



Ministry of Higher
Education, Science
and Innovation of the
Republic of Uzbekistan



2025
March 29



Pragmalingvistika, funksional tarjimashunoslik va til o'rgatish jarayonlari integratsiyasi

Прагмалингвистика, функциональное переводоведение и интеграция процессов преподавания языка

Pragmalinguistics, functional translation studies and integration of language teaching processes

International Scientific and Theoretical Conference

Section 1: Cognitive science and linguoculturology in modern linguistics.

Section 2: Literary studies and society.

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

Section 4: Integration of information and communication technologies into the language learning process.

for more info



**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**

2025 yil, 29-mart

Buxoro – 2025

Pragmalingvistika, funksional tarjimashunoslik va til o'rgatish jarayonlari integratsiyasi maqola va tezislar to'plami, to'plovchi va nashrga tayyorlovchi: M.A.Shukurova, G.F.Xayrullayeva, A.X.Qodirova; Buxoro; 2025 yil, 337 bet.

To'plamda respublikamiz olimlari, katta ilmiy xodim-izlanuvchilari va mustaqil izlanuvchilarining xorijiy tillarda o'quv va badiiy adabiyotlar, elektron darsliklar, ixtisoslashtirilgan rasmlar bilan bezatilgan gazetalar va jurnallarni yaratish hamda chop etish samaradorligini oshirish, yoshlarda chet tilni egallash darajalarining Yevropa tizimi (CEFR)ni o'rganishning o'rni, yoshlarga chet tilni o'rgatishning psixologik aspektlari, chet tilni o'rganishda til xususiyatlarining ahamiyati va muammolari, til va madaniyatlararo kommunikatsiya metodlari, tilshunoslik va adabiyotshunoslik masalalari, uslubshunos olimlarning ilg'or tajribalarining roli kabi masalalar talqiniga bag'ishlangan maqolalari o'z ifodasini topgan. To'plamda til muammolari bilan qiziquvchi ilmiy xodimlar, katta ilmiy-xodim izlanuvchilar, mustaqil tadqiqotchi-izlanuvchilar, magistrantlar va o'quvchilar foydalanishlari mumkin.

Tahrir hay'ati:

Prof. O.X.Xamidov, prof.K.A.Samiyev, prof. M.Q.Baqoyeva, prof.
D.S.O'rayeva, dots. N.B.Ataboyev, prof. Z.I.Rasulov (mas'ul muharrir),
M.A.Shukurova (mas'ul kotiba)

To'plovchi va nashrga tayyorlovchi:

Ingliz tilshunosligi kafedrası o'qituvchilari: M.A.Shukurova, G.F.Xayrullayeva,
A.X.Qodirova

Taqrizchilar:

Filologiya fanlari nomzodi, professor M.H.Alimova
Filologiya fanlari nomzodi, dotsent N.B.Bakayev
Filologiya fanlari nomzodi, dotsent Z.B.Toshev

«Просто добавь воды» (Rollton)

«Открой счастье!» (Coca-Cola)

Сегодня слоганы часто сопровождаются видеороликами, мемами и интерактивным контентом, что усиливает их воздействие. Чаще всего мы можем заметить их использование в телеграммах и инстаграмах (часто использующиеся приложения среди молодых) фразы перефразирования и тому подобное.

Основные стилистические приемы в рекламных слоганах

Рифма и ритм. Использование рифмы делает слоганы более музыкальными и легко запоминающимися. Этот метод создает прочные связи с товаром или услугой. Примеры:

«Все будут завидовать – ты в Adidas!»

«Чистота – вот это да!» (Domestos)

Игра слов и каламбуры создают комический эффект, делая слоган ярким.

Игра слов способствует позитивному восприятию бренда, делая слоганы забавными и интересными.

Примеры:

«Будь Pepsi!» (Pepsi)

«Сила – в правде!» (Балтика)

А еще это могут быть призывные конструкции. Слоганы, содержащие призыв, мотивируют потребителей воспользоваться продуктом или услугой. Такие фразы непосредственно воздействуют на аудиторию. Примеры:

«Возьми от жизни всё!» (Lay's)

«Открой счастье!» (Coca-Cola)

Гиперболизация (преувеличение). Слоганы с элементами гиперболы делают продукт более привлекательным для потребителей, подчеркивая его выдающиеся качества. Примеры:

«Тает во рту, а не в руках!» (M&M's)

«Чудо йогурт – и ты летаешь!»

