

PRAGMALINGUISTICS, FUNCTIONAL TRANSLATION STUDIES AND INTEGRATION OF LANGUAGE TEACHING PROCESSES



Section 1: Cognitology and cultural linguistics in modern linguistics.

Section 2: Literary criticism and society.

Section 3: Problems of comparative typology and translation studies, modern problems of philology.

Section 4: Integration of communicative technologies in language learning.



Deep Learning
May 22, 2024
Network capable of
adapting itself to new
data



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY
TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

Ingliz tilshunosligi kafedrası

**PRAGMALINGVISTIKA, FUNKSIONAL TARJIMASHUNOSLIK VA TIL
O‘RGATISH JARAYONLARI INTEGRATSIYASI**

**mavzusidagi xalqaro miqyosidagi ilmiy-nazariy anjuman materiallari
TO‘PLAMI**

2024 yil, 22-may

Buxoro 2024

9. Шукурова, М. А. (2021). Анализ специальной лексики английского языка XVI века по аспектам терминологичности. *МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА*, 4(2).
10. Shukurova, M. A. (2017). Useful strategies in teaching grammar in english language classes. *Міжнародний науковий журнал Інтернаука*, (1 (1)), 146-148.
11. Askarovna, S. M. (2021). Historical background on the systematization of the vocabulary of ethics. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(3), 25-29.
12. Шукурова–БухГУ, М. А. (2020). КОРРЕЛЯЦИЯ СОЗНАНИЯ, ЯЗЫКА И СТИЛЯ НАУЧНО-ФИЛОСОФСКОГО ИЗЛОЖЕНИЯ ПЕРИОДА XVI-XVII ВЕКОВ. *ТАЪЛИМ ТИЗИМИДА ЧЕТ ТИЛЛАРНИ ЎРГАНИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ МУАММОЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ* *Халқаро илмий-амалий анжуман 5-6 март 2020 йил*, 597.
13. Askarovna, S. M. (2023). A BRIEF OVERVIEW OF THE DEVELOPMENT OF THE LEXICAL-CONCEPTUAL FIELD OF ETHICS IN THE XVIth-XVIIIth CENTURIES. *PEDAGOGICAL SCIENCES AND TEACHING METHODS*, 3(26), 25-31.
14. Шукурова, М. (2023). XVI-XVII ASRLAR INGLIZ TILI ETIKA TERMINLARINING STRUKTUR TAHLILI. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 41(41).
15. Шукурова, М. (2023). MODERN LINGUISTICS AND SOME PROBLEMS RELATED TO TERMINOLOGY. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 42(42). извлечено от https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/10953
16. Kovalev, I., Kovalev, D., Kovalev, R., Podoplelova, V., Losev, V., Borovinsky, D., ... & Gadoeva, M. (2024). Assessing the reliability of the hardware and software complex of fault-tolerant control systems. In *E3S Web of Conferences (Vol. 525, p. 05001)*. EDP Sciences.
17. Kovalev, I., Kovalev, D., Kovalev, R., Podoplelova, V., Losev, V., Voroshilova, A., ... & Gadoeva, M. (2024). The concept of architectural reliability of software for ensuring the functioning of request-free measuring stations. In *E3S Web of Conferences (Vol. 525, p. 05002)*. EDP Sciences.

O'ZBEK TILI REKLAMALARINING LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI

Ingliz tilshunosligi kafedrasida dotsenti,

f.f.f.d. (PhD) A.B. Kobilova

e-mail: a.b.kobilova@buxdu.uz

BuxDU, 2-bosqich magistranti Ro'ziyeva Dilrabo

Annotatsiya: *Ushbu tezis o'zbek tilida uchraydigan reklamalardan misollar keltirib, uning lingvomadaniy jihatlari tahlil qilinadi. Bunda reklamalarning til va madaniy nozikliklariga ham e'tibor qaratiladi.*

