

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

**Ijtimoiy-gumanitar
fanlarning dolzarb
muammolari**

Son 4. Jild 4.

2024

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 4 (4) - 2024

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2024

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Абдор – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

Турсунов Равшан Нормуратович – тарих фанлари доктори, Ўзбекистон Миллий Университети;

Холикулов Ахмаджон Боймаҳамматович – тарих фанлари доктори, Ўзбекистон Миллий Университети;

Габриэльян Софья Ивановна – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Миллий Университети.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Насирходжаева Дилафруз Сабитхановна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Остонокулов Азамат Абдукаримович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент молия институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Ҳожаев Азизхон Саидалоҳонович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Фарғона политехника институти

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакарров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликков Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Саидова Камола Усканбаевна – фалсафа фанлари доктори, “Tashkent International University of Education” халқаро университети;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Ўроқова Ойсулув Жамолиддиновна – фалсафа фанлари доктори, доцент, Андижон давлат тиббиёт институти, Ижтимоий-гуманитар фанлар кафедраси мудир;

Носирходжаева Гулнора Абдукаҳхаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳасанов Шавкат Аҳадович – филология фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Бахронова Дилрабо Келдиёровна – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Мирсанов Ғайбулло Қулмуродович – филология фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАР:

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат хавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Утемуратов Махмут Ажимуратович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳакимов Комил Бахтиярович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Раҳматов Элёр Жумабоевич – юридик фанлар номзоди, Тошкент давлат юридик университети;

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Хашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Қаюмова Насиба Ашуровна – педагогика фанлари доктори, профессор, Қарши давлат университети;

Тайланова Шохида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент;

Жуманиёзова Муҳайё Тожиевна – педагогика фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Ибрахимов Санжар Урунбаевич – педагогика фанлари доктори, Иқтисодиёт ва педагогика университети;

Жавлиева Шахноза Баходировна – педагогика фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), Самарқанд давлат университети;

Бобомуротова Латофат Элмуродовна – педагогика фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), Самарқанд давлат университети.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Васида Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбахор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Шамшетова Анжим Караматдиновна – психология фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атақулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхатига киритилган.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари” электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).

МУНДАРИЖА

07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

<i>Qurbonov Murodjon Dehqonboy o'g'li</i> "KASHKULI SALIMIY" ASARIDA USMONIY HUKMDORLAR TARIXINING YORITILISHI.....	12-17
<i>Ismoilova Diyoraoy Xursandjon qizi</i> AMIR NASRULLOH DIPLOMATIYASI	18-23
<i>Tursunov Farrux Fulomovich</i> ЎЗБЕКИСТОН ҲУДУДИДАГИ ТОЖИКЛАРГА ХОС УРФ-ОДАТ ВА МАРОСИМЛАР	24-28
<i>Usmonaliyev Isroiljon Ibrohimjon o'g'li</i> FARG'ONA VODIYSIDA "O'ZBEK" ETNONIMINING TARQALISHI	29-34
<i>Djurayev Ikrom Nematovich</i> YEVIROOSIYO SHORVADOR QABILALARINING FARG'ONA VODIYSIGA KIRIB KELISHI.....	35-40
<i>Esanova Nilufar Pulatovna</i> MUSTAQILLIK YILLARIDA O'ZBEKISTONDA YENGIL SANOAT SOHASIDAGI O'ZGARISHLAR	41-46
<i>Abduraхимова Сабоҳат Эргаш қизи</i> БУХОРО АМРЛИГИ ДАВРИДА ЧИРОҚЧИ ТУМАНИНИНГ ИЖТИМОЙ-СИЁСИЙ ТАРИХИ	47-53
<i>Toshturov Shuxrat</i> MUSTAQILLIKKACHA BO'LGAN DAVRDA NAVOIY VILOYATI SANOAT KORXONALARINING EKOLOGIK MUHITGA TA'SIRI	54-60
<i>Kanimkulov Olimjon Sheraliyevich</i> AKADEMIK YAHYO G'ULOMOV FAOLIYATI HAQIDA QAYDLAR ("XORAZMNING SUG'ORILISH TARIXI" ASARI MISOLIDA).....	61-65
<i>Begniyazova Gozzal Allambergenovna</i> QORAQALPOQ XALQ ERTAKLARINING YIG'ILISHI VA NASHR QILINISHI.....	66-70

08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

<i>Султонов Баходир Файзуллаевич, Тураева Гулизахро Каххоровна, Норбўтаев Бахтиёр Абдурахимович</i> СИРДАРЁ ВИЛОЯТИ ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИДА ДОНЛИ ЭКИНЛАР ХОСИЛДОРЛИГИНИНГ 2024-2027 ЙИЛГАЧА БЎЛГАН ПРОГНОЗ ПАРАМЕТРЛАРИ.....	71-78
<i>Abdiganieva Zarapshan Salievna</i> YANGI O'ZBEKISTONDA AHOLI TURMUSH DARAJASINI OSHIRISHDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	79-85
<i>Otaxonova Odinaxon Inomovna</i> QORAMOLCHILIK MAHSULOTLARI IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA OZUQA BAZASINI YAXSHILASHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	86-94
<i>Rahimov Oйбек Бахтиёрович</i> СУҒУРТА ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ АСОСЛАРИ	95-99
<i>Хушмурадов Оман Намозович</i> СУВ ХЎЖАЛИГИНИ БОШҚАРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ	100-110

