

UZBEKISTAN

LANGUAGE & CULTURE

ISSN 2181-922X

**O'ZBEKISTON:
TIL VA MADANIYAT**

Lingvistika

2025 Vol. 2 (1)

www.linguistics.tsuull.uz

ISSN 2181-922X

O‘ZBEKISTON

TIL VA MADANIYAT

LINGVISTIKA

2025 Vol. 2 (1)

www.navoiy-uni.uz

www.uzlc.navoiy-uni.uz

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti

Bosh muharrir: Hamidulla Dadaboyev
Bosh muharrir o'rinbosari: Zulxumor Xolmanova
Mas'ul kotib: Dilafruz Muhammadiyeva

Tahrir hay'ati

Baxtiyor Abdushukurov, Samixon Ashirboyev, Sulton Normamatov, Munavvara Qurbonova, Muhayyo Hakimova, Dilrabo Baxronova, Nodira Alavutdinova, Muqaddas Abdurahmonova, Marhabo Umurzoqova, Manzura Shamsiyeva, Gavhar Komilova, Kamola Rixsiyeva, Iqbol O'razova, Muhabbat Madaminova, Rohila Abdullayeva, Saodat Israilova, Mushtariy Xolmurodova, Nodir Jo'raqo'ziyev, Sherqo'zi Qulbulov, Mahliyoxon Tuxtasinova.

Jurnal haqida ma'lumot

“O'zbekiston: til va madaniyat” jurnali – lingvistika, tarix, adabiyot, tarjimashunoslik, san'at, etnografiya, falsafa, antropologiya va ijtimoiy tadqiqotlarni o'rganish kabi sohalarni qamrab olgan akademik jurnal.

Jurnalning maqsadi – ko'rsatilgan sohalarga oid dolzarb mavzulardagi bahs-munozaraga undaydigan, yangi, innovatsion g'oyalarga boy, o'z konsepsiyasiga ega bo'lgan tadqiqotlarni nashr etishdir.

Ingliz, rus va o'zbek tillaridagi, shuningdek, boshqa turkiy tillarda yozilgan maqolalar qabul qilinadi. Iqtisodiy tahlillar hamda siyosatga oid maqolalar e'lon qilinmaydi.

Jurnalda kitoblarga yozilgan taqrizlar, adabiyotlar sharhi, konferensiyalar hisobotlari va tadqiqot loyihalari natijalari ham e'lon qilinadi. Mualliflar fikri tahririyat nuqtayi nazaridan farq qilishi mumkin.

“**Lingvistika**” Oliy attestatsiya komissiyasi ilmiy nashrlar ro'yxatidagi “O'zbekiston: til va madaniyat” jurnalining tilshunoslik yo'nalishidagi seriyasi bo'lib, yilda to'rt marta e'lon qilinadi. “Lingvistika” seriyasida professor-o'qituvchilar, doktorantlar, stajyor-tadqiqotchilar, mustaqil izlanuvchilar, magistrantlarning lingvistika yo'nalishidagi ilmiy maqolalari nashr etiladi.

“Lingvistika” seriyasi 2021-yil mart oyidan chiqa boshlagan.

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti.

O'zbekiston, Toshkent, Yakkasaroy tumani, Yusuf Xos Hojib ko'chasi, 103.

Email: uzlangcult@gmail.com
Website: www.linguistics.tsuull.uz

Alisher Navoi Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature

Editor-in-Chief: Hamidulla Dadaboev
Deputy Editor in Chief: Zulkhumor Kholmanova
Executive secretary: Dilafruz Muhammadiyeva

Editorial Committee

Bakhtiyor Abdushukurov, Samikhon Ashirbayev, Sultan Normamatov, Munavvara Kurbanova, Muhayyo Hakimova, Dilrabo Bakhranova, Nodira Alavutdinova, Muqaddas Abdurahmanova, Marhabo Umurzakova, Manzura Shamsiyeva, Gavhar Komilova, Kamola Rikhsiyeva, Iqbol Urazova, Muhabbat Madaminova, Rohila Abdullayeva, Saodat Israilova, Mushtariy Kholmuradova, Nadir Jorakoziyev, Sherkuzi Kulbulov, Makhliyokhon Tuhtasinova.

