



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

**VAZIRLAR MAHKAMASI HUZURIDAGI
O‘ZBEK TILINI RIVOJLANTIRISH JAMG‘ARMASI**

**ALISHER NAVOIY NOMIDAGI TOSHKENT DAVLAT
O‘ZBEK TILI VA ADABIYOTI UNIVERSITETI HUZURIDAGI DAVLAT
TILIDA ISH YURITISH ASOSLARINI O‘QITISH VA MALAKA OSHIRISH
MARKAZI**

“DAVLAT TILI TARAQQIYOTI: MUAMMO VA YECHIMLAR”

mavzusidagi V respublika an’anaviy ilmiy-amaliy anjumani

MATERIALLARI

**“BOOKMANY PRINT”
TOSHKENT – 2025**

UO‘K: 494.375

KBK: 81.633.1

D 26

Davlat tili taraqqiyoti: muammo va yechimlar [Matn]: to‘plam / Sh.Sirojiddinov.
– Toshkent: Bookmany print, 2025. – 450 b.

Mazkur to‘plam “Davlat tili taraqqiyoti: muammo va yechimlar” mavzusidagi V respublika an’anaviy ilmiy-amaliy anjumaniga tilshunos olimlar, vazirlik, idoralar, mahalliy ijro etuvchi organlarning davlat tili bo‘yicha maslahatchilari hamda tadqiqotchilar tomonidan yuborilgan materiallardan tashkil topgan. Undagi maqolalarda davlat tilining dolzarb muammolari, ularni hal qilish bo‘yicha takliflar, yechimlar berilgan. To‘plam tilshunoslar, professor-o‘qituvchilar, tadqiqotchilar, magistrlar va talabalar uchun mo‘ljallangan.

(Maqolalarning ilmiy saviyasiga mualliflarning o‘zlari mas’uldirlar).

Mas’ul muharrir:

Sh.Sirojiddinov, filologiya fanlari doktori, akademik

Tahrir hay’ati:

I.Azimov, filologiya fanlari doktori, professor

A.Eminov, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent

B.Jo‘rayeva, filologiya fanlari doktori, professor

M.Abdiyev, filologiya fanlari doktori, professor

F.Bobojonov, filologiya fanlari doktori, dotsent

M.Saparniyozova, filologiya fanlari doktori, dotsent

M.Hakimova, filologiya fanlari doktori, professor

M.Umirzoqova, filologiya fanlari doktori, dotsent

H.Yodgorov, filologiya fanlari nomzodi, dotsent

H.Suyunov, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent

N.Quldashev, filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori, dotsent

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o‘zbek tili va adabiyoti universiteti huzuridagi Davlat tilida ish yuritish asoslarini o‘qitish va malaka oshirish markazi Ilmiy-metodik kengashida nashrga tavsiya etilgan.

ISBN 978-9910-06-774-7

© “Bookmany print” nashriyoti, 2025.

figurativ ifoda hamda qisqa nutq aktlari har bir til va madaniyatda turlicha semantik konnotatsiyaga ega bo'ladi.

Tarjimon sloganda keltirilgan nutq aktining pragmatik niyatini aniqlab, uni maqsadli auditoriyada yaratiladigan assotsiatsiyaga mos tarzda ifoda qilishi kerak (Baker, 2011). Chunki ayrim so'z va iboralar bevosita ekvivalentga ega bo'lmagani uchun izohli tarjima, madaniy moslashtirish, transliteratsiya yoki adaptatsiya kabi strategiyalardan samarali foydalanish talab etiladi. Misol uchun, inglizcha "In the dark" iborasi uzbek tilida "zulmatda" yoki "bilmasdan iqtisodiy suratda" ma'noda kelishi mumkin va har bir kontekstda aniq pragmatik ta'sir hamda assotsiatsiyani yaratishi zarur.

Shuningdek, reklama sloganlari tarjimasida to'liq ekvivalentlikka erishish har doim ham mumkin emas. Bu holatda, tarjimon maxsus lingvopragmatik yondashuvlar orqali asosiy mazmun, uslub, emotsional effekt, madaniy va semantik qatlamlarni yangi til kontekstida maqsadli auditoriyaga moslashtirish uchun turli usullardan foydalanadi (Aripova, 2024). Shu jihatdan, reklama matni muvaffaqiyatli tarzda o'girilishi uchun pragmatik ekvivalentlik darajasini kontekst, madaniyat va auditoriya ehtiyojlari asosida tanlash zarur.

Kommunikativ strategiyalar

Reklama sloganlarini tarjima qilishda quyidagi strategiyalar eng ko'p qo'llaniladi:

- Hissiy manipulyatsiya — tarjimada auditoriyaning his-tuyg'ulariga mos so'zlardan foydalanish, baxt, xavfsizlik, orzu va motivatsiyani ifodalash.
- Ijtimoiy dalil va shoshilinchlik — "cheklangan taklif", "eng mashhur", "mutaxassis tavsiyasi" kabi urg'ularni mos ifodalar bilan yetkazish.
- Shaxsiylashtirish — auditoriya va iste'molchi uchun individual so'zlarni tanlash, "siz uchun", "bolangiz uchun" kabi jumalarni o'xshatish.
- Madaniy ekvivalentlik — mahalliy so'z, fraseologizm, urf-odat, hayot tarzi bilan bog'langan iborani mos ihotalarda ishlatish.

