



ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ



ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ
ЖАҲОН ТИЛЛАРИ
УНИВЕРСИТЕТИ

ЗАМОНАВИЙ ТИЛШУНОСЛИК, АДАБИЁТШУНОСЛИК, ТАРЖИМАШУНОСЛИК ВА ХОРИЖИЙ ТИЛЛАР ЎҚИТИШНИНГ МУАММОЛАРИ

VII - ИЛМИЙ-АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯ

7 май 2018 йил



Тошкент – 2018

Игамбердиева Ч. Инглиз ва ўзбек тилларида “Joy” концептининг миллий-маданий хусусиятлари	6
Иргашева Н. Особенности английского национального характера глазами американских писателей	7
Иномхожаева Ш. Methodological features of teaching English to blind and visually impaired children	
Искандарова Н. Social realism in “Look back in Anger” by John Osborn	
Исломов Ж. Digression in literature	
Исраилова Д. Инглиз ва ўзбек тилларидаги микдор маъносининг категориал мавқеи	
Касимова Ф. The pragmatic aspect of the advertisements	
Кенжаева Н. Коммуникативно-прагматические особенности фразеологических единиц уменьшительности	
Комачкова С. Национально-культурная специфика фразеологических единиц	
Кучкарова С. Specific features of literary discourse	
Курбонова Н. Principles of an E-course design	
Мадаминова У. Feminine identity reflected in American novels of the XIX-XX centuries	
Набиева Ш. Milliy xarakter va mentalitet tushunchasi	1
Магчоновна Б. Motivating students with effective presentation	1
Махмудова Н. About specific features of non-verbal communication	1
Махмудова Н. Comparative analysis of the somatic phraseological units in the English and Uzbek languages	1
Махмудова З. Ingliz va o‘zbek tili o‘quv leksikasining umumiy va farqli tomonlari	1
Мелиева С. Художественный текст с позиции когнитивной стилистики	1
Миржалилова М. Lingvodidaktika, metodika va chet tillarini o‘qitish	1
Муродова Ш. Political and personal integrity in “Strangers and Brothers”	1
Миробидова М. The significance of the educational system of studying cross-cultural communication	1
Мирсадуллаев М. Nature treatment in Robert Browning’s poetry	1
Ниёзов Ж. Steinbeck’s optimism and hope for future of humanity in “The winter of our discontent”	1
Носирбекова А. Christopher Marlowe’s place in English literature and carpe diem in his poetry	1
Нуриддинова Н. The reflection of wolf as a symbolic animal figure in Ernest Seton-Thompson’s works	1

"I said I'd enjoyed talking to them a lot, too. I'd have enjoyed it even more though, I think, if I hadn't been sort of afraid, ... that they'd all of a sudden try to find out if I was a Catholic. Catholics are always trying to find out if you are a Catholic. It happens to me a lot. ... That kind of stuff drives me crazy. That's why I was glad those nuns didn't ask me if I was a Catholic."

(J. Salinger "The catcher in the Rye" p.124)

Although he enjoyed discussion, he was worried about being asked whether he is a Catholic or not. This shows his tension for being judged morally and ethically, and his associations with moralists, who look down upon those who hide such realities from them.

Thus, digressions can be used intentionally as a stylistic or rhetorical device. Digression functions may vary from author to author. Some writers use it to provide scholarly background, while others use it to prevent confusion of illusions in a narrative. Many authors fear that if they do not digress from the main topic, naïve readers might not be able to differentiate between the reality and fiction. The reason is that some topics are close to reality, such as poverty, strained relationships, and crime. Hence, they use it to put a check on their audience's sympathetic identification with certain characters.

Another function is to emphasize or illustrate an idea through examples and establish a channel through which authors satirize a person or place.

Nevertheless, the main function of digression is to provide a description of characters, give background information, establish interest, and create suspense for the readers.

