

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ФАНЛАР
АКАДЕМИЯСИ МИНТАҚАВИЙ БЎЛИМИ
ХОРАЗМ МАЪМУН АКАДЕМИЯСИ**

**ХОРАЗМ МАЪМУН
АКАДЕМИЯСИ
АХБОРОТНОМАСИ**

Ахборотнома ОАК Раёсатининг 2016-йил 29-декабрдаги 223/4-сон қарори билан биология, қишлоқ хўжалиги, тарих, иқтисодиёт, филология ва архитектура фанлари бўйича докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхатига киритилган

2024-4/4

**Вестник Хорезмской академии Маъмуна
Издается с 2006 года**

Хива-2024

МУНДАРИЖА
ФИЛОЛОГИЯ ФАҲЛАРИ

Abduvahobova M.A. Ingliz folklor matnlarining semiotik xususiyatlari	6
Achilova N.N. Ajarlarho timsolining jahon va o'zbek xalqlari adabiyotlaridagi muxtasar talqinlari	8
Akramov I.I. A Comparative analysis of Shakespeare's and Rumi's aphorisms on love	11
Akramov B.Q., Abdullayeva A.U. Fransuz tilida bozor va savdo jarayoni leksikasining ijtimoiy talqini	14
Akramov B.Q., Zaripov J.A. Fransuz tilida tijorat terminoleksikasining lingvomadaniy xususiyatlari	17
Aliyeva S.A. O'zbek geortonimlarining etimologik xususiyatlari	20
Almamatova Sh.T. Abdulla Qahhor hikoyalarida sinonimlarning qo'llanilishi	22
Ataboyev N.B., Ergashova K.I. Inglizcha va o'zbekcha korpuslarda vaqt tushunchasi va ularning semantik tahlili	26
Axmedova G.N. "Yumor (hajv)" leksik birliklari va ularning semantik xususiyatlari	29
Azimbayeva D.A. Conversion in english-uzbek languages and its cognitive features as a linguistic way	32
Bafoyeva N.A. Abdulla Qodiriyning "O'tkan kunlar" romanida mavjud antropoidikatorlarning tahlili	35
Bahodirova F.B. Diskurs, stilistika va pragmatika	38
Bekniyozova F.O. Olamning lisoniy manzarasini yaratishning o'ziga xos tamoyillari	41
Bozorova O'Q. O'zbek va ingliz tillaridagi frazeologizmlarda go'zallik konseptining qo'llanilishi	44
Burxonov B.B. Ingliz va o'zbek tillari kasbiy diskursining lingvokognitiv tadqiqi	46
Choriyeva Z.B. O'zbek va ingliz topishmoqlarining badiiy-kompozitsion xususiyatlari	49
Djumakulova D.K., Xoshimxo'jayeva M.M. Tarjimashunoslikda tarjima nazariyasi	52
Djumaeva N. History of investigating functional forms of the verb	54
Djumaeva N., Abdurakhmanova M. Religious picture of the world as an important component of linguistic picture of the world	56
Djumaeva N., Akhmadova N. Some characteristics of fairy-tale discourse	58
Djumaeva N., Murodova M. Diskurs lingvokulturologiyaning asosiy tadqiqot obyektini sifatida	61
Djurayev M.K. Kompyuter lingvistikasi imkoniyatlari va dasturiy texnologiyalar	63
Egamberdiyeva Sh.M. O'zbek va turk allalarida qushlar obrazi	68
Ergashova S.E. Eshqobil Shukur she'riyatida badiiy obraz takomili va badiiyati	70
Eshonqulova F.O. O'zbek va ingliz tilidagi maqollarning yosh va genderga oid xususiyatlari	72
Gafurov B.Z. Studying functional-semantic field of language as a linguistic phenomenon	75
G'ulomova R.R. Sociolinguistic analysis of curses of social groups of uzbek and english intellectuals	78
Hamroyeva Sh.Sh. The pragmatic aspects of translation	81
Haydarov A.A., Alimova M. Tovush talaffuzida ifodalangan konnotativ ma'nolar	84
Haydarova D.I. Nutqiy etiket va uning lisoniy tabiati	87
Ikramova K.Sh. Linguacultural peculiarities of the concept of 'woman' in Uzbek and English literature	90
Imamova G.T. "Boburnoma" asarida forecha o'zlashmalarning qo'llanilishi	92
Inamova D.E., Ismatova M.A. Compiling a parallel corpus for translation research	95
Ishqobilova H. Ingliz va o'zbek tillarida oila konseptining chog'ishtirma tahlili	98
Ismanova O.U. Terminlar unifikatsiyasi	100
Istamova D.S. Lexical, semantic-structural analysis of ecological terms in english and uzbek languages	103
Jomardova D.Q. Tibbiyot reklamalarida apellyativ leksikaning qo'llanilishi	105
Jumaniyozov A., Yusubova Ch. Nom ko'chishi yohud metonimiyalar haqida yana ayrim mulohazalar	108
Karimov R.A., Hamroyeva G. CLIC mualliflik korpusi tahlil metodlari	115
Karimova Yu.A. Lirik she'riyatda Bobur Mirzo siymosi	118
Khasanov M.A. Accent morphonological alternations in modern english	122
Khayrullayeva N.N. Semantic features of economic metaphors	125
Khodjaeva S.S. The problems of translating culture specific words	127
Kobilova A.B. Lingua-culture and the essence of the anthropocentric approach to language	130
Komilova N.S. Badiiy asarda diniy ohanglar talqini	134
Kurbonova N.R., Ikromova N.I. Ted Hyuz ijodi adabiy tanqidchilar nigohida	137
Kurbonov Z.O. Qo'shrabot tuman Mijgon va Tongit qishloqlari toponimikasi haqida ayrim fikr mulohazalar	141
Latipova S. Jo'ra Fozil hikoyalarida ijtimoiy muammolar talqini	144
Mahmudova N., Radjabboeva T. The types of transformations in german syntax	147
Makhmudova S.A. Cognitive aspects of meaning in the novels of James Aldridge	150
Makhsudova X.U. The theory of the origin of the concept of "fashion"	153
Mamajonov M.Yu. Psixolingvistik tadqiqotlar xususida	155
Mamatqulova Z.R. Rishton kulolchilik maktabi kasb-hunar leksikasining generatsiyasi va boyish manbalari	157
Matenova A.K. Ingliz lakunalarning aks etishi xolid xuseini asarlari asosida	159
Matnazarova X.S. Og'zaki diskurs tenorining U.Shekspir tragediyalarida berilishi	162