<i>Saitkamolov Muxammadxo'ja Sobirxo'ja o'g'li, Karabayev Rustam Zafarovich</i> BULUTLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA BIZNES JARAYONLARNI TASHKIL ETISH YO'LLARI	111-125
<i>Фаттахова Муниса Абдухамитовна</i> ПОНЯТИЕ И ПУТИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	126-133
<i>Isayev Jahongir Muzaffarovich</i> SANOAT KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT TIZIMINI TA'MINLASH IQTISODIY МЕХАНИЗМНИНГ АСОСИЙ YO'NALISHI SIFATIDA	134-140
09.00.00 – ФАЛСАФА ФАНЛАРИ	
<i>Tilavova Umida Qahramonovna</i> RAQAMLI JAMIYATLAR TIZIMIDA INFORMATSION ETIKA KATEGORIYA VA ТАМОЙИЛЛАРИНИНГ АНАМИЯТИ	141-147
<i>Yulchiyev Avazbek Maxamadjonovich</i> IJTIMOIY TEXNOLOGIYALAR HAQIDAGI G'OYALARNING SHAKLLANISH EVOLYUTSIYASI	148-154
<i>Каримова Гулчеҳра Абдукаримовна</i> ДУНЁ ДИНЛАРИ ВА ТАЪЛИМОТЛАРДА ОТАЛИКНИ ТУШУНИШ ВА УНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИХАТЛАРИ	155-163
<i>Turabova Sevara Kattaqulovna</i> ISLOM FALSAFASIDA DALILLASH VA VAHS YURITISH USULI ZAMONAVIY ARGUMENTLASH NAZARIYASI TALQINIDA	164-168
<i>Muminov Nozim Naimovich</i> THE PHENOMENOLOGICAL APPROACH IS THE KEY TO UNDERSTANDING THE SPREAD AND TRANSFORMATION OF SUFISM IN THE WEST	169-175
<i>Турсунов Мухиддин Болтаевич</i> СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ	176-180
<i>Mamarasulov Ulug'bek Umirzoqovich</i> SPORT TURLARINING FALSAFIY-ESTETIK TANLILI	181-184
10.00.00 – ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ	
<i>Исанова Феруза Тулқиновна</i> ЎЗБЕК ТИЛИДА ХАЛҚАРО ҲУҚУҚ СОҲАСИГА ОИД ЛЕКСИК БИРЛИКЛАР ВА УЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИХАТЛАРИ	185-191
<i>Петрухина Наталья Михайловна</i> КОРАНИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ТВОРЧЕСТВЕ А.С.ПУШКИНА И ЕГО СОВРЕМЕННИКОВ	192-197
<i>Исаров Оман Рисалиевич</i> ЎЗБЕК ВА ИНГЛИЗ ТИЛЛАРИДА ТАКСИС КОНВЕРБИАЛ ВЕРБАЛИЗАЦИЯСИ	198-205
<i>Родина Ирина Витальевна</i> АНТИНОМИЧЕСКАЯ ПАРА «МЕСТЬ» И «ПРОЩЕНИЕ» В ПОВЕСТИ-СКАЗКЕ Л. БОРОДИНА «ГОД ЧУДА И ПЕЧАЛИ»	206-211
<i>Ataeva Gulchekhra Bakhtiyorovna</i> THE ROLE OF IDIOMS IN ENHANCING BUSINESS COMMUNICATION: A STUDY ON THE USAGE OF IDIOMS IN BUSINESS LETTERS	212-220

<i>Erkinova Marxobo</i> ASSOTSIIATIV MAYDON HOSIL QILISHDA LINGVISTIK OMILLARNING O'RNI	221-229
<i>Gulyamova Shahzoda Baxtiyor qizi</i> O'ZBEK VA INGLIZ TILLARIDAGI MATNLARNING SINTAKTIK STRUKTURASI VA PRAGMATIK XOSLANISHI	230-234
<i>Batyrkhanova Madina Oybekovna</i> THE SOMATIC CULTURAL CODES IN THE STUDY OF ENGLISH, RUSSIAN AND UZBEK PHRASEOLOGISMS	235-244
<i>Aslonov Shahram Sherzod ugli, Saidova Marjona Abdimutal qizi</i> PECULIARITIES OF TRANSLATION OF POLITICAL TEXTS IN SIMULTANEOUS INTERPRETATION	245-250
<i>Olimova Dilafruzxon Baxtiyorjon qizi</i> INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA SUBYEKTIV VAHONING IFODALANISHI	251-254
<i>Bobojonov Dilshod Jumaqul o'g'li</i> INGLIZ VA O'ZBEK GAZETA SARLAVHALARIDA PUBLISISTIK USLUB BELGILARINING NAMOYON BO'LISHI	255-260
<i>Абдуллаева Нилуфар Рамазоновна, Шаймарданова Мухлиса Усмановна</i> СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА “РАСТЕНИЕ” В СОПОСТАВЛЯЕМЫХ ЯЗЫКАХ	261-266
<i>Хайруллоева Сitora Lutfulloevna</i> PSYCHOLOGICAL NOVELS OF US AND THE DEVELOPMENT OF PSYCHOLOGISMS	267-272
<i>Qudratova Muxiba Kamolovna</i> “LYUIS KERROLLNING ALISA MO' JIZALAR MAMLAKATIDA ASARIDAGI HAYVON OBRAZLARINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI”	273-279
<i>Убоженко Анна Станиславовна</i> ОСОБЕННОСТИ ТЮРКСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ	280-285
<i>Тухтаева Наргисхон Исамутдиновна</i> ОТРАЖЕНИЕ ДУХОВНОГО УПАДКА ОБЩЕСТВА И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ	286-292
<i>Gulnora Xolmurodova Sattorovna, Bo'ronova Mekkamtosh Xoliqulovna</i> INGLIZ VA O'ZBEK LISONIY MANZARASIDA MAQOLLARNING O'RNI	293-297
<i>Алибаева Лола Намазовна</i> ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В РАССКАЗАХ Л. ПЕТРУШЕВСКОЙ	298-303
<i>Eshqurbonova Aziza Bozor qizi</i> DIALOGIK NUTQDA SAVOLLARNING IFODALANISHI	304-308
<i>Norova Rahima Fayzulloevna</i> O'ZBEK VA INGLIZ ADABIY ERTAKCHILIGIDAGI SEHRLI VOSITALARNING QO'LLANISHIDA O'XSHASH JIHATLAR	309-316
<i>Egamberdiyeva Iroda Abdurahimovna</i> TRANSLATIONS OF HISTORICAL WORKS INTO ENGLISH	317-323
<i>Axmedova Adolat Ravshan qizi</i> GASTRANOMIYA TUSHUNCHASI HAMDA GASTRANOMIK REKLAMA MATNLARI	324-330