Journal information

“Uzbekistan: Language and Culture” is an academic journal that publishes works in the field of linguistics, history, literature, translation studies, arts, ethnography, philosophy, anthropology and social studies.

The purpose of the journal is to publish the results of the latest research that are rich in new, innovative ideas and has its own concept, which stimulates debate on topical issues in these areas.

The language of articles can be English, Russian and Uzbek. Other Turkic languages are also welcome. We do not publish economic analyses or political articles.

In addition to research articles, the journal announces book and literary work reviews, conference reports and research project results. The authors' ideas may differ from those of the editors'.

“**Linguistics**” is a linguistic series of the journal “Uzbekistan: Language and Culture” which in the list of scientific publications of the High Attestation Commission, published four times a year. The “Linguistics” series publishes linguistic articles by professors, doctoral students, trainee researchers, independent researchers, and masters.

The “Linguistics” series was launched in March 2021.

Alisher Navoi Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature.

103, Yusuf Khos Hojib, Yakkasaray, Tashkent, Uzbekistan.

Email: uzlangcult@gmail.com
Website: www.linguistics.tsuull.uz

MUNDARIJA

Lingvistika

Zulxumor Xolmanova

Ichki nutq – “Boburnoma” matnining o‘ziga xosligini ta’minlovchi omil8

Alisher Ubaydullayev

Ogahiy tarjimasidagi “Guliston” qo‘lyozmalarining matniy tadqiqi16

Mushtariy Xolmurodova

“Nasoyim ul-muhabbat” asaridagi turkiy so‘zlar25

Bobir Sulaymonov

Lug‘at maqolada bosh so‘z va izoh matn hududi33

Nigina Sadinova

Badiiy matnda yumor hosil qiluvchi vositalarning o‘rni50

Kuldasta Kummetova

Методика анализа парентетических конструкций русского, узбекского и азербайджанского языков56

Arofat Rixsiyeva

Frazeologik birliklarning ontologik asoslari va bilish jarayonidagi maqomi67

Saodat Israilova, Hadyaxon Mo‘ydinova

Bilingval ongning ustunligi74

A‘zamxon Sobitov

Qadimgi turkiy qo‘lyozmalardagi reptiliyalarning qiyosiy tahlili82

Feruza Rahmatova

O‘zbek va turk tillaridagi somatizmlar sinonimiyasi91

Gulbahor Rasulova

“Boburnoma”dagi omonim fitonimlarning qo‘llanilishi101

Nargizaxon Boltaboyeva

Buyuk Britaniyadagi dam olish maskanlari nomlari va ularning leksik-semantik xususiyati (ingliz va o‘zbek tillari misolida)109

Gulnoza Azamatova

Nemis tilidagi sonli frazeologik birliklar tarkibida inson fazilatlarini baholash xususiyatlari125

Hamro Murotov	
Radioreklama matnlarida leksik birliklar orqali presuppozitsiyaning ifodalanishi	135
Sadoqat Ergasheva	
Jestlarning evolyutsiyasi va integratsiyasi	145
Maftuna Turg'unova	
Topishmoqlarning lingvistik aspektida o'rganilishi	152
Shohista Akramova	
Mualliflik korpusi asosida diskursiv birliklarning funksional-stilistik xususiyatlari (Nusratullo Jumaxo'ja maqolalari misolida)	159
Shaxloxon Tursinbayeva	
Lingvomadaniy birliklarning ranglar misolida badiiy matnda ifodalanishi	172
Durdona Alijonova	
Tovush fe'llarining leksik-semantik va grammatik xususiyatlari	185
Nilufar Bultakova	
Madaniyatlararo kognitiv modellar: o'zbek va ingliz tillarida emotsiyalar ifodasi	193
Madina Akramjonova	
O'zbek va turk tillaridagi fitonimlar tahlili	200
Oltinoy Tillayeva	
O'zbek va Turk maqollarida Oila va Er-xotin munosabatlar	206
Dildora Adizova	
Somatik iboralarning 14 yoshdagi bolalar tomonidan o'zlash-tirishi	214