References:

1. Chambers, Ross Literature. University of Nebraska Press, 1999.
2. Galperin I.R. Styistics. - M., Progress Publishers, 1978.
3. Wikipedia
4. Salinger J.D. The Catcher in the rye. - M., Progress Publishers, 1978

*Исраилова Дилдора
Илмий раҳбар: ф.ф.д, проф. Расулова М.И*

ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИДАГИ МИҚДОР МАЪНОСИНИНГ КАТЕГОРИАЛ МАВҚЕИ

Тил бирликларини гуруҳлаш, категориялаш тилшуносликда узок тарихга эга.

Тил ҳодисасининг категориал мавқеини аниқлаш унинг тил тизимидаги ўрнига тўғри баҳо беришга имкон беради. Шу нуқтаи назардан

келиб чиққан ҳолда ушбу мақолада биз "жамлик" маъносининг тилдаги категориал мавқеи ҳақида сўз юритамиз.

Тилларнинг грамматик структураси маълум грамматик категориялар ёрдамида ўрганилади.

Тиллар системаларини таҳлил қилишда, грамматик категорияларнинг тил сатҳига тегишли birlikларини аниқлаш лозим. Шу давргачаалоҳида конкрет тилларнинг грамматик структурасини тадқиқ қилишда қўлланилаётган грамматик категориялар тушунчаси тадқиқот учун етарли эмас. Шу сабабдан ҳам, тилшуносликда тилнинг турли яруслари birlikлари иштирокида ифодаланувчи категорияларни топиш ва таҳлил қилиш тилшуносларнинг диққатини ўзига жалб қилган. Бу соҳада тушунча категорияси (О.Есперсен, И.И.Мещанинов), функционал-семантик категория (А.В.Бондарко), грамматик-лексик майдон (Е.В.Гулига, Е.И.Шендельс), типологик категория (Ж.Бурунов), лексик категория (М.И.Расулова) ва бошқа истилоҳлар (терминлар) қўлланиб келмоқда.

Фактик материал таҳлили жараёнида тил иерархиясининг морфологик, синтактик ва лексик birlikлари жамлик категориясининг типологик шакллари сифатида намоён бўлиши аниқланди. Ушбу ҳолат Ж.Бурунов томонидан келтирилган типологик категориянинг хусусиятларидан бири бўлиши қатламлараролик хусусиятини изоҳлайди. Жамлик категорияси ўз ифодасини инглиз тили билан бир қаторда ўзбек, рус ва бошқа кўпгина тилларда топиши, ушбу категориянинг тиллараролик хусусияти унинг типологик категория эканлигининг яна бир бор тасдиғидир.

Замонавий тилшуносликда катта эътибор тил морфологик репрезентациясининг когнитив жиҳатдан ўзига ҳос ҳодиса эканлиги ва унинг тилда концептуал мазмунини акс эттириш воситаси эканлиги ҳақидаги фикр кенг тарқалган. Бу йўналишда бажарилган айрим ишларда турли концептларнинг тилдаги репрезентацияси ҳақида боради. (Болдырев, Беседина, 2007, с.3-10)

"Миқдор" тушунчасини таҳлил қилар экан мақола муаллифлари иш жараёнининг биринчи босқичида ушбу тушунчани таркибини аниқлаш лозим деб ўқтиради (Болдырев, Беседина, юқорида қайд қилинган асар, 7 б.)

Бу тилшунослар уларга алоқадор "Число" (сон) категорияси билан муносабатини таҳлил қилар эканлар, миқдор ва сон ўртасидаги, «Количество» (миқдор) ларининг аниқтавсифлари дамавжуд бўлган айримлик, ягоналик (чекланганлик), ва жамлик (чекланмаганлик) хоссалари ва сонда кузатиладиган асосий антиномия куплик - но-кўплик (множественность - немножественность)нинг моҳияти очиб беришади.

