



BUXORO VILOYATI
HOKIMLIGI



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI



BUXORO
DAVLAT
UNIVERSITETI
1930



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
INNOVATSION
RIVOJLANISH VAZIRLIGI



DAVLAT TILINI RIVOJLANTIRISH
DEPARTAMENTI

DAVLAT TILI - TARAQQIYOT VA MILLIY YUKSALISH MEZONI

MAVZUSIDAGI RESPUBLIKA MIQYOSIDAGI ILMIY-AMALIY ANJUMANI



21-Oktabr

O'zbek tiliga davlat tili
maqomi berilgan kun
muborak bo'lsin!

BUXORO-2020

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI INNOVATSION
RIVOJLANISH VAZIRLIGI**

DAVLAT TILINI RIVOJLANTIRISH DEPARTAMENTI

BUXORO VILOYAT HOKIMLIGI

**DAVLAT TILI – IJTIMOYIY
TARAQQIYOT VA MILLIY
YUKSALISH MEZONI**

*(O'zbek tiliga Davlat tili maqomi berilganligining 31 yilligiga
bag'ishlangan respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari)*

BUXORO, 2020-yil, 16-oktabr

DAVLAT TILI – IJTIMOIIY TARAQQIYOT VA MILLIY YUKSALISH MEZONI

“Davlat tili – ijtimoiy taraqqiyot va milliy yuksalish mezoni” mavzusida Respublika masofaviy ilmiy-amaliy anjumani ilmiy maqola va tezislari to‘plami. (2020-yil,16-oktabr). Buxoro: 2020-y. 706 bet.

MAS’UL MUHARRIR:

Ahmedov A.R.

– f.f.n., dotsent

TAQRIZCHILAR:

Abuzalova M.Q. – f.f.d., prof.

Nazarova S.A. – f.f.n., dots.

Eshonqulov H.P. – f.f.n., dots.

Yo‘ldosheva D.N. – p.f.n. dots.

TO‘PLOVCHI VA NASHRGA TAYYORLOVCHI:

G‘aybullayeva N.I. – f.f.f.d (PhD)

Tosheva D.A. – f.f.f.d (PhD)

G‘ulomova Sh.Q. – f.f.f.d (PhD)

Ushbu Respublika masofaviy ilmiy-amaliy anjumanining ilmiy maqola va tezislari to‘plamida O‘zbekiston Respublikasining “Davlat tili haqida”gi Qonuni qabul qilinganining 31 yilligi hamda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbek tilining davlat tili sifatidagi nufuzi va mavqeyini tubdan oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi PF-5850-son Farmonida ko‘zda tutilgan “O‘zbek tili bayrami kuni”ni keng nishonlash, jumladan: o‘zbek tilining davlat tili sifatida nufuzini oshirish va qo‘llanish ko‘lamini yanada kengaytirish shuningdek o‘zbek tilining davlat va jamiyat hayotidagi mavqeyini yanada yuksaltirish, davlat tilining rivojlanishi, tarixiy taraqqiyoti, istiqboli bilan bog‘liq ilmiy tadqiqotlar samarasini oshirish, o‘zbek nazariy tilshunosligi, leksikologiya hamda leksikografiyasi, til siyosatini takomillashtirish konsepsiyasida belgilangan vazifalar va amaliy filologiyani rivojlantirish, o‘zbek tili ta’limi muammolari, davlat tilida ish yuritish va nutq madaniyati masalalari borasida fikr va tajriba almashish, sohada amalga oshirilayotgan ishlarni tahlil qilish va bu boradagi takliflarni ishlab chiqish bo‘yicha ilmiy, amaliy va uslubiy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Mazkur to‘plamga kiritilgan maqolalar va tezislarning mazmuni, statistik ma’lumotlar hamda bildirilgan fikr va mulohazalarga mualliflarning o‘zlari mas’uldirlar.