Заключение. Использование различных стилистических приемов увеличивает эффективность рекламных слоганов. Яркие слоганы вызывают у клиентов эмоции, такие как счастье, любопытство или доверие, что улучшает запоминание. Хороший слоган также должен быть кратким, ритмичным и легко запоминаемым, чтобы формировать представление о компании и ее товарах. Бренды могут привлечь внимание и остаться в памяти потребителей за счет использования таких методов, как рифма, игра слов, призыв к действию, англицизмы, гиперболизация и эмоциональный отклик. Слоган, который будет успешным, должен быть кратким, выразительным и соответствовать духу компании.

Список использованной литературы:

1. Богатырев, П. А. (2009). Язык и рекламы: Семиотический и лингвистические аспекты. Москва: Издательство МГУ.
2. Карасик, В. И. (2011). Язык рекламного текста: коммуникативные стратегии и стилистика. Санкт-Петербург: Наука.
3. Cook, G. (2001). *The Discourse of Advertising*. London: Routledge.
4. Galperin, I. R. (1977). *Stylistics*. Higher School Publishing House.
5. Bakhodirovna, D. Z., & Firuzovna, N. L. (2025). ADVERTISEMENT DISCOURSE: THE INFLUENCE OF CULTURE ON DEPICTION OF SLOGANS. *THEORY AND ANALYTICAL ASPECTS OF RECENT RESEARCH*, 3(33), 291-295.
6. Djalilova, Z. (2023). LINGUISTIC FEATURES OF POLITICAL SPEECH. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 44(44).
7. Djalilova, Z. B., & Ibotova, M. K. (2024). THE NOTION OF DISCOURSE IN LINGUISTICS. In *INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH CONFERENCE* (Vol. 2, No. 20, pp. 95-97)

**MIRMUHSINNING “XO’JAND QAL’ASI” ASARIDA ISHLATILGAN NUTQIY
TEJAMKORLIK ELEMENTLARINING TAHLILI**

Saidov Xayrulla Shavkatovich,

s.x.saidov@buxdu.uz

**Buxoro davlat universiteti Ingliz tilshunosligi kafedrası dotsenti,
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)**

Najmiyev Mirshod Mizrob o'gli,

Buxoro davlat universiteti I bosqich magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada nutqiy tejamkorlik tushunchasi haqida ma'lumotlar beriladi, tilshunoslar bu tendensiyaning qanday nomlaganlariga misollar beriladi va Mirmuhsin tomonidan yozilgan “Xojand qal'asi” asarida ishlatilgan nutqiy tejamkorlik elementlari ya'ni grammatik, fonetik, sintaktik, stilistik, leksik-semantik, morfologik tejamkorlik kabi misollar bilan bog'jagan holatda tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: global, texnologiya, tejamkorlik, briqma, grammatik, fonetik, sintaktik, stilistik, leksik-semantik, morfologik, nutqiy, element, iqtisod, lisoniy, tamoyil, uslubiy bo'yodqorlik, ot kesim, to'liqsiz gap, gavhar, qo'shimcha, tilshunos, tendensiya, tahlil, prinsip, fenomen.

**ANALYSIS OF ELEMENTS OF SPEECH ECONOMY USED IN MIRMUKHSIN'S
WORK "KHOJAND CASTLE"**

Annotation: This article provides information about the concept of speech economy, gives examples of how linguists have named this trend, and analyzes the elements of speech economy used in Mirmuhsin's work "The Fortress of Khojand", namely grammatical, phonetic, syntactic, stylistic, lexical-semantic, morphological economy, etc., in conjunction with examples.

Key words: global, technology, economy, briqma, grammatical, phonetic, syntactic, stylistic, lexical-semantic, morphological, speech, element, economy, linguistic, principle, stylistic coloring, participle, incomplete sentence, gem, addition, linguist, tendency, analysis, principle, phenomenon.