3. Gak, V.G. Fransuz filologiyasiga kirish matni. / V.G. Kanca. M.: Ta'lim, 1986. - 512 b.
4. Gerd, AC «Dalekt» tushunchasi bo'yicha bir nechta sharhlar Matn. // Moskva, 2001.-48 b.
5. Desnitskaya, A.B. Og'zaki nutqda supra-dialektal shakllar va ularning til tarixidagi o'rni Matn. / AB Desnitskaya. L., 1970. - 179 b.
6. Desnitskaya, A.B. Qiyosiy tilshunoslik va tillar tarixi Matn. / L., 1984. - 460 b.

UO'K 811.133.1

FRANSUZ TILIDA TIJORAT TERMINOLEKSIKASINING LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI

B.Q.Akramov, o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti, Buxoro

J.A.Zaripov, talaba, Buxoro davlat universiteti, Buxoro

Annotasiya. Ushbu maqolada fransuz til mavjud tijorat terminoleksikasining lingvomadaniy o'ziga xos xususiyatlari haqida muhim ma'lumotlar hamda olimlarning ta'riflari tahlilga tortilgan.

Kalit so'zlar: Tijorat, lingvomadaniyat, savdo-sotiq, terminologiya, bozor, leksika, tilshunoslik, lug'at, atama, sheva.

Аннотация. В данной статье анализируются важные сведения о лингвокультурных особенностях коммерческой терминологии французского языка и определениях ученых.

Ключевые слова: Коммерция, языковая культура, торговля, терминология, рынок, лексика, языкознание, словарь, термин, диалект.

Abstract. This article describes important information about the linguistic and cultural characteristics of the commercial terminology of the French language and the definitions of scientists are analyzed.

Key words: Commerce, linguistic culture, trade, terminology, market, vocabulary, linguistics, dictionary, term, dialect