Content

Linguistics

Zulxumor Xolmanova

Inner speech – a factor ensuring the uniqueness of the Baburnama text8

Alisher Ubaydullayev

Textual analysis of the manuscript “Guliston” translated by Ogahi16

Mushtariy Xolmurodova

“Turkish words in “Nasoyim ul-muhabbat”25

Bobir Sulaymonov

The area of the main word and the explanatory text in the dictionary article33

Nigina Sadinova

The role of humorous devices in literary texts50

Kuldasta Kummetova

Methodology of analysis of parenthetical constructions of russian, uzbek and azerbaijani languages56

Arofat Rixsiyeva

Ontological basis and status of phraseological units in the process of cognition67

Israilova Saodat, Mòydinova Hadyaxon

The Advantages of Bilingual Mindset74

A'zamxon Sobitov

Comparative analysis of reptiles in ancient turkish manuscripts82

Feruza Rahmatova

Synonymy of Somatic Units in Uzbek and Turkish91

Gulbahor Rasulova

The use of homonym phytonyms in “Boburnoma”101

Nargizaxon Boltayeva

Types of resort destinations in great britain and their lexical-semantic features (on the examples of English and Uzbek languages)109

Gulnoza Azamatova

Evaluation of human qualities in german numerical idioms125

Hamro Murotov Expression of Presupposition through Lexical Units in Radio Advertising Texts	135
Sadoqat Ergasheva The evolution and integration of gestures	145
Maftuna Turg'unova Study of puzzles from a linguistic aspect	152
Shohista Akramova Functional-stylistic features of discursive units based on the authorial corpus (On the Example of Nusratullo Jumakhoja's Articles)	159
Shaxloxon Tursinbayeva Expression of linguistocultural units in a literature text using the example of colors	172
Durdona Alijonova Lexical-semantic and grammatical features of sound verbs in the uzbek language	185
Nilufar Bultakova Cross-cultural cognitive models: the expression of emotions in uzbek and english languages	193
Madina Akramjonova The Study of Phytonyms in Uzbek and Turkish Languages	200
Oltinoy Tillayeva Family and Marital Relations in Uzbek and Turkish Proverbs	206
Dildora Adizova Acquisition of somatic idioms by 14-year-old children	214

Radioreklama matnlarida leksik birliklar orqali presuppozitsiyaning ifodalanishi

Hamro MUROTOV¹

Annotatsiya. Ushbu maqolada radioreklama matnlarida leksik presuppozitsiyaning ifodalanishi xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, unda presuppozitsiyaning semantik va pragmatik jihatlari hamda axborotni qabul qilishdagi ahamiyati ochib berilgan. Leksik birliklar orqali yashirin axborotning ifodalanishi radioreklama materiallari misolida tahlil qilingan. Reklama matnlaridagi presuppozitsiyalarning adresatga ta'siri ochib berilgan.

Kalit so'zlar: *Radioreklama, presuppozitsiya, leksik birliklar, semantik struktura, semantik komponentlar, leksema, ekzistensial presuppozitsiya, ellipsis hodisasi, leksik presuppozitsiya, yashirin axborot.*

Radioreklamalarda lingvistik vositalarning iste'molchilar e'tiborini jalb etishdagi o'rni alohida ahamiyatga ega. Radioda vizual tasvir imkoniyati cheklanganligi sababli, reklama beruvchilar tilning jozibadorligi va ta'sirchanligiga ko'proq tayanadilar. Shu bois leksik birliklar iste'molchilarni ishontirish, mahsulot yoki xizmatni yodda qolarli qilish uchun qo'llaniladi. Radioreklama matnlarida pragmatik ahamiyatga ega bo'lgan supersegmental, sintaktik va semantik xususiyatlar keng qo'llanilib, ular asosiy ma'lumotlarni ajratib ko'rsatishda muhim rol o'ynaydi. Radioreklama nutqida baland ohang, urg'u, cho'zilgan unlilar, mustaqil bo'laklar, ellipsis va oddiy, kundalik lug'at kabi lingvistik vositalardan keng foydalaniladi.