Key words: *reklama tili, lingvomadaniyat, qofiya, tilshunoslik, reklama matni,*

O'zbek tili uchun reklama matnlaridan foydalanish nisbatan yangi soha hisoblanadi. Reklama madaniyat ko'zgusi sanaladi va til va madaniyat aloqadorligini hisobga olgan holda biz reklama matnlarini yaratishimiz mumkin. Reklama o'zbek tili uchun yangi soha bo'lishiga qaramay, salmoqli ishlar turli olimlar tomonidan olib borilgan. Jumladan, A.Abdullayeva, SH.Abdullayeva, A.Azlarova, B.X. Abdullayev, F.Mallayeva, F.P. Nosirov, N.N. G'afforov va boshqalar. O'zbek madaniyatiga to'xtaladigan bo'lsak, bag'rikenglik, saxovatpeshalik, hojatbarorlik kabi xislatlar o'z aksini topgan. Bularning namoyon bo'lishini to'y tantanalarda o'ta o'ch bo'lishida, yillar mobaynida yig'ib terib elga tarqatishdan zavq-shavq olishida, a'za va yo'qlov marosimlarini birgalikda o'tqazishida, bola tug'ilishidan tortib motam marosimlarigacha jamoatchilik va mahalla ahlining doimo bosh qosh bo'lishida ko'rsak bo'ladi. O'zbek xalqi jamoa manfaatlarini, jaomatchilik fikri doirasida, an'ana va urf-odatlariga sodiqlik negizlarida birlashishga moyil va shunga intiluvchi xalqdir. Ular oila qadriyatlarini hammasidan ustun qo'yib, kattaga hurmatda va kichikka izzatda bo'lib yuradilar.

Yuqorida ta'kidlangan urf-odatlarini til bilan uyg'un holatda reklama matnlarida ham duch kelishimiz mumkin. Ushbu rejada biz o'zbek reklama matnlarining lingvomadaniy xususiyatlariga e'tibor beramiz. Til va madaniyat uyg'unligini quyidagi misollarda ko'rishimiz mumkin:

1. Qayerda bo'lmang istalgan vaziyatda TBC kredit oling.

2. Katta yutuqlar kichik qadamlardan boshlanadi. Millionlar to'plash uchun ming so'mdan boshlash mumkin.

Ushbu TBC bank reklamalarida eng kam so'z bilan, eng ko'p marketing ma'lumot visual ravishda yetkazib berilgan. Har bir so'z ehtiyotkorlik bilan tanlagan bo'lib, mijozlarni o'yga soladi. Ushbu reklamalarning birinchisida qofiyadan samarali ravishda foydalanilgan. Qofiya she'riyatda va reklama matnlarida keng qo'llanilovchi fonetik vosita hisoblanadi. Reklamadagi bo'lmang va oling so'zlari qofiyani hosil qilib, reklamaning ohangdoshlik, uyg'unlik va mazmuniy yaxlitlik xususiyatlarini birlashtirgan. Leechning ta'kidlashicha, qofiya reklama matnlarini eslab qolishni osonlashtiradi. Bundan tashqari qofiyadan foydalanish reklamaning emotsional ekpressivligini oshirishga ham xizmat qiladi¹. gapning buyruq gapda tuzilganligi mijozni shu harakatni qilishga ya'ni TBC kredit rasmiylashtirishga undaydi. Birinchi reklamaning madaniy taraflariga e'tiborimizni qaratadigan bo'lsak, milliy urf-odatlarimiz ushbu reklamada yaqqol ma'lum bo'ladi. Bunda, Namanganda to'y sarlavhasi ostida kelimga sovg'a berilishi kerak bo'lgan tillaning yo'qligi va Xivada yubiley sarlavhasi ostida ko'pchilik odamlarning yig'ilib bazm uyushtirayotganlarini ko'rsak bo'ladi. Namanganda to'y holati shuni ko'rsatadiki reklamada kelinchak milliyligimizni namoyon qilib adras ko'ylak, boshda do'ppi kiyib chiqqan. Yangi xonadonga yangi kelin kelganda unga sarpo qilish azal-azaldan qonimizga singib ketgan va TBC reklamada ushbu urf-odat va milliylikimiz tilla berish udumi orqali ifodalangan. Xivada yubiley holati esa o'zbeklarning qanchalik mehmondo'st, hamjihat, ahil, va saxiyliklarini ko'rsatib beradi. Ko'pchilik odamlarning yig'ilganligi, to'kin-sochin dasturxon yozilganligi bilan bir qatorda milliylikimizni ko'rsatib turgan yana bir jihat bu cholg'u asboblari qo'llarida milliy kiyim kiygan cholg'uchilar hisoblanadi. Birinchi reklama TBC kredit olish haqida bo'lsa, ikkinchisi ya'ni "Katta yutuqlar kichik qadamlardan boshlanadi. Millionlar to'plash uchun ming so'mdan boshlash mumkin" reklamasi TBC bankka deposit qo'yish bilan bog'liq. So'zlar ehtiyotkorona tanlanganligi sababli tinglovchilarni o'yga soladi va ushbu bankka omonatga pul qo'yishga undaydi. Madaniy tarafini oladigan bo'lsak reklama aytilgan paytning o'zidayoq biz hunarmandchilikimizning yorqin namunalari bo'lmish gilamchilik va kulolchilikni ko'rsak bo'ladi. Bunga qo'shimcha ravishda, reklamaning milliylikini oshiradigan yana bir jihat bu milliy kiyimlarimizning go'zal ravishda ko'rsatilganligidir. Boshqa millat vakillari ushbu reklamalarni ko'rgandan so'ng madaniyatimiz haqida oz bo'lsa-da ma'lumotga ega bo'lishlari mumkin.

