tarkib topadi [3; 42].

Tibbiy reklamalarning tuzilishi haqida soʻz borar ekan, uning boshqa (oziq-ovqat, maishiy texnika, koʻchmas mulk v.b.) reklamalar kabi asosan toʻrt tarkibiy qismdan iborat ekanligini taʼkidlash lozim: 1) boshlanma (sarlavha); 2) asosiy reklama matni; 3) exo-ibora; 4) slogan.

Bosma shakldagi tibbiy reklamalarda reklama qilinayotgan mahsulotning muammolardan xalos qiluvchi ekanligiga auditoriyani ishontirishni sarlavhadanoq boshlash lozim. Sarlavha reklama samaradorligini ta'minlovchi muhim omil hisoblanadi. Zamonaviy reklama otasi sifatida nom qozongan Devid Ogilvi shunday deb yozgan edi: "Menga sarlavhasiz reklamani taqdim etadigan kopirayterga hasad qilmayman". Bunday kopirayter joyida ishdan ketadi. Qani, bizning agentliklar ham bu amaliyotni qabul qilsalar edi! [4] Bosma shakldagi tibbiy reklama sarlavhasi: *Yana joningiz rohatda bo'ladi! Terbizil. (Terbizil dori vositasi reklama matnidan).*

Televizion reklamalarda sarlavha har doim ham qo'llanmaydi. Buni adresat e'tiborini ovozli xabar, yorqin tasvirlar orqali jalb qila olish imkoni mavjudligi bilan izohlash mumkin. Shu sababdan tibbiy reklamalarning dastlabki tarkibiy qismini boshlanma deya nomlashni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Tibbiy reklamalarning boshlanmasi odatda inson salomatligi bilan bog'liq muammolarni so'rash, eslatish (xabar), bartaraf etish usulini tavsiya qilish mazmunlarida bo'ladi.

1. Tibbiy muammolarni so'rash mazmuni bilan boshlanuvchi tibbiy reklamalar:

– *Ortiqcha vazndan qanday qutulishni bilmayapsizni?(Vest braun shop tibbiy asbobi reklama matnidan).* – *Sizda artrit yoki osteoxandroz bormi? Yumshoq to'qimalar shikastlandimi? (Nimid gel vositasi reklama matnidan).*

2. Tibbiy muammolarni eslatish (xabar) mazmuni bilan boshlanuvchi tibbiy reklamalar:

Beldagi og'riqlar... Bo'g'imdagi og'riqlar... (Bol-nol relaks gel reklama matnidan)
Kasallik doim to'satdan kelib, bizni esankiratib qo'yadi.(Rinomaks dori vositasi reklama matnidan)

Tizzalardagi og'riq – bu har doim kutilmagan hodisa. Lekin men bunga ko'nikmayman. (Terafleks krem vositasi reklama matnidan).

3. Tibbiy muammolarni bartaraf etish usulini tavsiya qilish mazmuni bilan boshlanuvchi tibbiy reklamalar:

Burun bitsa va grippni davolash kerak bo'lsa, nazaferondan foydalaning.(Nazaferon dori vositasi reklama matnidan)

Shamollash va grippning birinchi alomatlarida 363d04kani oching. (363d04ka vositasi reklama matnidan)

Tibbiy reklamalarning asosiy reklama matni (ARM) qismida reklama qilinayotgan dori vositasi (shuningdek, tibbiy asboblari, tibbiy xizmatlari)ning o'ziga xos xususiyatlari tavsiflanadi. Bunda reklama qilinayotgan tibbiy vosita qanday tibbiy muammoning yechimi bo'la olishi, afzalliklari hamda qabul qilish shartlari xususida so'z boradi: *Ekzoderil lak! Haftada atigi bir marotaba surtiladi. Tirnoq ichiga chuqur kirib zamburug'ga hujum qiladi. Tirnoq rangining o'zgarishi, qalinlashishi va deformatsiyalanishi bilan kurashadi. (Ekzoderil lak dorisining asosiy reklama matni)*

Exo-ibora butun bir reklamani xulosalovchi qismi hisoblanadi. Unda asosiy reklama matnida keltirilgan ma'lumotlar umumlashtirilib, xulosalanadi. Yana ham aniqrog'i, exo-ibora reklama matnida keltirilgan asosiy fikrni takrorlab, tugallangan tus beradi: *Jigaringizni bugundan avaylashni boshlang! (Essensiale forte N dori vositasi reklama matnidan)*

Reklama matnining eng muhim ajralmas tarkibiy qismi slogan hisoblanadi. Slogan kelticha "slaugharm" so'zidan olingan bo'lib, shior degan ma'noni anglatadi. Slogan atamasi shior, lozung deb ham yuritiladi. Slogan reklamani esda qolarli, shu bilan birga, reklama matnining boshqa tarkibiy qismlaridan mustaqil holda qo'llana olinishi bilan ajralib turuvchi qismidir: *Hayotni butun jigaringiz bilan seving! (Essensiale forte N dori vositasi reklama matnidan).* *Qorinda yig'ilsa dam, shifodir espumizan! (Espumizan dori vositasi reklama matnidan)* *Trombopol – yurakka g'amxo'r! (Trombopol dori vositasi reklama matnidan).*

Exo-ibora va slogan reklama matnining bir-biriga juda yaqin va o'xshash tarkibiy qismlaridir. Ammo ularni farqlash lozim: *Tempalgin turli xildagi og'riqdan samarali vosita (exo-ibora).* *Asab tarangligisiz Tempalgin (slogan).* *(Tempalgin dori vositasi reklama matnidan).*