Supersegmental xususiyatlar, xususan, baland ohang, urg'u va unlilarning cho'zilishi, ma'lum so'zlarni ajratib ko'rsatish orqali tinglovchilar e'tiborini jalb etishga xizmat qiladi [Pedreira Vilariño: 198].

Bunday ta'kidlar ovozda o'zgarishlar bilan birga, tinglovchilarda reklama matniga kuchliroq e'tibor uyg'otadi va uning mazmuni xotirada mustahkamroq saqlanadi.

¹ Murotov Hamro Buxorovich – Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti
mustaqil izlanuvchisi

E-pochta: hamromurotov@gmail.com

Iqtibos uchun: Murotov H. Radioreklama matnlarida leksik birliklar orqali presuppozitsiyaning ifodalanishi. *O'zbekiston: til va madaniyat.Lingvistika.* 2025-2: 135-144.

Presuppozitsiya pragmalingvistikaning asosiy tushunchalaridan biri sifatida matnning semantik strukturasi uchun muhim ahamiyatga ega. Leksik birliklar o'zining semantik xususiyatidan kelib chiqib radioreklama matnlarida presuppozitsiyani ifodalaydi.

M.Qurbonova o'zbek tilida ayrim leksik birliklar lug'aviy ma'nosi asosida, ba'zilar nutqda ikkilamchi vazifada qo'llanishi natijasida presuppozitsiya signaliga aylanishini ta'kidlaydi [Qurbonova, 2018:132].

Radioreklama matnlarida leksik birliklar orqali presuppozitsiyani ifodalashda ham mazkur holatlar kuzatiladi.

Ba'zi leksik birliklar nutqda qo'llanganda ularning semantik komponentlaridan biri bevosita yuzaga chiqsa, boshqasi presuppozitsiya orqali yashirin ifodalanadi. [Qurbonova, 2018:133].

Quyidagi radioreklama matnida presuppozitsiya leksik birlikning semantik komponentlari asosida anglashiladi:

*“Ipoteka” bank bilan pullaringiz nafaqat **himoyalangan**, balki **kafolatlangan** hamdir. Buning uchun “Ipoteka Retail” mobil ilovasini yuklab oling va qulay onlayn omonatiga o'z mablag'laringizni joylashtiring. Omonat 24 oy muddatga **yillik 22 foiz** miqdorida qabul qilinadi. Omonatlar fuqarolarning banklardagi omonatlarini kafolatlash fondi tomonidan kafolatlangan (R. “O'zbekim taronasi”).*

Reklama matnidagi “Ipoteka” bank bilan pullaringiz nafaqat himoyalangan, balki kafolatlangan hamdir” jumlasida “himoyalangan” va “kafolatlangan” leksemalari bilan pul mablag'lari xavfsiz ekanligi presuppozitsiyasi anglashiladi. Bu holat iste'molchilar ongida bank omonatlari haqida ishonch uyg'otadi. Natijada iste'molchilarga ushbu bankning omonatlari boshqa bank omonatlaridan ishonchliroq, degan yashirin axborot anglashiladi.

Omonat 24 oy muddatga yillik 22 foiz miqdorida qabul qilinadi jumlasidagi *yillik 22 foiz* ifodasi orqali foiz miqdori yuqori ekanligi presuppozitsiyasi yuzaga chiqadi. Ushbu reklama matnida leksik presuppozitsiya vositalari orqali iste'molchiga omonatga mablag' qo'yish xavfsiz, qulay va foydali ekani haqida yashirin axborot berilgan.

Himoyalamoq leksemasi, ya'ni himoya qilmoq – himoyasiga olmoq, qo'llab-quvvatlamok, homiylik qilmoq [ЎТИЛ, 5-жилд, 2008:531] kabi lug'aviy ma'nolariga ega.

Kafolatlamok leksemasi esa kafolat bilan ta'minlamok, kafolatli qilmoq [ЎТИЛ, 5-жилд, 2008: 336] lug'aviy ma'nolariga ega.

“Himoyalamoq” va “kafolatlamog” leksemalarining presuppozitsiyasi “xavfsiz bo’lmoq” semantik komponenti orqali yuzaga chiqadi.