Kirish. Fransuz tili terminologiyasiga bag'ishlangan ishlarning barchasida u yoki bu sohaning muayyan tushunchalarini anglatadigan, asosan, nominativ funksiyani bajaradigan birliklar termin hisoblanadi deb qaraladi. Hozirgi vaqtda terminologiya masalasining o'sib borishi, bir tomondan ilmfan, qishloq xo'jaligi, iqtisodiyotning dinamik rivojlanishi tufayli yangi tushunchalarning ko'payib borilishi deb qaralsa, ikkinchi tomondan, terminlarning shakllanish jarayoni rivojlanishi va funksiyasi kabi masalalarni chuqurroq o'rganilishi zarurligi bilan izohlanadi. Bilamizki, qadim zamonlardan beri insonlar har xil bilimlarga ega bo'lib, o'zlarining bilim zaxiralarini to'ldirib kelmoqdalar. Termin tushunchasini muhokama qilayotganda, atamalarning professional tilda qo'llanilishiga yana bir bor murojaat qilinishi kerak, bilamizki bu oddiy tildan farq qiladi [1]. Hozirgi tilshunoslikda yangi terminlarning paydo bo'lishi, ularning hayotga tadbiiq qilinishidagi to'siqlar, yasalish prinsiplari va usullari xususida turfa g'oyalar, nuqtai nazarlar ko'zga tashlanadi.

Terminologik tizimlar fan taraqqiyoti bilan birgalikda rivojlanib boradi. Terminlar umumiste'moldagi so'zlardan farqli ravishda joriy qilinib ularning qo'llanishi ma'lum darajada nazorat ostida bo'ladi. "Terminlar paydo bo'lib qolmaydi", aksincha, ularning zaruriyati anglangan holda "o'ylab topiladi", "ijod qilinadi"[2]. Masalan, bo'lajak iqtisodchilarning yozma yoki og'zaki nutqida kartel, kliring, tovar oboroti, mayda mulkchilik, mablag' ajratish, renta kabi tor doiradagina qo'llaniladigan terminlar ishlatilishi tabiiy bir holdir. Shu bilan birga, iqtisodiyot sohasining qator terminlari ham borki, ular muayyan til egalarining deyarli barchasi nutqida bab-baravar ishlatilaveradi: Bozor, mol, savdo, savdo-sotiq, pul, haridor, bozorchi, olib-sotar, chayqovchi kabilar shular jumlasidandir. Ta'kidlash lozimki, nafaqat iqtisodiyot balki fan-texnika, ishlab chiqarishning xilma-xil soha va terminlar majmui, ya'ni yig'indisi terminologiya deb ataladi. Terminologiya – terminlar haqidagi ta'limot va terminlar majmui degan ma'nolarni anglatadi[3]. Termin so'zi o'rinda ba'zan atama, istiloh so'zlarini ishlatish hollari uchrab turadi. Ammo bu to'g'ri emas. Atama termin so'ziga nisbatan tor tushunchani ifodalaydi. Istiloh so'zi esa arabchadir. Uni xalq tushunmaydi va meyorga aylangan emas. Terminologiya masalalari hamisha tilshunoslikning dolzarb masalalaridan biri bo'lib kelgan.

Metodlar. Har qanday tilning so'z boyligi u tarixiy yoki zamonaviy tusda bo'lmasin, insonlar tomonidan tuziladigan rang-barang lug'atlarda ma'lum darajada aksini topadi. Lug'at til so'z boyligini o'zida saqlovchi akkumulyator vazifasini bajaradi [4]. Bugun muayyan tilshunoslikning qay darajada rivojlangani, takomil topgani ayni tilda yaratilgan lug'atlarning turi, miqdori va sifati bilan o'lchanmoqda. Demak, terminologiya muayyan fanning tushunchalar tizimi bilan o'zaro munosabatda bo'lgan terminlar jami sifatida ta'riflanadi. Terminlar umumiste'moldagi so'zlardan farqli ravishda joriy qilinib ularning qo'llanishi ma'lum darajada nazorat ostida bo'ladi. Terminlar o'zidan o'zi paydo bo'lib qolmaydi, aksincha ularning zaruriyatini anglangan holda "o'ylab topiladi", "ijod qilinadi"[5]. Masalan, bo'lajak iqtisodchilarning yozma yoki og'zaki nutqida *kartel, kliring, tovar aylanmasi, maydamulkchilik, mablag'ajratish, renta* kabi tor doiradagina qo'llaniladigan terminlar ishlatilishi tabiiy bir holdir.

O'z-o'zidan ayonki, bu xildagi terminlar iqtisodiyotdan uzoqroq biror kasb egasining nutqida ishlatilmaydi. Shu bilan birga, iqtisodiyot sohasining qator terminlari ham borki, ular muayyan til egalarining deyarli barchasi nutqida bab-baravar ishlatilaveradi: *Tijorat, bozor, mol, savdo, savdosotiq, pul, xaridor, bozorchi, olib-sotar, chayqovchi* kabilar shular jumlasidandir[6].