Yana bir madaniyatimizni yorqin ravishda ko'rsatadigan reklama bu pepsi reklamasidir: Barchaning o'z Ramazon hikoyalari bor. Biz ularning bir qismi bo'lishdan xursandmiz. Bayramni pepsi bilan kutib oling! Ramazon muborak.

Ushbu reklamaning lingvomadaniy xususiyatlarini tahlil qiladigan bo'lsak, reklama darak gapda boshlanib yakunida buyruq gap ya'ni kutib oling fe'li bilan tugallangan. Deskriptiv tildan reklama bo'ylab samarali foydalanilgan. Ushbu reklamaning madaniy xususiyatlarini ko'rib chiqadigan bo'lsak, Ramazon musulmon mamlakatlari uchun diniy bayram hisoblanib, unda bir oy davomida ro'za tutiladi. Kun davomida faqatgina saharlik va iftorlik paytlari ovqatlanib, inson ushbu oyda o'z ruhini poklaydi. Xuddi shu oyda jannat eshiklari ochilib gunohlar mag'firat qilinadi. Ushbu reklama yaqinlashayotgan iftorlik paytini, dasturxonning to'kin sochinligini va stol ustidagi adras dasturxon milliylikimizning bir qismini va iftorlik paytida qanday jarayonlar bo'lishi to'g'risida ma'lumot berib o'tgan. Ramazon oyi faqat musulmonlar nishonlaydigan bayram bo'lganligi sababli, G'arb mamlakatlari ushbu reklamani tomosha qilgandan so'ng Ramazon oyi haqida ma'lumotga ega bo'lishlari mumkin. Nafaqat Pepsi kompaniyasi Ramazon oyi haqida reklamalar chiqargan va shuningdek Pure Milky, Media Park ham Ramazon oyini o'z reklamalariga qo'shib hozirgi payt bilan hamnafasliklarini ko'rsatib berishgan:

1. Saharlikni Pure Milky tvorogi bilan to'yimli boshlang!
2. Media Parkda barakali Ramazon oyi!

Ushbu misollarda to'yimli va barakali sifatlari samarali ravishda foydalanilgan. Sifatlar reklamalarda mahsulot yoki xizmatning qulayliklari, afzalliklari va foydali tomonlari haqida ma'lumot berish uchun qo'llaniladi. Sifatlar reklama yaratishda muhim ahamiyatga ega, chunki ular

¹ Leech, (1972) Advertisement Analysis: Syntactic Devices in English
Magazines in International Journal of Scientific and Research Publications

potensial mijozlarga mahsulot yoki xizmat haqida to'liq tushuncha berishga yordam beradi. Reklamalarda sifatlarni to'g'ri va sodda shaklda ifodalash, mijozlarning diqqatini jalb qilish va ularni qiziqtirish uchun juda muhimdir.