<i>Asqarova Madina Boymurod qizi</i> KORPUS LINGVISTIKASIDA MATN ANNOTATSIYASINING LINGVISTIK MUAMMOLARI	331-334
--	---------

<i>Калниязов Есемурат Шамшетович</i> ГОСТЕВОЙ ЭТИКЕТ И СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ	335-342
---	---------

12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

<i>Bahodir To'raev</i> HUQUQIY MADANIYAT VA HUQUQIY TARBIYANING DEMOKRATIK DAVLAT RIVOJLANISHIDAGI ROLI	343-351
---	---------

<i>Турсоатов Содиқ</i> РАҒБАТЛАНТИРУВЧИ ҲУҚУҚИЙ СИЁСАТ ТУШУНЧАСИ ВА УНИНГ МАЗМУН-МОҲИЯТИ	352-357
--	---------

<i>Хидиров Фурқат Шукуруллаевич</i> МАҲАЛЛА ҲУҚУҚ-ТАРТИБОТ МАСКАНИ ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТАРТИБИНИНГ АСОСИЙ ВАЗИФАЛАРИ	358-363
---	---------

<i>Рахимбаев Уткир Файзуллаевич</i> ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ИНФРАСТРУКТУРЫ И СЕРВИСА ДЛЯ ТУРИСТОВ	364-372
---	---------

<i>Турсынбаев Азизбек Халмурзаевич</i> МЕЖВЕДОМСТВЕННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ	373-377
--	---------

<i>Yakubov Abduraxmon Turayevich</i> TA'LIM HUQUQINING HUQUQIY SAVODXONLIKNI AMALGA OSHIRISHDAGI O'RNI	378-382
---	---------

<i>Rasulov Salimbek Baxtiyor o'gli</i> YEVROPA KENGASHINING KORRUPSIYA UCHUN JINOIY JAVOBGARLIK BO'YICHA KONVENSIYASI – KORRUPSIYAGA QARSHI KURASHNING ZAMONAVIY XALQARO HUQUQIY ASOSLARIDAN BIRI SIFATIDA	383-387
---	---------

13.00.00 – ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ

<i>Хайров Расим Золимхон угли</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА	388-395
--	---------

<i>To'rayev Panji To'xtayevich</i> OLIY TA'LIM MUASSASASIDA KURASHCHILARNI PSIXOLOGIK JIHATDAN TAYYORLASH	396-400
---	---------

<i>Xushnazarova Ma'mura Nodirovna</i> TALABALARNI KASBIY-PEDAGOGIK FAOLIYATGA TAYYORLASHDA IJTIMOIIY FAOLLIKNING AHAMIYATI	401-406
--	---------

<i>Yuldasheva Sayyora Aliaskarovna</i> TA'LIM TIZIMIDA INGLIZ TILINI INTEGRATSION O'QITISH	407-411
---	---------

<i>Turdimurodov Dilmurod Yo'ldoshevich</i> SPORT MASHG'ULOTLARI JARAYONIDA PEDAGOGIK NAZORATNING AHAMIYATI	412-418
---	---------

<i>Абдувахобов Искандер, Гизатулина Ольга Ивановна</i> ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В СМЕШАННЫХ СРЕДАХ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА	419-426
<i>Назарова Озода Шавкатовна</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ	427-432
<i>Pirnazarova Sevara Doniyor qizi</i> OLIQ O'QUV YURLARIDA XORIJIY TILNI O'QITISHDA O'YIN USULLARINI QO'LLASH	433-438
<i>Ko'ziyeva Gulnoza Maxamadaliyevna</i> BOSHLANG'ICH SINFI O'QITUVCHILARINING PEDAGOGIK SALOHİYATINI OSHIRISH METODIKASI	439-444
<i>Умирзокова Сурайё</i> ТАЛАБАЛАРИНИНГ КИНЕТИК ИНТЕЛЛЕКТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖИЙ МАМЛАКАТЛАР ТАЖРИБАСИ	445-451
<i>Olimova Nigora</i> MUVAFFAQIYATLI O'RGANISHDA SINFINI BOSHQARISH KO'NIKALARINING AHAMIYATI	452-463
<i>Nabiyeva Firuza Odil qizi</i> “ELEKTROMAGNETIZM” BO'LIMINI O'QITISHDA AMALIY MASHG'ULOTLARNING AHAMIYATI	464-471
<i>Sobirova Oygul Alimovna</i> BO'LAK MUSIQA O'QITUVCHILARIDA METODIK KOMPETENTLIKNI RIVOJLANTIRISHNING MAVJUD HOLATINI TAHLILYI VAHOLASH	472-479
<i>Shermatov G'ulom Kaxxorovich</i> IMPROVING THE TECHNIQUE OF BADMINTON SPORTS TRAINING	480-486
<i>Shamirzayeva Zarifa Xudoyorovna</i> TALABALARDA KASBIY KO'NIKALARNI SHAKLLANISHIDA MIKROTA'LIM O'QITISH TEKNOLOGIYASINING SAMARALI JIHLTLARI	487-492
<i>Ziyadullayeva Dilafruz Xudayberdiyevna</i> O'SMIRLARDA YETAKCHILIK XUSUSIYATLARINI RIVOJLANTIRISHDA KOMPETINSIYAVIY FAOLIYATNING PEDAGOGIK ASOSLARI	493-498
<i>Muydinov Firuzjon Farxodjonovich</i> TIBBIY TA'LIM TALABALARIDA MEDIKOMPETENTLIKNI RIVOJLANTIRISH METODIKASI	499-505
<i>Egamberdiyeva Feruza Abdimannonovna</i> MULTIMEDIA TEKNOLOGIYALARIGA ASOSLANGAN DASTURIY TA'MINOTNI LOYIHALASH	506-510
<i>Худойбердиева Дурдона Баходир қизи</i> ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОБУЧЕНИЯ В РАБОТЕ С ОДАРЕННЫМИ ДЕТЬМИ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА	511-516
<i>Курбонов Дониёрбек Кахрамонович</i> ОБУЧЕНИЕ ПОЭЗИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ	517-524