**АНАЛИЗ ЭЛЕМЕНТОВ РЕЧЕВОЙ ЭКОНОМИКИ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ В
ПРОИЗВЕДЕНИИ МИРМУХСИНА «ХОДЖАНДСКИЙ ЗАМОК»**

Аннотация: В данной статье дается информация о понятии экономии речи, приводятся примеры того, как лингвисты называют это направление, а также анализируются элементы экономии речи, использованные в произведении Мирмухсина «Крепость Худжанд», а именно грамматическая, фонетическая, синтаксическая, стилистическая, лексико-семантическая, морфологическая экономия и т. д., в совокупности с примерами..

Ключевые слова: глобальный, технология, экономика, брикма, грамматический, фонетический, синтаксический, стилистический, лексико-семантический, морфологический, речевой, элемент, экономия, лингвистический, принцип, стилистическая окраска, причастие, неполное предложение, драгоценность, дополнение, лингвист, тенденция, анализ, принцип, явление.

Til nutqning aksi chunki o'y-fikrlar til vositasida ro'yobga chiqadi. Biz shiddat bilan rivojlanayotgan, global va texnologiya davrida yashamoqdamiz va bunday omillar tilga ham ta'sir etmoqda. Bu degani insonlar yozma va og'zaki nutqda nutqiy tejamkorlikka intilmoqdalar ya'ni so'zlarni qisqartirish, tushurib qoldirish va bir nechta so'zlardan iborat brikmalar o'rnida qisqargan shaklini ishlatishdir ya'ni grammatik, fonetik, sintaktik, stilistik, leksik-semantik, morfologik tejamkorlik kabi tejamkorlik mavjud. Ushbu maqolada zabardast yozuvchi Mirmuhsin qalamiga mansub tarixiy roman “Xo'jand qal'asi” asarida ishlatilgan nutqiy tejamkorlik elementlari tahlil qilinadi.

Nutqiy tejamkorlikning degani nutqda kam so'z qollab maksimal ma'no berishga intilishdir. Tildagi bu hodisa turlicha nomlanadi, misol uchun quyidagi terminlar bilan ataladi “ongli iqtisod qilish”, “lisoniy tejash”, “til ekonomiyasi”, “til ekonomiyasi prinsipi”, “tejamkorlik

tamoyili” va bu tamoyil nafaqat jahon tilshinoslarini qolaversa o'zbek tilshunoslarining ham diqqat markazida, shuningdek izlanishlar olib borishgan. Bu prinsipga jahon tilshunosligida turli xil ta'riflar berilgan: G. Paul “Til vositalarni tejash”, Ferdinand de S. “Eng kam harakat qonuni”, O. Jespersen “Qulayliklar nazariyasi”, A. Martine va P. Passi “Tejamkorlik tamoyili”, rus tilshunosi E. D. Polivanov “Inson dangasaligi”¹ deb nomlaganlar. O'zbek tilida tejamkorlik tamoyili to'g'risida izlanishlar olib birilgan: M. Mirtojiyev, O. Tojiyev, M. Misliddinova, L. R. Shamsutdinovalar. Quyida Xo'jand qal'asi asaridan olingan parchalar tahliliga qaraymiz va muallif nutqiy tejamkorlik elementlaridan foydalanganini ko'rishimiz mumkin.

1. “...-Aytganing bajariladi! Aytganing -hukm! –dedi sulton qat'iy turib. ...²” Bu misolda grammatik ham leksik tejamkorlik elementlari mavjud va aslida sening aytganing bajariladi, sening aytgan so'zing humdir shaklida bo'lishi kerak. Bunda “sening” sozida sen leksik va –ning qo'shimchasi grammatik tejamkorlik hamda –dir ot kesim yasovchi qo'shimcha ham grammatik tejamkorlik sifatida qaraladi.

2. “...- Bu kekxa odamni Navdan dedingizmi?

-Ha, -dedi kadxudo yonma-yon ketayotgan Temur Malikka. ...³”.

Ikkinchi misolda esa “ha” so'zi butun gapni o'rnida qo'llangan ya'ni “ha men bu kekxa odamni Navdan dedim” shaklida bo'lishi kerak edi lekin muallif uslubiy bo'yoqdorlik va tejamkorlikka intilgan holda sintaktik jihatdan butun gap o'rnida to'liqsiz gapni qo'llagan.