Sifatlarni foydali ko'rinishda ta'kidlash, ularning mijozlar uchun qanday foydali bo'lishi haqida ma'lumot berish, mahsulot yoki xizmatning afzalliklarini ko'rsatish va sifatlar orqali mijozlarga mahsulot yoki xizmatning qanday foydali bo'lishi mumkinligini ko'rsatish reklamalarda muhimdir. Sifatlarni to'g'ri va sodda shaklda ifodalash, reklama effektivligini oshirishga yordam beradi va mijozlar orasida eng yaxshi ta'sir qoldirishga imkon beradi.

Misollardan ma'lumki o'zbek reklamalarida eng ko'p buyruq va undov gaplardan foydalanilgan. Ushbu gap turlaridan foydalanish matnning emotsional-expressivligini oshirib, mahsulotlarni sotib olishga undashga xizmat qilayabdi. Natijada bu ma'lum bir kompaniyalarning savdosini oshirishga xizmat qiladi. Har bir mamlakat o'z madaniyatining o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turganligi kabi, o'zbeklarda ham ushbu xususiyatlar mehmondo'stlik, to'kin-sochinlik, hamjihatlik va milliy kiyim, bayramlari bilan namoyon bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Brierley, S. (1995). *The Advertising Handbook*. Routledge
2. Goddard, A (1998) *The Language of Advertising*. Routledge: New York
3. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/493/5/1/180066>
4. Bakhriddinova, K. A. (2020, December). Periphrasis-As A Stylistic Device. In *Archive of Conferences* (Vol. 10, No. 1, pp. 215-216).
5. Bakhriddinova, K. A. (2021). Some considerations about periphrases. *ACADEMICIA: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY RESEARCH JOURNAL*, 11(2), 1614-1617.
6. Bakhriddinova, K. A. (2022). Semantic and lingua-cultural features of English and Uzbek medical periphrases. *International Journal on Integrated Education*, 5(6), 162-167.
7. Kobilova, A. B. (2021, February). Periphrases used in medical texts and their characteristics (on the example of English and Uzbek languages). In *Archive of Conferences* (Vol. 15, No. 1, pp. 255-257).
8. Bakhriddinova, K. A. The use of the medical periphrases of the Uzbek and English languages in journalistic texts. *JournalNX*, 7(06), 143-150.
9. Kobilova, A. B. (2021). Some considerations about periphrases. *Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal*. ISSN: 2249-7137 Vol. 11, Issue 2, February 2021. Impact Factor: SJIF 2021= 7.492.– Page: 1637-1640. *Impact Factor: SJIF*, 7, 1637-1640.
10. Bakhriddinova, K. A. (2022, January). Voqelik obyektini perifrastik sinonimlar orqali ifodalash. In *Integration Conference on Integration of Pragmalinguistics, Functional Translation Studies and Language Teaching Processes* (pp. 71-73).
11. Kobilova, A. B. (2021). Periphrasis used in medical texts. In *Proceeding of International Conference on Research Innovation In Multidisciplinary Sciences, Hosted From New York USA 6th-7th of March* (pp. 261-262).
12. Kobilova, A. B. (2022). Инглиз ва ўзбек лингвомаданиятида тиббий перифразаларнинг хусусиятлари: филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси. *Бухоро*, 2022.–148-б.
13. Bakhriddinova, K. A. (2023). THE FORMATION OF MEDICAL PERIPHRASES IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES. *Finland International Scientific Journal of Education, Social Science & Humanities*, 11(2), 569-573.
14. Kobilova, A. (2024). ПРАГМАТИКА КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ АСПЕКТОВ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz)*, 46(46).
15. Kobilova, A. (2024). МЕДИЦИНСКИЕ МЕТАФОРЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТАХ. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz)*, 46(46).
16. Kobilova, A. (2024). ADVERTISING AS A SPECIAL TYPE OF TEXT. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz)*, 46(46).