Shamsiddinov G'iyos Xusniddin o'g'li, Jurayeva Feruza Baxtiyor qizi

IQTISODIYOT YO'NALISHI TALABALARIGA EKONOMETRIKA FANINI O'TISHNING

INTERAKTIV USULLARI 525-532

Эрназаров Алишер Эргашевич, Бекмурадов Зариф Хуррамович

ЎҚУВ МАШҒУЛОТЛАРИНИНГ МОДУЛЛИ ВА ЛОЙИҲАЛАШТИРИЛГАН ТУРЛАРИ ҲАМДА

АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ 533-539

Axmedova Adolat Ravshan qizi
Termiz davlat pedagogika instituti,
stajyor o'qituvchisi
E-mail: adolataxmedova1996@gmail.com

GASTRANOMIYA TUSHUNCHASI HAMDA GASTRANOMIK REKLAMA MATNLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada gastranomiya tushunchasi hamda gastranomik reklama matnlari haqida fikr-mulohazalar yuritiladi. Muallif tomonidan gastranomiya tushunchasining boshqa tillarda qanday ma'no kasb etishi hamda uning bugungi kunda qanday ahamiyatga ega ekanligi, ushbu tushuncha hozirgi kunda ham xalq orasida qanday nom bilan atalib kelayotganligi haqida tahliliy fikrlar yuritiladi. Shuningdek gastranomik reklama matnlarining tuzilishi tarkibiy shakllari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: gastranomiya, gastronomik nutq, reklama tushunchasi, matn, reklama matnlari.

Axmedova Adolat Ravshan qizi
Termiz State Pedagogical Institute,
intern teacher

CONCEPT OF GASTRONOMY AND GASTRONOMY ADVERTISING TEXTS

Abstract. This article discusses the concept of gastronomy and the texts of gastronomic advertising. Analytical thoughts are given by the author about how the concept of gastronomy acquires meaning in other languages, what is its importance today, and what is the name of this concept among the people today. The structural forms of the structure of gastronomic advertising texts are also analyzed.

Key words: gastronomy, gastronomic discourse, concept of advertising, text, advertising texts.

Ахмедова Адолат Равшан кизи
Термезский государственный педагогический институт,
преподаватель-стажер

КОНЦЕПЦИЯ ГАСТРОНОМИИ И ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие гастрономия и тексты гастрономической рекламы. Аналитические мысли приводятся автором о том, как понятие гастрономия приобретает значение в других языках, каково его значение сегодня и как называется это понятие в современном народе. Также анализируются структурные формы структуры гастрономических рекламных текстов.

Ключевые слова: гастрономия, гастрономический дискурс, концепция рекламы, текст, рекламные тексты.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V4I4Y2024N47>

Kirish. Inson kundalik hayotining barcha jabhalarini qamrab oluvchi kundalik hayot madaniyatini tadqiq qilish zamonaviy gumanitar sohaning shiddat bilan rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biridir. Gastronomik yoki boshqacha qilib aytadigan bo'lsak glyuttonik diskurs

bu ijtimoiy-verbal diskursning aloxida turi bo'lib, uning maqsadi muloqotning muayyan turining amalga oshirishdir, ya'ni glyuttonik kommunikatsiyani. Bu ovqatlanish jarayoniga bog'liq bo'lgan yoki uni tasvirlovchi matn yoki nutq parchasi bo'lib, unda ishtirokchilar, sharoit, muloqot tarzi, muloqot olib borilayotgan muhit, maqsad, sabab, va hatto janr va muloqotning uslubi inobatga olinadi. Bugungi kunga kelib ushbu terminga izoh berish mushkuldir, chunki bu xodisa turli nuqtai nazarlardan turib tahlil qilinishi mumkin. Bugungi kunda gastronomiya tushunchasi hamda gastronomik reklama matnlari insoniyat hayotining muhim qismiga aylanib bormoqda. Shu bilan bir qatorda shuni ta'kidlash joizki, gastronomik reklama matnlari jamiyatda madaniyat yaratuvchisini shakllantirdi va xaridorlarni oziq-ovqat mahsulotiga bo'lgan talabini oshiruvchi kuch sifatida qarab kelinmoqda. Albatta, gastronomik reklama xoh og'zaki, xoh yozma bo'lsin uning asosiy ta'sir vositasi bu til va uning ichki imkoniyatlari sanaladi. Boshqa tillarda bo'lgani kabi o'zbek tilida ham gastronomik reklama matnlari o'ziga xos xususiyatlari va ifoda usullari bilan boshqa matn turlaridan keskin farq qiladi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya. Ingliz tili Cambridge lug'atida gastronomiyaning «yaxshi ovqat iste'mol qilish va tayyorlashni o'z ichiga oladigan san'at va bilim» ma'nosi mavjud (the art and knowledge involved in preparing and eating good food). Educlinguo lug'at manbasida esa zamonaviyoshxonasiga alohida e'tibor bergan holatda, oziq-ovqatva madaniyatni o'rganish deya ta'riflanadi. Gastronomiyaning yaxshi biladigan inson gastronom deyiladi va gastronom esa gastronomiyaning o'rganishda nazariya va amaliyotni birlashtirgan inson hisoblanadi. Demak, ingliz tilidagi manbalardan gastronomiya bu ovqat pishirish, ovqatlanish madaniyati hisoblanadi. Bu termin o'zbek tiliga pazandalikka muqobil sifatida qo'llanishi mumkin. Chunki, gastronomiya ham ovqatlarni tayyorlash madaniyati bilan bevosita shug'ullanadi. Pazandachilik leksikasini o'z ichiga olgan gastronomik diskurs dunyoning madaniy, lingvistik, diniy-etnik va ma'anaviy manzarasining muhim jihatlarini aks ettiradi.