Умумлашган грамматик маъно (хусусан морфологик) бўлмиш "жамлик" таркибида муайян жиҳатдан конкретлаштирилган ва ундаги

"жамлик" лексик-грамматик маъноли ёки "лексик" маънонинг актуаллашуви гап структурасида бўладиган тегишли ўзгаришларни тақозо этади.

Бу тавсифни хулосалар экан олимлар жамликни анаънавий тилшунослик жиҳатидан "типологик лексик-грамматик категория" (Ж.Бурунов термини) деб қарайди. Когнитив тилшунослик нуқтаи назаридан эса "концептуал мазмун" сифатида баҳоланади.

Жамликнинг морфологик жиҳатдан репрезентациясининг механизми ва ўзига хос хусусиятларини таҳлил қилиш қуйидагиларни хулоса тарзида айтишга имкон беради.

✓ Жамлик лексик-грамматик категория бўлиб, жамлик категорияси деганда биз жамлик маъносини ўзи базавий тушунча сифатида ифода этган тилбирликларининг гуруҳини тушунамиз

✓ жамлик маъносининг нутқда, гапшаклида ва синтактик жиҳатдан репрезентацияси яъни функционал юкламага эга бўлишининг асосий когнитив механизми сифатида абстрактлашув ва чегаралаш намоён бўлади.

✓ "Микдор" ва "сон" концептларининг намоён бўлишини таъминлашга хизмат қиладиган тил воситалари сифатида морфологик (грамматик) категориялар ва шаклларни кўрсатиш мумкин.

✓ Жамлик категорияси морфологик репрезентациясининг когнитивасосиморфологикжиҳатданнамоён қилинаётган концептлар томонидан амалга оширилади.

Жамлик маъносини категориал хусусиятларини исботини фактик материал асосида тўпланган жамловчи отлар мисолида таҳлил қилиб чиқамиз.

Жамловчи отлар бир турдаги нарса ёки тирик жонзотларнинг йиғиндисини ифода қилади. Бу гуруҳга эга отлар бир қатор хусусиятларга эга. Масалан:

* бирлик ёки кўплик шаклида бўлиб, санок сонлар билан бирикмайди, ёки жуда кам бирикади: (икки) иккита армия, уч (учта) жамоа, иккита пода каби;

*бу гуруҳ отлар ноаниқ микдорни ифодаловчи сўзлар, баъзан эса қаср сонлар билан бирикади: аҳолининг учдан икки қисми, кам (кўп) маҳсулот;

*улар сирасига кирувчи army, collective, people, group, commission каби отлар кўплик шаклида қўллана олади ва санок сонлар билан бирикади: peoples of the country, two armies, five groups, three commission кабилар.

Жамлик категорияси маҳсулдор эмас, янги сўзлар билан тўлмайди.

Таҳлил жараёнида жамловчи отларни тўрт гуруҳга бўлиниши кузатилади. Улар қуйидагилар:

✓	инсонлар йиғиндисини ифодаловчи: army people, group, country;
✓	хайвонлар тўдасини билдирувчи: elephant, lion, bear;
✓	ўсимликлар йиғиндисини билдирувчи: oak, apple-tree;
✓	маҳсулотларнинг тўпламини билдирувчи: bread, wheat, rice, butter кабилар шулар жумласидандир.

Инглиз тилида род категорияси йўқлиги туфайли жамловчи отларнинг таснифи анча осонлик туғдиради. Бирлик шаклидаги отлар бир турдаги нарса ва жиҳатларнинг яккалигини ифодалайди.

Жамловчи отлар бирлик ва кўплик шакллари фарқловчи алоҳида суффикс мавжуд эмас: mankind - инсоният, agency-агентлик, wheat, Bread каби. Аслида жамликни ифодаловчи отлар бирлик шаклида бўлади. Агар улар кўплик шаклида келса, алоҳида ҳисоблаб бўладиган жонзотлар ва нарсаларнинг йиғиндисини англатади: people, armies, teams, fruits, nuts каби.