MUNDARIJA

1 – SHO‘BA: ZAMONAVIY TILSHUNOSLIKDA KOGNITOLOGIYA VA LINGVOMADANIYAT

<i>Alimova M.Kh., Umarova Z.T., Ismoilova I.A.</i> Cognitive and cultural aspects of grammatical causation.....	3
<i>Rasulov Z.I., Bobojonov Sh.U.</i> A Comparative Analysis of Linguistic Phenomena with National-Cultural Significance: Mythological Lexical Units in English and Uzbek Languages	8
<i>Rasulov Z.I., Khikmatova Sh.U.</i> , Comparative analysis of non-equivalent lexicons and realia in English and Uzbek languages	12
<i>Haydarov A.A., Yodgorova M.U.</i> Exploring emotional concepts: understanding the multifaceted language of human feelings	15
<i>Хайдаров А.А., Барноева М.А.</i> , Характеристические особенности синонимов и антонимов .	18
<i>Haydarov A.A., Sattorova Sh.</i> , The usage of phonographical stylistic devices	21
<i>Haydarov A.A., Farangiz T.</i> ,..... Modallik ma'nosini ifodalashning lingvistik asoslari	24
<i>Ataboev N.B.</i> , Principles of data collection in creating a diachronic corpus.....	27
<i>Saidova M. U., Akhrorova M.</i> The importance of stylistic devices in the development of oral discourse.....	30
<i>Саидова М. У., Косимова Н.Ш.</i> Мимика как средство невербального общения в художественной литературе	33
<i>Qobilova N.S., Hojiyeva M.</i> Pragmatic analysis of prohibition speech acts in the English language	35
<i>Qobilova N.S., Yusupova D.</i> The historical development of speech economy in phonetics: insights into the works of scholars	39
<i>Rakhmatova M.M.</i> Travelogues about central Asia: orientalism and intertextuality	41
<i>Зикриллаев Ф. Н., Рўзиев Я. Б.</i> Диалектик материализм ва тилшунослик методологияси.....	45
<i>Bobokalonov O.O., Thierry J.M.</i> Cognitive science and linguoculturology in French modern linguistics	54
<i>Djalilova Z.B., Umarova M.</i> A study of metaphoric conceptualizations of happiness in English poetry	61
<i>Djalilova Z.B., Ibotova M.</i> Discourse analysis from linguistic perspective.....	64
<i>Kobilova A.B., Buriyeva G.</i> Pragmatic features of periphrasis in journalism.....	66
<i>Kobilova A.B., Ro'ziyeva D.</i> O'zbek tili reklamalarining lingvomadaniy xususiyatlari.....	68
<i>Kobilova A.B., Nasullaev A.</i> Characteristics of medical linguacultural metaphors in English.....	71
<i>Vaxidova F.S.</i> Tourizm terminlari rivojida sayohatnomalarning o'rni	73
<i>Shukurova M.A., Sobirova Sh.</i> Mood in English: exploring its characteristics and features.....	76
<i>Akhmedova S.H., Rakhimova N.B.</i> Explanation of the concept of stereotype in linguistic culture	80
<i>Akhmedova S.H., Shokulova L.</i> Characteristics of verbal and non-verbal communication on the Internet	83
<i>Nurmatova G.Kh.</i> Nanotechnology discourse.....	86
<i>Ruziyeva N.Z.</i> Unique features of euphemisms in language vocabulary	88
<i>Khayrullayeva N.N.</i> Iqtisodiy matndagi metafora vazifalari	91
<i>Баракатова Д.А.</i> Основные проблемы современной лингвистики: вызовы и перспективы ..	94
<i>Nazarova N.A.</i> The profound impact of anthroponyms	96
<i>Yuldasheva F.E.</i> The rules of conversation	99
<i>Akramov I.I.</i> Aphorisms: the production and loss of conceptual power	102
<i>Mukhammadieva N.M.</i> Specific features of emotional means of language	107
<i>Navruzova N. Kh.</i> Analyzing connotations in literary works.....	110
<i>Kodirova H. Kh.</i> The importance of pragmatic and communicative-functional approach in the translation of false speech acts.....	113
<i>Туйлиева Л. А.</i> Особенности организации ЛСГ глаголов биологического состояния	117