Muhokama. O'rganilayotgan muammoga mavjud ilmiy yondashuvlarni tahlil qilish asosida biz o'z ta'rifimizni taklif etamiz: "Gastronomiya" so'zi yunoncha "gaster" (oshqozon) va "nomas" (qonun) so'zlarini qo'shish natijasida hosil bo'lgan. Biroq, uning lug'at ma'nosidan tashqarida nimani anglatishini va qamrab olganini talqin qilish foydaliroq va muhimroqdir.. Garchi "gastronomiya" ko'p manbalarda ovqatlanish va ichish san'ati sifatida ta'riflangan bo'lsa-da, aslida u o'zaro bog'liqdir. Gastronomiyaning maqsadi inson salomatligini iloji boricha to'g'ri ovqatlanish va hayotdan zavqlanishni ta'minlashdir va ovqatlanish; oziq-ovqat va ichimliklarning gigienik muhitda ishlab chiqarilishi va iste'molga tayyorlanishi. Tanglay va ko'rish zavqiga murojaat qiladigan narsalar ham gastronomiyaning o'rganiladigan mavzularidandir. Bugungi dunyoda turizm eng muhim iqtisodiy tarmoqlardan biri va bo'sh vaqtni o'tkazish faoliyati va iqtisodiy jihatdan katta multiplikativ ta'sirga ega ekanligi va ko'pchilikda bevosita va bilvosita faollashuvga olib kelishi mumkin bo'lgan faktlar. kichik tarmoqlar uni ideal rivojlanish vositasiga aylantiradi. Jamiyat taraqqiyotida harakatlantiruvchi rolga ega bo'lgan turizm xizmat ko'rsatuvchilar uchun daromad manbai hisoblanadi odamlar sayohat paytida ehtiyojlarini qondirish uchun sarflaganlaridek. Odamlarning ehtiyojlari oshgani sayin, ularning majburiyatlari ham oshadi ko'proq va ko'proq tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish va taklif qilish, bu esa ishlab chiqarish, investitsiyalar va daromadlarni oshiradi. [2]

Turizm xalqlar bir-biri bilan aloqalarini o'rnatishiga ta'sir qiladi va u shuningdek, madaniyat, meros, iqtisodiyot va atrof-muhit hodisalarini birlashtiradi; shuning uchun uning rivojlanishiga yo'naltirilgan, va uni muvofiqlashtirish va nazorat qilish juda muhim masalalardir. Garchi "pazandachilik turizmi", "gastronomiya turizmi", "gastro-turizm", "vino turizmi" kabi turli atamalar. Uni ta'riflash uchun adabiyotda "ovqat turizmi" va "gurme" turizmi" ishlatiladi, keng qo'llaniladigan "gastronomik turizm" turizm "yeyish va ichishning noyob tajribasiga intilish" deb ta'riflanadi. Gastronomiya turizmi, qaysi odatda taomning o'ziga xosligini va uning biror joyga, mintaqaga yoki mamlakatga xosligini bildiradi. Gastronomik turizm oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarga tashrif buyurish, ovqatlanish festivallari, restoranlar va tegishli joylarni o'z ichiga oladi maxsus taomni tatib ko'rish, uni ishlab chiqarish va tayyorlash jarayonlarini kuzatish yoki ovqatlanish bilan birga ba'zi maxsus ovqatlar juda mashhur oshpazning qo'lidan tayyorlangan maxsus taom, shuningdek, ma'lum bir taomning qanday tayyorlanishini ko'rish. [4]

Bundan tashqari, turistlar uchun restoran va mehmonxonalarda ovqat tayyorlash o'rniga, sayyohlarning mahalliy taomlar va ichimliklar bilan bog'liq tajribaga ega bo'lish uchun sayohat qilishlari gastronomik turizm. Faqat oziq-ovqat yo'riqnomalaridan iborat bo'lmagan gastronomik turizm sanoati va restoranlar, har qanday oshpazlik tajribasini qamrab oladi. Bu sektorda oshpazlik maktablari, savdo do'konlari mavjud ovqat kitoblari, gastronomiya turlari operatorlari va ekskursiya gidlari; gastronomiyaga oid ommaviy axborot vositalari, teledasturlar va jurnallar va faoliyat, vino ishlab chiqaruvchilar, uzumzorlar, pivo zavodlari, distillash zavodlari, dala egalari va ishlab chiqaruvchilar. Gastronomik turizmni rivojlantirishning muhim jihati mintaqa aholisining mahalliy mahsulotlarni himoya qilishidir ushbu hududga tegishli. Gastronomik turizmning ba'zi aktsiyadorlari - yakka tartibdagi uzum yetishtiruvchilar, mehmonxonalar, restoranlar, turoperatorlar, paketli tur yoki individual turistlar va mahalliy korxonalar. [3]