Diskursiv xususiyatlar va madaniy moslik

Reklama sloganlarining lingvopragmatik xususiyatlari diskursiv jihatdan faqat til bilan cheklanmaydi, balki kontekstuallik, madaniy stereotiplar, ijtimoiy ehtiyojlar va motivatsiyani ifodalash orqali reklamani ijtimoiy kontekstdagi ta'sirchanlik darajasini oshiradi. Tarjimada "minimum so'z, maksimum ma'no" tamoyiliga rioya qilish, nutq iqtisodi va ma'no samaradorligini saqlash til resurslaridan unumli foydalanish, harakatga undovchi kuch, ijtimoiy obraz va brend identifikatsiyasini aniq aks ettirish reklama muvaffaqiyatining asosiy garovidir.

Tadqiqotlar ko'rsatadiki, reklama matnlarida stilistik va semantik qatlamlarni, madaniy konnotatsiyani hamda auditoriya ehtiyojlarini inobatga olgan holda slogan

yaratish va tarjima qilish reklama samaradorligini oshiradi. Reklama diskursi doimo madaniy moslik, ijtimoiy stereotip va motivatsiyaga tayangan holda, qisqa, mazmunli shakllar orqali auditoriyaga chuqur ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli, "minimum so'z, maksimum ma'no" tamoyili kommunikativ va madaniy kontekstda brend identifikatsiyasini ham mustahkamlovchi muhim omil sifatida namoyon bo'ladi.

Xulosa

Reklama sloganlarini tarjima qilishda lingvopragmatik xususiyatlarni, kommunikativ va madaniy komponentlarni chuqur tahlil qilish reklama matni ta'sirchanligini oshirishda eng muhim omil sanaladi. Zamonaviy reklama sohasida lingvistika va pragmatika talablariga mos keluvchi yondashuv, har bir target auditoriyaga mos nutq akti va semantik-madaniy xususiyatlarga ega bo'lish reklama matnini samarali va raqobatbardosh qilishda zarurdir. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, reklama diskursida komponentlarning lingvopragmatik va madaniy jihatdan to'g'ri tahlil qilinishi mahsulot yoki xizmatning ijobiy obrazini yaratish, auditoriyaning ehtiyoj va kutganlariga mos ravishda ta'sirchan kontent ishlab chiqish uchun asos bo'ladi.

Evfemizm va neologizmlar kabi usullar konnotatsiyani, ijobiy imidj va zamonaviy brendni targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Ingliz va o'zbek tillaridagi reklama matnlarining qiyosiy tahlili esa zamonaviy yondashuvlar, madaniy kodlar va pragmatik funksiyalarni aniqlash orqali reklama samaradorligini oshirishi mumkin. Bu xususiyatlar reklama tilining ijtimoiy-madaniy, stilistik va semantik qatlamlariga chuqur integratsiya bo'lishi natijasida vujudga keladi.

Shu asosda, tadqiqot natijalari reklama diskursini takomillashtirish, yangi lingvopragmatik usullar va madaniy kontekstga mos metodologik yondashuvlarni ishga tushirish uchun muhim nazariy va amaliy platforma bo'lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

Mahmudov N. (2012). *Tilning mukammal tadqiqi yo'llarini izlab* // O'zbekiston tili va adabiyoti. Toshkent.

Axrorov A.A. (2025). *Reklama matnlarining lingvopragmatik xususiyatlari* // GDU konferensiya materiallari. Guliston.

Mahmudova M. (2021). *Reklama sloganlarida semantik va pragmatik aspektlar* // Philology and Linguistics Journal. Toshkent..

Xodjayev B. (2020). *Til va kontekst: reklama tilining pragmatik o'zgarishlari* // Zamonaviy lingvistika. BuxDU.

Isaeva Z. (2022). *Reklama diskursining kommunikativ strategiyalari* // Foreign Languages in Uzbekistan. Toshkent.

MAKTABGACHA YOSHDAGI BOLALAR LEKSIK ASSOTSIATSIYALARINING FORMAL-STRUKTUR TAHLILI

Dilbar MIRONOSIROVA *

Annotatsiya

Maqolada maktabgacha yoshdagi bolalar leksik assotsiatsiyalarining formal-struktur tahlili masalasi yoritilgan bo'lib, unda tadqiqot materiali sifatida kompozitsiya usuli orqali ifodalangan assotsiativ birliklar tanlangan. 3 yoshdan 7 yoshgacha bo'lgan bolalar tomonidan qo'shma, juft va takroriy so'z shaklida berilgan javob reaksiyalari struktur jihatdan tahlil qilinib, ular asosida assotsiativ munosabatlarning shakl va tuzilish xususiyatlari asoslab berilgan. Shuningdek, mazkur birliklarning leksik tizimda egallagan o'rnini, assotsiativ bog'lanishlarni yuzaga chiqarishdagi xususiyatlari hamda maktabgacha yoshdagi bolalar lug'at boyligi va nutqiy rivojlanishini o'rganishda tutgan ahamiyati xususida xulosalar bayon etilgan. Mazkur tadqiqot formal-struktur yondashuv asosidagi assotsiativ izlanishlar orasida bolalar nutqiy rivojini yangi rakursdan ochib berishi bilan alohida ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: bolalar nutqi, assotsiativ birlik, leksik assotsiatsiya, stimul, reaksiya, kompozitsiya usuli, qo'shma so'z, juft so'z, takroriy so'z, struktur tahlil.