Ko'p o'rinlarda exo-ibora bilan slogan teng kelib qolishi (bir xil bo'lishi) mumkin. Lekin ular aynan bir narsa emas. Boisi exo-ibora reklama matnini xulosalovchi, tugal tus beruvchi tarkibiy

qismidir. U boshlanma, asosiy reklama matni bilan bir butunlik hosil qiladi va yakka holda qo'llanmaydi. Slogan esa reklama strukturasi mustaqilligi va shu bilan birga yakka holda qo'llanishi bilan ajralib turadi. Slogan yakka holda qo'llanganda reklama matni avvaldan adresatlarga tanish bo'ladi. Bunda slogan eslatuvchi xarakterda voqelanadi.

Xullas, reklama matnining barcha tarkibiy qismlari (boshlanma, asosiy reklama matni, exo-ibora, slogan) mavjud bo'lganda, tibbiy reklama yanada jozibali, ishonchli bo'ladi, shuningdek, ular mohirona tarzda bir-biriga uyg'un holda yaratilsa, reklama matnining samaradorligi sezilarli darajada oshadi.

Adabiyotlar:

1. Имшинцевская И. Креатив в рекламе. Серия «Академия рекламы». М.: Рип-холдинг, 2004 <http://evartist.narod.ru/text11/58.htm>
2. Иванова А. А. Строй текста рекламной пропаганды: на материале английского языка тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 10.02.04, кандидат филологических наук. 2009. С. – 9. [л https://www.dissertcat.com/content/stroi-teksta-reklamnoi-propagandy](https://www.dissertcat.com/content/stroi-teksta-reklamnoi-propagandy)
3. Мамирова Д. Ўзбек реклама матларининг социолингвистик тадқиқи. Филология фанлари доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертацияси. Самарқанд, 2021. Б. – 42.
4. Репев А.П. Язык рекламы. Часть II. http://www.repiev.ru/articles/ad_lang_II.htm
5. Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов: Учебное пособие. Флинта, наука. Москва, 2010. С. – 24.
6. Шахобиддинова Ш., Рустамов Д., Попов Д., Рустамова Д., Абдуллаев Б., Миралимова Ш. Оммавий лисоний маданият. Мулоқот маданияти ва саводхонлиги. Жамоавий монография. – Андижон, 2021. 150 б.

RUS GURUHLARDA SINONIMLAR VOSITASIDA NUTQ MADANIYATINI SHAKLLANTIRISH

DOI: 10.53885/edinres.2021.88.48.056

Mahira Rasulevna Saidova

BuxDU rus tili va adabiyoti kafedrası
dotsenti

Jasmin Ulug'bekovna Kurbanova

BuxDU filologiya fakulteti 2 -kurs talabasi

Annotatsiya. *O'zbek tiliga Davlat tili maqomi berilishi uning nufuzini yanada yuqori ko'taradi. Davlat, xalq xo'jaligi, madaniyat hamda san'at sohasida uning qo'llanish ko'lami kengaydi. Natijada, rusiyazabon shaxslarda bu tilning nozik qirralarini yanada chuqurroq o'rganish uchun ehtiyoj tug'ildi. O'zbek tilining nozik qirralaridan biri nutqdagi sinonimiya masalasidir. Darhaqiqat, sinonimlarga xos qo'shimcha ma'no bo'yoqlarini to'la egallamay turib chiroyli, mantiqli, aniq, madaniy nutq so'zlash amrimahol.*

Kalit so'zlar: leksik sinonimlar, frazeologik sinonimlar, morfologik sinonimlar, sintaktik sinonimlar

Ma'lumki, sinonimlar leksik, frazeologik va grammatik (morfologik, sintaktik) ko'rinishlarga ega. Biz bu o'rinda rus va o'zbek tillarga leksik sinonimiyaga xos ma'no nozikliklarini chog'ishtirish orqali talabalarning nutq boyligini takomillashtirish haqida fikr yuritamiz.

O'zbek tilida ham, rus tilida ham sinonimlar, eng avvalo, shu tillarning ichki imkoniyatlari asosida paydo bo'lgan so'zlar hamda boshqa tillardan olingan so'zlar asosida paydo bo'ladi. Shuning uchun talabalarga biror so'zning sinonimini izlashda quyidagi ko'rgazmaga ular diqqatini jalb qilamiz.

Rus tilida: 1. лицо, образ, рожа, морда, печаль, грусть, горесть, скорбь, тоска.

O'zbek tilida: 1. yuz, bet, aft, bashara, turq, chehra, oraz.

Filologik tadqiqotlar: muammo va yechim

Anjumanning maqsadi: filologiya fanlari doktori, professor Hamid G'ulomovich Ne'matov tavalludining 80 yilligini keng nishonlash va o'zbek tilshunosligi XXI asr birinchi choragida, filologiyada o'z yechimini kutayotgan dolzarb masalalar, til ta'limida zamonaviy pedagogik texnologiyalardan foydalanish, o'zbek va xorijiy tillarni qiyosiy o'rganish masalalarini ta'limning yetakchi mutaxassislar bilan tajriba almashish hamda ushbu sohadagi so'nggi tadqiqot usullarini ommalashtirishdan iborat.

Toirova Guli Ibragimovna- BuxDU O'zbek tilshunosligi kafedrasida dotsenti, filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori.



Globe
EOTI