Kuchli raqobat mavjud bo'lgan bugungi marketing dunyosida yo'nalishlar marketingi juda murakkab hodisa, chunki u turli maqsadlar va umidlar bilan ko'p qiyinchiliklarga ega; va mahalliy oshxonalar o'ziga xosdir. Gastronomik turizm deb hisoblanganda sayyohlar tashrif buyuradigan joyni ishlab chiqish va sotishning ajralmas va aks ettiruvchi qismidir. Gastronomik turizm Bu sayyohlarning sayohatini o'ziga xos sayohatga aylantirishi, borar joyining yorqinligini ta'minlashga yordam berishi bilan juda muhim hisoblanadi. boshqalar orasida yaxshi obro'ga ega bo'lish, shuningdek, oziq-ovqat va ichimliklar iste'mol qilish ramziy ma'noga ega bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi faqat fiziologik ehtiyoj bo'lishdan tashqari (Caliskan, 2013). Shu nuqtai nazardan, gastronomik turizm turistlar holatining muhim ko'rsatkichi va ular nima, qayerda, qachon va kim bilan ovqatlanishiga bog'liq; shuning uchun tasvir yaratish Tadqiqotlar juda ehtiyotkorlik bilan bajarilishi kerak, chunki bu turdagi tafsilotlarga alohida e'tibor qaratiladi marketing faoliyati nuqtai nazaridan ahamiyati. Destinatsiyalarni ishlab chiqish, sotish va saqlash uchun ko'plab ehtiyot choralari ko'rilgani kuzatilmoqda noyob geografik, madaniy va iqlimiy omillardan foydalangan holda mintaqaviy oshxonalarning boyligini himoya qilish. Lardan biri Bunga eng yaxshi misol - Portugaliyadagi Barrosa mol go'shti ustidan nazorat, bu erda faqat bu hayvonlarni boqish kerak. mahalliy ozuqalar va o'tlar bilan, shuningdek, organik va mahalliy ozuqalardan boshqa ozuqa bermaslik hayvonlarning o'sishi, shuning uchun bu yuqori darajada ta'minlangan boshqa joylarda bir xil mahsulotlarni ishlab chiqarishga to'sqinlik qiladi raqobat ustunligi. Bundan tashqari, gastronomiya tadbirlari

(gastronomiya festivallari, kurslar, mintaqaning gastronomiya qadriyatlarini himoya qilish uchun tashkil etilgan muzeylar va boshqalar) marketingda muhim rol o'ynaydi. [5]

Natijada, gastronomik o'ziga xoslikni muvaffaqiyatli o'rganish juda muhim, chunki u turistlar sifatini oshiradi. mintaqadagi aholi soni va tashriflarini har mavsumda amalga oshirish imkonini beradi, shu bilan ham madaniy merosni saqlab qoladi, ham iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy rivojlanishga yordam beradi. Oziq-ovqat va ichimliklar o'rtasidagi aloqani o'rnatish orqali mintaqaviy rivojlanishni qo'llab-quvvatlaydigan gastronomik turizm turizm va mahalliy o'ziga xoslik va madaniyatni mustahkamlaydi, shuningdek, moliyaviy sharoit yanada faol bo'lishi kerak va saqlanib qolishi kerak. Demak, bu tarixiy-madaniy merosni asrab-avaylash va ularga yetkazishga ham xizmat qiladi keyingi avlodlar va uning doimiyligini ta'minlash kerak.

Bu barcha tadbir va tadbirlar amalga oshishi uchun vazirlik raisligida hamkorlik bo'lishi kerak madaniyat va turizm boshqarmasi, viloyat madaniyat va turizm boshqarmalari kabi fuqarolik jamiyati tashkilotlari bilan birgalikda; universitetlarning turizm bo'limlari, turizm korxonalari, assotsiatsiyalar va federatsiyalar. So'ngi yillarda gastronomik reklama matnlarning hajmi tobora ortib bormoqda. Reklama faoliyati turli jihatlardan tahlil qilinadi: iqtisodiy, sotsiologik, madaniy, huquqiy, psixologik, ijtimoiy-falsafiy, lingvistik va boshqalar. Shunday qilib, marketologlarni birinchi navbatda reklamanning iqtisodiy samaradorligi qiziqtiradi. Sotsiologlar reklamanning aholining turli guruhlariga ta'sirining qonuniyatlarini ularning qiymat yo'nalishlarini hisobga olgan holda aniqlaydilar. Madaniyatshunoslarning e'tibori ommaviy madaniyatning ko'rinishi sifatida reklamaga qaratilgan. Advokatlar boshqa ma'muriy yoki huquqiy qoidalarni buzgan reklama matni bo'yicha tekshiruv o'tkazadilar. Reklamani o'rganuvchi psixologlar ijtimoiy idrok kabi hodisalarga e'tibor berishadi. [6]