G.Leech ta’kidlaganidek, fe’llar reklama xabarining kuchiga ozgina hissa qo’shadi, ya’ni ular matnning asosi bo’lgan maqsadni yoritishga yordam beradi, ammo aksariyat hollarda ular reklama xabarining asosiy mazmuniga jiddiy ta’sir ko’rsatmaydi [Pedreira Vilariño:199].

Sizni juda ham sog’indik va qadrdon maskanimiz Korzinka Aveatrga qaytdik. Korzinka Aveatr sizni doim quchoq ochib kutadi. Oilangiz va do’stlaringiz bilan keling hamda yoqimli sovg’alarimizdan bahramand bo’ling. Korzinka – odatdagidan yaqin (R. “Oriat Dono”).

Bu yerda *“Sizni juda ham sog’indik va qadrdon maskanimiz Korzinka Aveatrga qaytdik* jumlasidagi *“sog’indik”* va *“qadrdon maskanimiz”* so’z va so’z birikmalari orqali iste’molchilarning ushbu joy bilan avvaldan tanish ekani presuppozitsiyasi anglashiladi.

Korzinka Aveatr sizni doim quchoq ochib kutadi jumlasidagi *quchoq ochib kutadi* iborasi orqali ushbu joy mijozlar uchun har doim ochiq va ularni iliq kutib olish presuppozitsiyalari yuzaga chiqadi.

Oilangiz va do’stlaringiz bilan keling hamda yoqimli sovg’alarimizdan bahramand bo’ling jumlasidagi *yoqimli sovg’alarimiz* birikmasi orqali mazkur joyda kutilmagan sovg’alar mavjudligi yashirin axborot bilan bildirilmoqda.

Reklama matnida ishlatilgan leksik birliklar iste’molchilarga iliq hislar bag’ishlash bilan birga, ularning o’ziga yaqin bo’lgan, doimiy joy ekanligini his qiladigan yashirin axborotni yetkazadi.

Ba’zi leksemalar holat bildiruvchi tarkibiy komponenti orqali presuppozitsiyani ifodalaydi. Xususan:

– ***Yaqinda tug’ilgan kunim. Kasal bo’lish mumkin emas!***

– *Tobing qochdimi?*

– *Alvido, bayram!*

Shamollashning birinchi belgilaridayoq - Rezistol!
Ploorganik ekstraktidan tayyorlangan. Rezistol virus va bakteriyalaridan himoya qiladi va asoratlarning oldini oladi. Rezistol oilangiz uchun shamollashdan himoya. 1 yoshdan oshgan bolalar va kattalarda nafas yo’llarining infeksiyalarini davolashda qo’llaniladi. Qarshi ko’rsatmalar mavjud. Qo’llashdan oldin yo’riqnoma bilan tanishing (R. “O’zbekim taronasi”).

Ushbu reklama yosh bola va ayol kishi ovozida efirga uzatiladi.

Reklamadagi *Yaqinda tug’ilgan kunim. Kasal bo’lish mumkin*

emas! jumlasida orqali sog'lom bo'lish muhimligi presuppozitsiyasi anglashiladi. Bunda kasal bo'lmoq leksemasi sog'lom bo'lmoq leksemasiga sintaktik qurilmaning semantik xususiyatidan kelib chiqib presuppozitsiyaga ishora qiladi. Ya'ni gap kontekstida holat fe'li leksemasi antonim juftiga ishora qilayotganligi tushuniladi.

Shamollashning birinchi belgilaridayoq - Rezistol jumlasida esa "Rezistol" shamollashning ilk belgilaridayoq qo'llanishi kerak degan presuppozitsiya mavjud.

Reklama matnidagi leksik presuppozitsiyalar "Rezistol"ning shamollashga qarshi samarali vosita ekani va kasallikdan himoya qilish xususiyatlarini bilvosita anglatadi.

Professor R.Rasulov holat fe'llari haqida so'z yuritar ekan, ularni harakat natijasini ifodalovchi holat fe'llari deb ta'riflaydi. Uning fikriga ko'ra, bu fe'llar harakat natijasida yuzaga kelgan holatni anglatadi. Holatga o'tish jarayonida harakat ba'zan aniq ko'rinishga ega bo'lishi, ba'zan esa yashirin bo'lishi mumkin. Bunda harakatning tashqi ta'sirga ko'ra sezilmasligi, lekin aslida mavjudligi muhim ahamiyat kasb etadi. [Расулов, 2005: 12].