**DAVLAT TILI – IJTIMOIIY TARAQQIYOT VA
MILLIY YUKSALISH MEZONI**

Asadova M.F.	Zamonaviy tilshunoslikning milliy yuksalish va ilmiy tafakkur taraqqiyotidagi o'рни	431
Berdiyeva D.T. Alloqov F.B. Yaxshiqulova M.T.	Ayrim Qorako'l shevalarining leksik-semantik xususiyatlari	435
Boltayeva N.O'.	Publitsistik matnlarda sarlavhaning ifoda usullari	441
Bozorova G.Z.	O'zbek tilidagi pleonastik birliklar tasnifi	445
Halimov E.	Ona tili – millat g'ururi	458
Hamroyeva N.N.	Iltifot shaxslararo og'zaki muloqotning muhim tarkibiy qismi sifatida	454
Hamroyeva Sh. Gulyamova Sh.	Elektron lug'atlar kompyuter leksikografiyasi mahsuli	459
Haydarov A.	Ingliz va o'zbek tillarida onomatopeyalarning uslubiy xususiyatlari	465
Haydarova N.	O'zbek tili frazeologizmlarida milliy xususiyatlarning aks etishi	472
Islamov O'.	Til madaniyatining taraqqiyoti xususida	475
Karimov S. Rashidova U.	O'zbek tilida uslublararo frazema qo'llashda xilma-xillik	479
Mo'minov Sh. Madaminova S.	Rahbar nutqida hozirjavoblik	483
Nazarova S. Xojiyeva M.	So'z birikmalarida sintaktik va nominativ xususiyatlar uyg'unlashuvi	486
Qobilova A.	Perifrastik nominatsiyaning xususiyatlari.	490
Raximova R.	O'zbek tili tarixiga bir nazar	493
Salixova N.	O'zbek tilida undov so'zlarning o'рни	498
Qodirova Z.	Qisqa matnlarning lingvistik xususiyatlari	501
Sobirova D. Ziyoyeva M.	O'zbek muloqotida pleonazm	504
Sobirova D.	Publitsistik matnlarda so'z birikmasi-sarlavhalar	506
Toirova G.	Milliy korpus fragmenti interfeysini	509

ҚИСҚА МАТНЛАРНИНГ ЛИНГВИСТИК ХУСУСИЯТЛАРИ

Қодирова Зайнаб
БухДУ ўқитувчиси

АННОТАЦИЯ Ушбу мақола реклама матнларининг тил хусусиятларини ўрганишга бағишланган. Хусусан, реклама матни қисқа, шунинг учун ундаги сўзлар ёрқин, мазмунли, хотирада қоладиган, услубий бўёқдор сўزلардан ва тасвирий ифодалардан фойдаланиш, унда нолингвистик воситалар тил бирликлари билан биргаликда реклама матнларини ташкил этувчи воситалар сифатида қаралиши маҳсулот рекламаси учун аҳамиятли эканлиги мақолада ўз ифодасини топган. Реклама матнида сўз туркумларининг, чунончи, феъл ва сифатларнинг қўлланилиши маҳсулот ёки хизматнинг юқори сифатини таъкидлаш учун зарурлиги таъкидланган.

Европа тилшунослигида XXасрнинг иккинчи ярмида реклама матни ва унинг тил хусусиятларини ўрганишга эътибор кучайди. Реклама ижтимоий-иқтисодий, ижтимоий-гуманитар ва ижтимоий-маданий характердаги маълумотларни бирлаштирган кўп қиррали ҳодиса сифатида мақсадли тадқиқотлар амалга оширилган[8,9,10,11,12,13]. Жаҳон тилшунослигида рекламанинг миқдори, уни яратиш маҳорати, рекламанинг ўзига хос услуби, унинг қабул қилувчиларга таъсири каби муаммоларини назарий жиҳатдан ўрганиш ҳаракати кучайди. Реклама ҳозирги замон маданиятида энг кўп тарқалган матн турларидан бирига айлангани боис, унинг стилистик ва грамматик хусусиятлари, реклама матнининг луғавий-маданий хусусиятларини ўрганиш зарурати кун тартибига қўйилди. Замонавий реклама ахборот технологиялари ва оммавий ахборот воситаларидаги туб ўзгаришлар, ижтимоий ва иқтисодий муносабатлар, ҳозирда мавжуд маданий тушунчалар, қонун ва жамият тартиблари ва уларда инсоннинг ўрнини ўзида акс эттиради. Реклама ўзининг хилма-хил шаклга эга эканлиги билан ажралиб туради, ўз навбатида шартли равишда инсон фаолиятининг турли соҳаларида – тижорат соҳасидан тортиб ижтимоий соҳаларгача кенг қўлланиладиган асосий омиллардан биридир.