Falsafiy asarlarda gastronomik reklama so'nggi o'n yillikda sodir bo'lgan ijtimoiy o'zgarishlar vositasi sifatida qaraladi. Bu holda gastronomik reklama zamonaviy globallashuvning muhim xususiyati sifatida talqin etiladi. Reklamani lingvistik o'rganishning asosiy yo'nalishi matn lingvistikasi, uni "matn - nutq" asosiy paradigmasi nuqtai nazaridan tavsiflashdir. Bu yerda ijtimoiy-madaniy komponentlar ham muhim rol o'ynaydi, ular o'xshash bo'lishi mumkin va alohida madaniyatlarda juda farq qilishi mumkin. Shunday qilib, gastronomik reklama matnlarning lingvistik va pragmatik xususiyatlari, madaniyatga xos bo'lgan ba'zi jihatlar bundan mustasno. Reklama nihoyatda ko'p qirrali hodisadir. Shu sababli, ushbu kontseptsyaning talqinlari va atamaning o'ziga xos ta'riflari juda xilma-xil bo'lishi ajablanarli emas. "Reklama tarixi" tadqiqotida to'g'ri ta'kidlanganidek, "qiziqayotgan mavzuning ko'plab ta'riflarining mavjudligi reklama sohasidagi yangi, tajribasiz mutaxassislarni chalkashtirib yubormasligi kerak - bu har qanday murakkab, ko'p qirrali, ma'lum darajada, hatto universal voqelik hodisalari". Reklama turli kasbiy sohalar o'rtasida chegara pozitsiyasini egallaydi va turli kasblar vakillarining e'tiborini tortadi. Reklama sohasida faoliyatning alohida yo'nalishlarini aniqlash uning ma'lum darajada rivojlanishidan dalolat beradi. Biroq, endi biz reklamanning professional faoliyat sohasiga aylanishining tobora ortib borayotgan sur'atlari haqida ishonch bilan aytishimiz mumkin. [1]

Natija. Ovqatlanish insonning asosiy ehtiyojlaridan biri, shuningdek, lazzatlanishning asosiy manbalaridan biridir. Odamlar hashamatli buyumlar, qimmatbaho jihozlar va amaliy bo'lmagan kiyimlarsiz yashashlari mumkinligini yaxshi bilgan holda, ammo mazali va arzon ovqatlardan voz kechishni istamaydilar, oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari uzoq vaqtdan beri

o'zlarining ittifoqchilaridan birini reklama qilishgan. Shu bilan birga, ular uchun iste'molchilarni "ko'proq sotib olishga va kamroq pishirishga" majburlash muhim edi, ya'ni uyda pishirilgan taomlar kultini maxsus mahorat talab qilmaydigan kultga aylantirish. yoki uy bekasidan vaqtni behuda sarflash, chunki an'anaviy ravishda ko'plab madaniyatlarda ovqat tanlash va tayyorlash hali ham ayollarning vakolati hisoblanadi. Ijtimoiy rollarning chegaralari tobora xiralashgan bo'lsa-da, oziq-ovqat, ayollar va sevgi namoyishi o'rtasidagi aloqa o'zgarishsiz qolmoqda. Rossiyada ular odamning yuragiga yo'l oshqozon orqali o'tadi, deyishadi. Agar siz reklamaga ishonsangiz, ma'lum bo'lishicha, konservadagi sho'rva yoki mikroto'lqinli pechda isitiladigan plastik trubadan tayyorlangan qovurilgan idish, u ishlayotganidan yoki internetdan qat'i nazar, zamonaviy ayol uchun ajoyib tanlovdir. Tayyorlanishining soddaligi va tezligidan tashqari, bugungi kunda ko'pchilik oziq-ovqat reklamasi bir qator standart tushunchalarga asoslanadi, masalan: "tabiiylik" Bu tushuncha oziq-ovqat reklamasi uchun ayniqsa muhim bo'lib, unda "tabiiy" so'zi semantik sohani to'ldiradi. "haqiqiy", "sog'lom", "tabiiy", ma'nolari bilan. Ta'riflangan turdagi reklama matnlarida tez-tez uchraydigan boshqa kombinatsiyalar, mahsulotning tabiiyligini ta'kidlaydigan qadoqdagi turli xil yozuvlardir. Masalan, "konservantsiz", "GMOsiz", "100%.

Tabiiy mahsulot", "bo'yoqlarsiz", "o'z fermamizda ishlab chiqarilgan" va boshqalar. Bunda biz haqiqiy do'stona muloqotni, qarindoshlar va do'stlarning uchrashuvlarini tushunamiz, ular albatta asal va ichimliklarni birgalikda tayyorlash va iste'mol qilish bilan birga keladi. Tushunchaning semantik sohasi muloqot chog'ida shaxsning hissiy holatini ifodalovchi so'zlarni qamrab olishi muhim ahamiyatga ega. Bunday yig'ilishlar iliq, quvnoq, quvnoq va hokazo bo'lishi kerak deb taxmin qilinadi. Yoqimli muloqot, reklama beruvchilar eslaganidek, har doim zavqdir. Do'stona yoki oilaviy bayram uning ishtirokchilarining qalbini quvonch va tinchlik tuyg'ulari bilan to'ldiradi. Ovqatlanish zavqini ijobiy baholashga "baxt", "shirinlik", "mastlik", "zavq" va hatto "baxt" kabi so'zlar kiradi. "Mukammallik" Har qanday reklama qilinayotgan mahsulot o'zini eng yaxshisining eng yaxshisi deb ataganligi sababli, "mukammallik" tushunchasi nafaqat oziq-ovqat reklamasida, balki umuman reklamada ham keng tarqalganligi aniq. Ishlab chiqarishning yuqori standartlari va ishlab chiqarish sifati haqidagi ma'lumotlar iste'mol tovarlari reklamasining ajralmas atributi bo'lib, uning asosini "ajoyib", "mukammal", "eng yaxshi", "eng" so'zlari tashkil qiladi. Oziq-ovqatning lingvistik kontseptualizatsiyasi bilimlarni umumlashtiruvchi kognitiv konstruktsiya sifatida madaniy yoki lingvistik va madaniy kompetentsiya mavjudligini nazarda tutadi. U ma'lum bir til belgisiga bog'liq bo'lgan madaniy ma'noning mohiyatini, shuningdek, xalqning barcha madaniy munosabati va an'analarini chuqur tushunishga yordam beradi. "Oziq-ovqat" tushunchasi murakkab aqliy shakllanish bo'lib, unda qisman mos keladigan ba'zi tarkibiy xususiyatlarni aniqlash mumkin. [7]