Баъзан контекстда умумлашган -жамловчи отлар бирлик ва кўпликда тенг қўлланади ва бунда баъзи нарсаларнинг миқдори эътиборга олинмайди. Масалан : The book is a good present. The best presents is books.

Юқоридаги мисоллардан кўринадики, жамловчи отлар ҳеч қандай суффикс қўшилмаган ҳолда бирлик ва баъзан кўплик шаклида қўлланилиши мумкин. Бу хусусият жамловчи отларнинг лексик ясалишини кўрсатади. Бундай лексик жиҳатдан жамловчи отларни яшаш инглиз тилида мавжуд. Бироқ инглиз тилида жамловчи отлар грамматик сон категорияси билан боғлиқ равишда қаралса ҳам бирлик ва кўплик каби алоҳида оппозицияни ташкил этмайди. Бу хусусият баъзи тилларда бирлик-кўплик-жамлик сифатида учталик оппозицияни иккиталик бинар оппозиция шаклига келтирсак, бирлик-кўплик, бирлик-жамлик, кўплик-жамлик ҳолига келади. Бу нуқтаи назардан инглиз тилида жамловчи отларни сон категорияси доирасида қаралса ҳам алоҳида грамматик гуруҳ сифатида эмас, балки асосан лексик категория деб каралади.

Биз лексикани биринчи ўринга қўйдик, чунки жамловчи отлар кўпинча лексик усулда ясалади ва ҳеч қандай суффикс олмай, бирлик шаклида бўлади. Жамловчи отларнинг грамматик, яъни морфологик усул билан -s қўшимчасини қўшиш орқали ясалиши уларнинг иккинчи даражали ҳолати ҳисобланади. Аслида жамликка бирлик ва кўплик ўртасидаги тушунча сифатида қарамоқ зарур. Чунки жамловчи отлар асосан бирлик шаклида бўлса ҳам баъзан контекст тақозоси билан кўплик шаклида кела олади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Болдырев Н.Н. Когнитивное семантика.- Танбов, 2007
2. Бондарко А.В.. Теория значения в системе функциональной грамматики. (На материале русского языка.) М., 2002, сс 47-48.
3. Буранов Ж. Сравнительная типология английского и тюркских языков.- М., Высшая школа, 1983
4. Гулыга Е.В., Шенделье Е.И. Грамматико-лексические поля в современном немецком языке. М.: Просвещение. 1969, 183 с.
5. Есперсен О. Философия грамматики . М., 1958, 450с
6. Мещанинов И.И. Понятийные категории. Труды Внoенного института М., 1945, № 1.
7. Расулова М.И. Основы лексической категоризации в лингвистике. Ташкент, Фан, 2005.

Касимова Фотима

Илмий раҳбар: ф.ф.д., проф. Ашурова Д.У

THE PRAGMATIC ASPECT OF THE ADVERTISEMENTS

The quick and sharp development of technologies has a great influence on advertisements, which are very popular nowadays. The language of advertisements was studied only in terms of its semantic, structural and stylistic properties. However, with the development of new trends in linguistics, the new approaches to the study of advertisements such as pragmatic, cognitive and cultural have appeared. The pragmatic approach of advertising attracts a great number of scholars' and linguists' attention. (G Leech, A. Goddard as well as Vestergaard & Schroder).

The language of advertisement is characterized by its own functions and there are several linguists who deal with this problem. For instance, Vestergaard & Schroder pointed out that pragmatic intentions of the advertisements are closely connected with each other and in most cases they are used in combination. The following pragmatic intentions can be outlined: to attract the consumers' attention, to arouse the interest towards the product. To stimulate desire and to purchase the product. (1986:120)

These pragmatic functions are based on different communicative principles by P. Grice, politeness maxims by G. Leech, the phenomenon of presupposition as well as the theory of speech acts. This article demonstrates, on the one hand how communicative principles by P. Grice are applied in advertisements and how advertisements