3. “...-Sultonlar naslini yerga urmang...-dedi Oychechak qo'lini tortib olib, unga nafratomuz tikilib, -sizni xursand qilamiz, albatta, noumid bo'lmang...⁴”.

Uchinchi misolda “siz, (sultonlar)ning, biz va siz” so'zlari va qaratqich kelishigi tushurib qoldirilgan. Bunda -ning qaratqich kelishigi Grammatik morfologik tejamkorlik va biz siz so'zlari esa semantik tejamkorlik sanaladi, bundan ko'rinadiki O'zbek tili ham boshqa tillar singari boy til.

4. “...Onani o'ldirmoq –kelajakni yo'qotmoq demak. Sayroyi mo'g'ullar bu yerlarning aholisini, madaniyatini yo'qotish maqsadida o'z ishini bilib qilardi. Ularning bu zaminda yaratilgan “Al-jabr va al-muqobala” bilan na ishlari bor? ...⁵”

Bu misolda ham tejamkorlik sifatlari mavjud ya'ni demak so'zida –dir ot kesim yasovchi qo'shimcha morfologik tejamkorlik, “Al-jabr va al-muqobala” kitob nomi orqali stilistik tejamkorlikka erishgan ya'ni metonomik birlikni ishlatgan bunda “Al-jabr va al-muqobala” Al-xorazmiy tomonidan yozilgan asarga ishora qilyapti va tejamkorlik fenomenoni sodir bo'lgan.

5. “...- Uch gavharning qaysi biri kata?

- Bu ikki gavhar ichida “Badaxshon” yo'q. U eng eng kattasidir, - dedi xorazmlik sotqin xazinabon chingizxon kaftida yaltirab turgan ikki gavharga tikilib, - bunisi ...⁶”.

Beshinchi misolda ikki xil tejamkorlik hodisasi sodir bo'lgan. Birinchisi stilistik tejamkorlik: “Badaxshon” so'zi bu yerda metonomik. Yozuvchi Badaxshondan keltirilgan gavhar gapi o'rnida “Badaxshon” so'zini ishlatgan va ma'noviy tejamkorlikka esishgan, agar Yozuvchi Badaxshondan keltirilgan gavhar brikmasini ishlatganda edi, ta'sirchanlilik kamaygan bo'lgan bo'lar edi. Ikkinchisi esa “U” so'zi, bu esa grammatik-sintaktik tejamkorlikdir va butun bir gap o'rnida qo'llangan.

6. “...- Meni tirik saqlashingizga ko'zim yetmaydi! Men buni yaxshi bilaman. Qo'lingizga tushdim, endi o'ldirasiz. Biz no'yonlar taqdirga tan beramiz. ...⁷”.

Bu misolning birinchi gapida “siz, mening” so'zlari tushurib qoldirilgan va bu sintaktik tejamkorlik. Bunday tejamkorlik turlari nafaqat yozma nutqda qolaversa og'zaki nutqda ham ishlatiladi. Ikkinchai gapda “buni” so'zi birinchi gapni yana takrorlashni oldini olgan va bu

¹ “Ingliz va o'zbek tillarida leksik tejamkorlikning ifodalanishi” Saidov X. SH, Buxoro-2022

² “Xo'jand qal'asi” Mirmuhsin, Oltin qalam nashriyoti, Toshkent-2024, 45-bet

³ “Xo'jand qal'asi” Mirmuhsin, Oltin qalam nashriyoti, Toshkent-2024, 116-bet

⁴ “Xo'jand qal'asi” Mirmuhsin, Oltin qalam nashriyoti, Toshkent-2024, 124-bet

⁵ “Xo'jand qal'asi” Mirmuhsin, Oltin qalam nashriyoti, Toshkent-2024, 224-bet

⁶ “Xo'jand qal'asi” Mirmuhsin, Oltin qalam nashriyoti, Toshkent-2024, 356-bet

⁷ “Xo'jand qal'asi” Mirmuhsin, Oltin qalam nashriyoti, Toshkent-2024, 417-bet