Termino-leksika yoki terminologik lug'at - ma'lum bir bilim yoki faoliyat sohasida qo'llaniladigan maxsus lug'at. Atamalar - bu fan, texnologiya, tibbiyot, huquq, biznes va boshqalar kabi ma'lum bir sohada aniq va aniq ma'noga ega bo'lgan aniq so'zlar yoki iboralar. Terminoleksika bir qator xususiyatlarga ega:

1. **Aniqlik:** atamalar o'z ma'nosida aniq va bir ma'noli bo'lib, shu bilan noaniqlik va tushunmovchilikdan qochadi.

2. **Mutaxassislik:** atamalar ma'lum bir bilim yoki faoliyat sohasiga tegishli bo'lib, shu soha mutaxassislari tomonidan qo'llaniladi.

3. **Barqarorlik:** atamalarning ma'nosi vaqt o'tishi bilan barqaror va o'zgarmas bo'lib, foydalanishda bir xillikni ta'minlaydi.

4. **Tizimlilik:** atamalar bir-biri bilan aloqador bo'lgan tizimni tashkil qiladi va ma'lum bilim sohasining tuzilishini aks ettiradi.

Iqtisodiyot ya'ni tijorat sohaslarining ham o'zining terminlari mavjud ekan, shulardan: *Kartel* - kartel bitimlari (ital. cartelio — qog'oz, hujjat) — ishlab chiqaruvchilar yoki iste'molchilarning monopolistik birlashmalari shakli; bir tarmoqdagi mustaqil korxonalar, firmalar, kompaniyalarning ishlab chiqarish va sotishning umumiy hajmlari, narxlar, sotish bozorlari, har bir ishtirokchining hissasi, ishchi kuchi yollash va bozor to'g'risida bitimi [7]. Kartelni tashkil etishdan asosiy maqsad birlashma ichida raqobatni bartaraf etish, cheklash va ushbu kelishuvda qatnashmagan firmalar tomonidan bo'ladigan tashqi raqobatni bostirish yo'li bilan foydani oshirishdan iborat deb keltiriladi ba'zi bir manbalarda.

Tijorat haqida gap borar ekan, shu o'rinda aytib o'tishimiz lozimki, savdo iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish va qashshoqlikni kamaytirishning muhim vositasidir. Biroq bozorlarning ochilishi har bir davlatning o'ziga xos xususiyatlari va rivojlanish darajasiga mos ravishda keng qamrovli islohotlar bilan birga olib borilishi kerak [8]. Yuqorida sanab o'tganimizdek, tijorat sohasining ham o'zining shaxsiy terminlari mavjud:

➤ **"Un bussines angel"** ya'ni bu kelajakda foyda olish umidi bilan loyihada ulushga ega bo'lgan xususiy investor deb aytiladi.

➤ **"Investisseur/euse"** (investor) - bu foyda olish uchun o'z kapitalini ma'lum loyihalarga qo'ygan shaxs yoki kompaniyadir.

➤ Investorlar iqtisodiyotda muhim rol o'ynashadi, chunki ular uning rivojlanishi va faoliyatiga bevosita ta'sir qilishadi.

"Financement de la chaîne d'approvisionnement" ya'ni ta'minot zanjiri moliyasi, bu xalqaro va milliy savdodagi moliyaviy yechimlarning yangi yo'nalishi bo'lib, u ta'minot zanjirining barcha ishtirokchilari – ishlab chiqaruvchi va vositachi orqali yakuniy xaridorgacha yagona moliyaviy va texnologik vositalarni ishlab chiqishni nazarda tutadi.

"La couverture" ya'ni xedjirlash bu mumkin bo'lgan yo'qotishlarni minimallashtirishga qaratilgan klassik moliya bozorining keng tarqalgan mexanizmi. Oddiy qilib aytganda, to'siq - bu

asosiy investitsiya aktivi bilan teskari narx korrelyatsiyasiga ega bo'lgan aktivga investitsiya (asosiy aktivning o'sishi bilan tushadi va aksincha).