Reklama matnlarida nom ifodalovchi leksik birliklar keng uchraydi. Chunki reklamalar odatda biron-bir narsa va xizmat haqida bo'ladi. Ya'ni uning mavjudligi reklama axborotidan anglashiladi. Bu ekzistensial presuppozitsiya hisoblanadi. G.Yule nazariyasiga ko'ra, ekzistensial presuppozitsiya ma'ruzachi tomonidan aytilgan obyektning mavjudligi haqidagi taxmindir. Bu taxmin o'quvchi yoki tinglovchi tomonidan obyektning mavjudligi haqidagi avvaldan qabul qilingan fikrni nazarda tutadi. Ekzistensial presuppozitsiya ko'pincha egalik konstruksiyalari yoki an'anaviy ot iboralari orqali ifodalanadi [Sitompul, 2020:103]. Misol uchun:

Yangilangan savdoli dastur Beeline Klub bilan siz sevib ulgurgan joylarda chegirmalar, promokodlar va boshqa bonuslar. Dastur ishtirokchisiga aylaning va mamlakatimiz qahvaxonalari, restoranlari, do'konlari, sport zallari va ko'plab muassasalarida imtiyozlarga ega bo'ling. 200 ta Beeline Klub a'zolari sizni kutmoqda. Beeline Uzbekistan ilovasini o'rnating. Ko'pga a'zo bo'ling va o'zingiz uchun yangi imkoniyatlarni kashf eting. Beeline – siz bilan! (R. "Vodiy sadosi").

Reklamadagi *Yangilangan savdoli dastur "Beeline Klub" bilan* birikmasi orqali "Beeline Klub" dasturining mavjudligi va yangilangani anglashiladi. *Siz sevib ulgurgan joylarda chegirmalar, promokodlar va boshqa bonuslar* birikmasi orqali esa chegirmalar, promokodlar va boshqa bonuslarning real va foydalanuvchilar

uchun mavjud ekanligi presuppozitsiyasi anglashiladi. *Mamlakatimiz qahvaxonalari, restoranlari, do'konlari, sport zallari va ko'plab muassasalarida* birikmasi orqali ko'plab qahvaxonalar, restoranlar, do'konlar va sport zallarida "Beeline Klub" imtiyozlari mavjudligi tushuniladi, ya'ni "Beeline Klub"ning keng qamrovli hamkorlar tarmog'i borligi va bu joylarda chegirma yoki bonuslar olish imkoniyati mavjudligi presuppozitsiyasi shakllanadi. *200 ta Beeline Klub a'zolari sizni kutmoqda*" ifodasida esa 200 ta klub a'zosining mavjudligi va ular bilan bir jamoa bo'lish imkoniyati borligi presuppozitsiyasi tushuniladi. *"Beeline Uzbekistan" ilovasini o'rnatish*" ifodasi orqali esa "Beeline Uzbekistan" ilovasi mavjudligi va uni o'rnatib foydalanish mumkinligi anglashiladi. *Ko'pga a'zo bo'ling va o'zingiz uchun yangi imkoniyatlarni kashf eting* jumlasida esa "Beeline Klub"ning ko'plab a'zolari borligi va yangi imtiyozlar ochib berish imkoniyati mavjud ekanligi presuppozitsiyalari hosil bo'ladi.

Mazkur reklama matni ekzistensial presuppozitsiyalar orqali tinglovchiga "Beeline Klub"ning keng imtiyoz va xizmatlarga ega ekani, ko'plab joylarda chegirmalar, promokodlar va bonuslar mavjudligini anglatadi. Bu orqali tinglovchida imtiyozlarga kirish osonligi va klub a'zosi bo'lish orqali ko'plab manfaatlar olish mumkinligi haqida tasavvur shakllanadi.