Formal-Structural Analysis of Lexical Associations in Preschool Children

Abstract

This article examines the formal-structural analysis of lexical associations in preschool children, with particular focus on associative units formed through the method of composition. Response reactions expressed in compound, paired, and reduplicated word forms by children aged 3 to 7 were subjected to structural analysis, through which the formal and structural features of associative relations were substantiated. The study further highlights the place of these units within the lexical system, their specific role in generating associative connections, and their significance for understanding vocabulary acquisition and speech development in preschool-aged children. The findings contribute to the broader field of formal-structural approaches to associative research by offering new insights into the mechanisms of early speech development, thereby underscoring the theoretical relevance and practical applicability of the study.

Keywords: children's speech, associative units, lexical associations, stimulus, response, compositional method, compound words, paired words, reduplicated words, structural analysis.

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti tadqiqotchisi, mironosirovadilbar@navoiy-uni.uz

Maktabgacha yosh davri til o'zlashtirish mexanizmlarini kuzatish, tafakkur va bilish faoliyatiga xos xususiyatlarning fikr ifodalashga ta'sirini aniqlashda muhim bosqich sanaladi. Shu bois, so'nggi yillarda o'zbek tilshunosligida bolalar nutqini turli lingvistik aspektlarda o'rganishga e'tibor qaratilmoqda. Xususan, ular nutqiga sotsiopsixolingvistik (Qurbonova, 2014), psixolingvistik (Shamsiyeva, 2021; Davlatova, 2023) pragmalolingvistik (Musayeva, 2024) yondashuv natijasida bolalar nutqining kattalardan ajralib turuvchi spesifik jihatlari ilmiy jihatdan asoslandi. Biroq maktabgacha yoshdagi bolalar nutqiga xos assotsiativ birliklarning formal-struktur, semantik-funksional jihatlari tahlili muayyan tadqiqot obyekti sifatida tanlanmagan bo'lib, bu boradagi izlanishlar maktabgacha yoshdagi bolaning lisoniy ongi rivojlanishi, nutqiy ijodkorligi hamda assotsiativ tafakkurining o'ziga xos tomonlarini aniqlashga imkon beradi.

Leksik assotsiatsiyalarning struktur tuzilishi bola lug'at boyligi va lisoniy ongining qay darajada rivojlanayotganini ko'rsatuvchi indikator sanaladi. Boisi, stimul so'zlarga javob berishda bola tomonidan lisoniy ongda avvaldan mavjud bo'lgan til birliklari tanlanadi. Ular faqat sodda so'z ko'rinishida emas, balki qo'shma, juft, takroriy so'z shaklida ham namoyon bo'ladi. Stimul so'zlarga nisbatan qo'shma so'z shaklidagi javob reaksiyalarining berilishi maktabgacha yoshdagi bolalar tomonidan mazkur turdagi so'zlarning o'zlashtirilganini ko'rsatadi. Maktabgacha yoshdagi 200 nafar bola nutqi ustida 100 ta stimul so'z bo'yicha o'tkazilgan assotsiativ tajriba natijalari tahlilida berilgan javob reaksiyalari tarkibida qo'shma so'zlarning morfologik jihatdan *ot+ot*, *ot+sifat*, *ot+fe'l*, *ism+fe'l* (bunda fe'l bo'lmagan so'zlarga qil, et, bo'l so'zlarini qo'shish orqali qo'shma fe'l yasalishi nazarda tutilgan) konstruktiv tuzilishiga ega turlari keng kuzatildi. Quyida ayrim stimul so'zlarga nisbatan *ot+ot* qolipidagi qo'shma so'z vositasida taqdim etilgan assotsiativ birliklar tahlili berildi.

1-jadval

***ot+ot* qolipidagi qo'shma so'z vositasida taqdim etilgan assotsiativ birliklar**

Stimul so'z	Javob reaksiyasi	Ot+ot qolipi tarkibi
militsioner	koronavirus	narsa oti+narsa oti
ninachi	asalari	narsa oti+narsa oti
odam	qorbobo	narsa oti+shaxs oti
piyola	dastro'mol	narsa oti+narsa oti
qizil	lolagul olovrang xonqizi	narsa oti+narsa oti narsa oti+narsa oti shaxs oti+shaxs oti
qish	qorparcha	narsa oti+narsa oti
qor	qorbola	narsa oti+shaxs oti