Xedjirlashning ikkita eng tipik holatlari bu risk-neytral pozitsiyani shakllantirish va halokatli stsenariydan himoya qilish, ya'ni yo'qotish miqdori investor uchun nomaqbul bo'ladi. Bunda xavf-xatarsiz asosiy bitimni amalga oshirish va biznes barqarorligini ta'minlash uchun investor mumkin bo'lgan foydadan voz kechishga tayyor bo'lishi kerak. Ta'kidlaganimizdek barcha sohaviy terminlar faqat o'z soha tilidagi terminlar bilan yoritiladi, xuddi tijorat terminlaridek. Yana terminlarga yuzlanadigan bo'lsak **“PPC”** (pay-per-click) - bu marketing taktikasi bo'lib, unda kompaniya o'z resursini reklama qiladi va havolani har bir bosish uchun pul to'laydi [9]. Fransuz tijorat terminlari deganda albatta **“loyiha”** terminini ko'p uchraydi. *Loyiha* - yakka tartibda yoki hamkorlikda amalga oshiriladigan, tadqiqot yoki dizaynni o'z ichiga olgan, ma'lum bir maqsadga erishish uchun ehtiyotkorlik bilan rejalashtirilgan har qanday tashabbusdir (*Oxford Dictionaries*) Chet tillarda **“PITCH”** ya'ni loyihangizning qisqa, tuzilgan taqdimoti. Asosiysi, quyidagi narsalarni aytib berish va ko'rsatish uchun vaqt topish:

- **Problème** (muammo) bu loyihangiz bilan hal qilmoqchi bo'lgan narsa. Demak, yechimning ilgari taklif qilingan yechimdan yaxshiroq ekanligini aytish;
- **Consommateur** (iste'molchi) tijoratchi o'zining maqsadli auditoriyasini shaxsan bilishi kerak, qancha iste'molchi uning yechimiga muhtoj va ular buning uchun qancha pul to'lashga tayyorligini bilish;
- **Équipe** (jamo) ta'sirchan tajriba yoki joriy qilingan loyiha natijalari ko'pincha investor g'oyani amalga oshirish uchun tijoratchiga pul hisob-kitobi bo'yicha ishonishi uchun hal qilingan sababdir ;
- **Rendement** (daromad) loyiha daromad keltirmasa nega investor unga sarmoya kiritishi kerak.

Tijoratchi loyihasida shunday savollarga javob topib keyin biznesni boshlashi kerak degan xulosaga kelamiz. Demak sohaviy terminlar orqali aynan o'sha sohani yoki kasbni, uning ko'nikmalarini chuqur o'rganish mumkin.

Xulosa. Tadqiqotimiz ko'rsatayotgani fransuz tilining terminleksikasi ya'ni tijorat lug'ati ishbilarmonlik aloqasi va savdoning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiruvchi bir qator xususiyatlarga ega. Ularning asosiylari sifatida quyidagilarni sanab o'tishimiz mumkin:

Maxsus lug'atdan foydalanish: Fransuz tilidagi tijorat terminologiyasi biznes, savdo, moliya va marketingning turli jihatlarini aks ettiruvchi ko'plab maxsus atamalarni o'z ichiga oladi.

Rasmiylik va aniqlik: Tijorat atamaları odatda rasmiy va aniq qo'llaniladi, chunki ular ko'pincha huquqiy hujjatlar, moliyaviy hisobotlar va shartnomalarni tavsiflash uchun ishlatiladi.

Sinonim va antonimlardan foydalanish: Fransuz savdo lug'atida atama va tushunchalarning ma'nosini oydinlashtirish uchun sinonim va antonimlar qo'llaniladi.

Xorijiy atamalarning importi va moslashuvi: biznesning globallashuvi tufayli chetdan keltirilgan va moslashtirilgan xorijiy terminlarni, ayniqsa, ingliz tilidan fransuz tilining tijorat lug'atida uchratish mumkin.

Qisqartmalar va qisqartmalardan foydalanish: Qisqartmalar va qisqartmalar ko'pincha tijorat lug'atida tashkilotlar, jarayonlar va standartlarni aniqlash uchun ishlatiladi, bu esa matnlarni yanada ixcham va tejamkor qiladi.

Ushbu xususiyatlar tijorat va biznes mutaxassislariga fransuz tilida samarali muloqot qilish va ma'lumotlarni etkazishga yordam berib o'z samarasini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI :

1. Begmatov E. Hozirgi o'zbek adabiy tilining leksik qatlamlari.–Toshkent.: Fan, 1982.
2. Hamidulla D. “O'zbek terminologiyasi”. Toshkent: Yoshlar Nashriyot uyi, 2019.
3. Marie-Claude L'Homme, La terminologie. Principes et techniques, Presses de l'Université de Montréal, 2004, 278 p.
4. Qahramonovich, A.B. "Structural-semantic features of commercial terminolexic." *Yangi O'zbekistonda Tabiiy va Ijtimoiy-gumanitar fanlar respublika ilmiy konferensiyasi* 1.1 (2023): 32-35.
5. Desnitskaya, A.B. Og'zaki nutqda supra-dialektal shakllar va ularning til tarixidagi o'rni *Matn. / AB Desnitskaya. L., 1970. - 179 b.*