Yuqorida ta'kidlanganidek, bu holat ekzistensial presuppozitsiyani ifodalaydi. M.Qurbonovanning fikricha, bunday presuppozitsiya mantiqiy presuppozitsiya sifatida baholanadi. U lingvopragmatika lingvistik mohiyat kasb etuvchi presuppozitsiyalarni o'rganishi lozimligini ta'kidlaydi. [Курбонова, 2018:139].

Ellipsis hodisasi radioreklamalarda ko'p uchraydigan leksik birliklardan biridir. U tushunchaning qisqarishi, ya'ni standart ma'lumotning nol ko'rinishiga aylantirilishi sifatida tavsiflanadi [Chen, 2016: 2134–2139.]

Darhaqiqat, reklama matnlarida o'rinsiz takrorning oldini olish uchun matnni qisqa va lo'nda ifodalash maqsadida ba'zi leksik vositalar tushurib qoldiriladi. Masalan:

Xonsaroy taqdim etadi!

To'qqizinchidan o'n to'rtinchi fevralgacha barcha sevishgan qalblar uchun Xalqlar Do'stligi saroyida soat 19:00 da Shohruxxon Ey Yor deb nomlangan yangi konsert dasturi...

Axborot hamkori Milliy TV, fonogrammadan foydalaniladi (R. "Navro'z").

Ellipsis hodisasi ko'pincha reklama matnlarida foydalaniladi

va tinglovchida oldindan qabul qilingan axborot (presuppozitsiyalar) ni hosil qiladi. Reklama matnidagi ellipsis ham ana shunday presuppozitsiyalarni hosil qilish vazifasini bajaradi.

Reklamada *Shohruxxon Ey Yor deb nomlangan yangi konsert dasturi*” jumlasida ellipsis yordamida davomiy ma’lumot berilmasdan, Shohruxxonning “Ey Yor” nomli konsert dasturi haqida ma’lumot yetkaziladi. Bu yerda konsert dasturining yangi va qiziqarli ekanligi anglashiladi. “Soat 19:00 da” birikmasi orqali konsert soat 19:00 da boshlanishi taxmin qilinadi. “Axborot hamkori “Milliy TV...” Bu ellipsis orqali “Milliy TV”ning axborot hamkori ekani ta’kidlanib, ushbu kanalda tadbir haqida ko’proq ma’lumot olish mumkinligi yoki uni targ’ib etish mumkinligi presuppozitsiyalari anglashiladi.

Shunday qilib, bu reklamada ellipsis hodisasi presuppozitsiyalarni shakllantirishga xizmat qiladi. Ellipsis o’quvchini o’ziga qaratib, unga ma’lum taxminlar qilish imkonini beradi va tinglovchida konsert haqida qiziqish uyg’otadi. Bu hodisadan reklama matnlarida samarali foydalaniladi. Chunki u tinglovchiga ma’lumotlarni qisqa, tez va oson, tushunarli tarzda yetkazishga xizmat qiladi. Ellipsis reklama xabarlarida kerakli ma’lumotni taqdim etishdan ko’ra, tinglovchining taxminlar asosida ma’lumotni to’ldirishiga imkon beradi. Demak, ellipsis leksik birlik sifatida reklama xabarini qisqartirish, axborotni yashirish yoki tinglovchini o’z taxminlari asosida qaror qabul qilishga undash orqali samarali qo’llaniladi.

G.Kukning fikriga ko’ra, “ellipsis – umumiy bilimlar haqidagi taxminlar orqali reklamalarda yaqinlik va g’ayrioddiylik muhitini yaratadi”. R.Geyk esa, ellipsis yordamida ma’ruzachi nimani nazarda tutayotganini tushunish uchun so’zlovchi va tinglovchi o’rtasidagi ishonchning mustahkamligi muhim ekanligini ta’kidlaydi. Bunda so’zlovchi barcha tafsilotlarni aytmasdan ham mo’ljallangan xabarni tinglovchi to’g’ri tushuna oladi [Pedreira Vilariño, 200].

Darkhan avenue turarjoy majmuasining zamonaviy ansambli – poytaxtning markaziy istirohat bog’lari!