Ilgari ushbu ishda oziq-ovqat insonning asosiy ehtiyojlaridan birini qondirish vositasi sifatida reklama beruvchi va ayniqsa reklama ishlab chiqaruvchisi nuqtai nazaridan juda g'ayrioddiy mahsulot ekanligi qayta-qayta ta'kidlangan. Bu har kuni inson uchun juda muhim, usiz u mavjud bo'lolmaydi va shuning uchun uni reklama qilish unchalik qiyin emas. Siz shunchaki yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishingiz kerak va u hech qanday qo'shimcha kuch va moliyaviy investitsiyalarsiz talabga ega bo'ladi. Bundan tashqari, ba'zi kompaniyalar o'zlarining reklama strategiyasini iloji boricha aniq ta'kidlaydigan tarzda tuzadilar, ular o'z mahsulotlarini noyob yoki o'ziga xos ko'rinishga umuman moyil emaslar. Albatta, ular qaysidir

ma'noda haq. Ayniqsa, brend dastlab bir xil mahsulotni bir xil paketda yillar davomida sotib olgan an'anaviy iste'molchilarga qaratilgan bo'lsa. "Simply" yoki "Tasty" sut brendlari mavjudligi ajablanarli emas. Biroq, amaliyot shuni ko'rsatadiki, ko'plab zamonaviy iste'molchilar oziq-ovqat mahsulotlarini tanlashda ko'plab omillarga, xususan, brend xabardorligiga e'tibor berishadi. Bundan tashqari, biz yangi mahsulot haqida gapirganda, lekin kundalik talab mahsuloti. Misol uchun, yogurt yoki makkajo'xori donalari. Kundalik hayot allaqachon juda ko'p qiyinchiliklarga duch kelmoqda, shuning uchun hech kim tanlov qila olmaslik bilan uni murakkablashtirishni xohlamaydi. Do'konga kelib, xaridorlar sotib olish bo'yicha qarorlarni o'zlari qabul qilishlariga soddalik bilan ishonishadi. Aslida, ular o'zlari bilmagan holda, ko'pincha reklama bo'yicha mutaxassislar tomonidan berilgan ko'rsatmalarga amal qilishadi: "sinab ko'ring", "yangilang", "sho'ng'iling", "sezning", boshqacha qilib aytganda - "sotib oling". Ushbu tushunchalar ortida reklama matnlarini asl mohiyatini bilib olishimiz mumkin.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, gastronomik reklama matni bu xaridorlarni ma'lum bir voqea yoki narsaga ishontirish yoki ularga ma'lum voqelikni ko'rsatish orqali jalb qilish niyatida yozilgan yozuv. Bu reklama qilishda keng qo'llaniladigan vosita bo'lib, unda potentsial mijozlarga ma'lum bir mahsulot yoki xizmatni sotib olish yoki undan foydalanishga qaratilgan matn turi mavjud bo'ladi. Tilda har bir so'z o'zining leksikgrammatik xususiyatlariga ko'ra bir-biridan farqlanadi va bu tafovutlar matnni ko'rish jarayonida yaqqol ko'rinib turadi. Bu xususiyatni so'z birikmalariga nisbatan ham ayta olamiz. So'zlar va so'z birikmalari ma'lum usullarda birikadi. Bu grammatik abstraktsiyaning natijasi hisoblanadi. Umuman olganda, reklamadagi asosiy g'oyaning noan'anaviy tarzda o'z ifodasini topishi, kulminatsion nuqtaning kutilmagan ko'rinishlarda o'z yechimini topishi uning ta'sirchanligini oshirishda mislsiz darajada muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday paytlarda reklama qanchalik talab darajasida tuzilgani, to'qilgani, yaratilgani ham juda muhim ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar/Literatura/ References:

1. M. Solijonov, REKLAMA MATNLARIDA TURG'UN BIRIKMALARNING LINGVISTIK XUSUSIYATLAR, Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies (CARJIS) ISSN (online): 2181-2454 Volume
2. Mukumov Makhmud Khudayberdievich. (2023). A BRIEF INSIGHT INTO INTERTEXTUALITY. Best Journal of Innovation in Science, Research and Development, 414–420. Retrieved from <http://www.bjisrd.com/index.php/bjisrd/article/view/1099>
3. Akhmedova Adolat Ravshan kizi. (2022). Problems of Formation of Phonetic Competence of Students (A Level 1). Eurasian Scientific Herald, 6, 160–162. Retrieved from <https://geniusjournals.org/index.php/esh/article/view/919>
4. Yusupova Khilola Uktamovna. "GIVING STABLE COMPOUNDS AND EXPRESSIONS IN TRANSLATION." E-Conference Globe. 2021.
5. Хаитова, Г. (2024). ОПОЗИЦИИ "БЛИЗКО – ДАЛЕКО" В ЛИНГВИСТИКЕ (на английском и узбекском языках). Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари / Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук / Actual Problems of Humanities and Social Sciences., 3(S/9). <https://doi.org/10.47390/SPR1342V3SI9Y2023N33>
7. Abdusaidov S. Gazeta janrlarining tili va uslubi. Samarkand, 2001.
8. Bakieva G.X., Teshabaeva D.M. Ommaviy axborot tili. T.:O'zkitobsavdonashriyot, 2019.- 172 b.

9. Rajarova M. A. The usage of cognitive metaphor and allegory in discourse.
10. “Экономика и социум” №1 (80) ч 1ю 2021ю www.iupr.ru
11. АХМЕДОВА, А. (2023). NEMIS TILI FONETIK KOMPETENSIYASINI SHAKLLANTRIRISHDA INNOVATSION TA'LIM TEXNOLOGIYALARINING ROLI . Journal of Research and Innovation, 1(4), 42–45. Retrieved from <https://imfaktor.com/index.php/jorai/article/view/353>

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 4 (4) – 2024

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).