DAVLAT TILI – IJTIMOIIY TARAQQIYOT VA MILLIY YUKSALISH MEZONI

Мамлакатимизда “Ўзбек тилининг давлат тили сифатидаги нуфузи ва мавқеини тубдан ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони эълоннинг қилиниши, шунга кўра Вазирлар Маҳкамаси ҳузурида “Давлат тилини ривожлантириш департаменти” ташкил этилиши билан давлат идоралари ва ташкилотлари, жумладан, маҳаллий ҳокимият органларининг давлат тилида иш юритиши, давлат идораларида давлат тили тўғрисидаги қонун ҳужжатларига қатъий риоя этилиши устидан назорат олиб боришини мониторинг қилиш тизими яратилди. Ўзбекистонда ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ёрлиқларининг матнини давлат тилида ёзиш, ёзганда ҳам ўзбек тили имло қоидаларига тўлиқ амал қилган ҳолда хато ва камчиликларга ўрин қолдирмаган ҳолда амалга оширилиш ҳамда барча ташқи ёзувлар, эълонлар ва бошқа кўргазмали ахборот - реклама матнлари давлат тили тўғрисидаги Қонун ҳужжатлари[7]га мувофиқ бўлиши бугун учун жуда долзарб масаладир.

Реклама матнларининг ҳажми ва ёритиш усулига қараб бир неча хил жанрга ажратиш мумкин:

- эълонлар (қисқа ахборот хабарлари: *“Магазин қиммат нархда”, “Бизда 50% чегирма”*;
- эслатмалар (улар рекламалардан узунроқ бўлади): *“Узоқ қиш давомида ўз қоматингизни сақлаш ва баҳорда тўпланган ортиқча вазн учун ўзингизни айбламасликни хоҳлайсизми?”, “Қатъиятлик билан фаол вазн йўқотиш учун оддий қаҳва ўрнига “Турбослим” қаҳвани танланг”*;
- кўрсатмалар: *“... Янги доридан фойдаланиш... мураккаб даволашда яллигланиш ва томоқ оғригини тезда бартараф этади ва детоксификацион таъсири туфайли тана ҳароратининг нормаллашуви ва ўтқир ва сурункали касалликларнинг ҳолатини умумий яхшилашга ҳисса қўшади”, “.....рақамига бугуноқ қўнғироқ қилганларга - фирмадан совга!”*;
- тақризлар (китоб, кўргазма, фильм ва бошқаларни баҳолаш);
- мурожаатлар - реклама тахтаси учун одатий бўлган маҳсулотни сотиб олишни “талаб қилиш” билан адресатга тўғридан-тўғри мурожаат қилиш: *“Бу сенинг танловинг!”*;
- илмий -оммабоп эслатмалар ва мақолалар (уларда маҳсулотнинг ихтиро қилиниши тарихи, унинг ижобий хусусиятлари ҳақида ҳикоя

қилинади; одатда, бундай матнлар “жиддий” газета ва журналларда чоп этилади ва бутун саҳифани эгаллайди).

Сўз бойлиги даражасида рекламада кўпинча полисемия, омонимия, антонимия ва синонимияга асосланган матнлардан фойдаланилади. Эълон матнида антонимияни қўллашда контраст эффектини яратилади ва бу матнни янада мазмунли қилади. Антитеза усули айнан антонимияга асосланади: *Биз ишлаймиз – сиз ҳордиқ олинг!* Реклама матни хотирада яхши қолиши ва баъзан қўшимча маъноларни яратиш учун синонимлар ишлатилади. Кўпинча сўзларнинг такрорланишларини ҳам кузатиш мумкин. Масалан, реклама қилинган маҳсулотнинг номи кўп такрорланади: *Алоҳида одамлар учун ажойиб кўчмас мулк! КИТ Фортиснинг пайчилик фондлари билан янги йил билан кутиб олинг! КИТ Фортис фондларига бугунги инвестициялар – мен ишонган келажак.*

Реклама матнидаги эпитетлар реклама предметининг истисночилигини, унинг асл эканлигини таъкидлайди, метафора эса реклама қилинган маҳсулот ёки хизматнинг янада ёрқин қиёфасини яратишга ёрдам беради. Клишелар, қолиплар, “сийқаси чиққан” иборалар реклама матнини безатмайди. *“Тийин сўмни тежайди”* клишеси вақт ўтган сари ўзининг долзарблиги ва ўткирлигини йўқотади. Бунда қандайдир эскирган товарни мақтаётгандек таассурот пайдо бўлади.

Реклама тилида кўпинча имконият, истак ёки таклифни ифодаловчи ноаниқ феъл шакли билан қўлланилади. Умуман олганда, реклама матнларидаги феъл сўз туркуми бошқа туркумларига қараганда анча кўп қўлланилади: унинг ифодалилиги, ундовчанлиги бошқа сўз туркумларига қараганда инсонга кучлироқ таъсир кўрсатади. Масалан, **ҳис этинг, ташриф буюринг, марҳамат қилинг, танишиб чиқинг, танланг, кутинг, иштирок этинг, эга бўлинг, шошилинг, лаззатланинг, қувонин** ва ҳоказо.