Markaziy bog’ ekoparkdan uncha uzoq bo’lmagan joyda joylashgan. Hozirda qurilish ishlari yakunlanganligi haqida mamnuniyat bilan ma’lum qilamiz. Endi siz orzuyingizdagi xonadonni tayyor kadastr bilan qulay shartlarda ipoteka vositasida xarid qilish imkoniyatiga ham egasiz.

Darkhan avenue – siz istagan maskan! (R. “Navro’z”).

Reklama matnidagi “Zamonaviy ansambli” birikmasi “Darkhan avenue” turarjoy majmuasining me’moriy yoki dizayn jihatdan

zamonaviy uslubda qurilganligini bildiradi. Bundan uning eski uslubda emasligi presuppozitsiyasi anglashiladi. “Markaziy istirohat bog‘lari” birikmasi orqali esa poytaxtda markaziy va mashhur istirohat bog‘lari mavjudligini anglatadi. Bu yerda tinglovchida “markaziy bog‘lar” mavjud va ular mashhur degan presuppozitsiya hosil qilinadi.

Hozirda qurilish ishlari yakunlanganligi haqida mamnuniyat bilan ma‘lum qilamiz qismidan esa “Darkhan avenue” turarjoy majmuasi avval qurilish jarayonida bo‘lganligi, lekin endi tugallanganligi presuppozitsiyasi hosil bo‘ladi. Bunda tinglovchi ushbu loyiha avval boshlangani va endi yashash uchun tayyor ekanligi haqida taxmin qiladi.

Yuqoridagi leksik presuppozitsiyalar reklama matni ichidagi yashirin taxminlarni ochib beradi. Ushbu presuppozitsiyalar orqali tinglovchiga “Darkhan avenue” sifatli, qulay, zamonaviy va yashash uchun orzu qilinadigan joy ekanligi haqidagi tasavvurlarni taqdim etadi.

25-26-dekabr kunlari soat 19:00 da Xalqlar do‘stligi saroyida O‘zbekiston, Qoraqalpog‘iston va Boshqirdiston xalq artisti Jenizbek Piyazov kuylaydi!

Jonli ijro! (R. “Oriyat Dono”).

Bu yerda *O‘zbekiston, Qoraqalpog‘iston va Boshqirdiston xalq artisti* birikmasi orqali Jenizbek Piyazovning taniqli san‘atkor ekanligi presuppozitsiyasi anglashiladi. Shuningdek, bu birikma san‘atkorning *O‘zbekiston, Qoraqalpog‘iston va Boshqirdiston* xalqiga xos qo‘shiqlar ijro etishini anglatadi.

Xalqlar do‘stligi saroyi birikmasi esa tadbirning jamoatchilik uchun ochiqligi va nufuzli joyda o‘tkazilishini ham ifodalaydi. “*Jonli ijro*” birikmasi qo‘shiqlarning fonogrammasiz, to‘g‘ridan to‘g‘ri ijro etilishi presuppozitsiyasini anglashga yordam beradi.

Sharm al-shayxga 2 kishilik sayohat yo‘llanmasini yutib olishni xohlaysizmi?

Unda Davr mobil ilovasi orqali Yorqin omonatiga kamida 100 ming so‘m qo‘ying va aksiya g‘olibiga aylaning. Aksiya 14-sentabrgacha davom etadi (R. “Navro‘z”).

Matndagi *Sharm al-shayx*ga ikki kishilik sayohat yo‘llanmasini yutib olishni xohlaysizmi? jumlasidagi “Sharm al-Shayx” sayyohlik maskani sifatida tanilgan joy ekanligi haqida presuppozitsiya shakllanadi. Tinglovchi bu joyning mashhur turizm markazi ekanligini anglaydi.

“Yorqin omonati” birikmasi orqali esa yangi xizmat turi

yoki maxsus omonat turi mavjudligi presuppozitsiyasi tushuniladi. Tinglovchi ushbu omonatning boshqa omonatlardan farq qilishi va alohida foydali shartlarga ega ekanligini tushunib yetadi.

Yangi Kia Seltosini endi 18 oyga to'lash shartida olish mumkin. "Kia" salonlaridan eksklyuziv tarzda yorqin shahar crossoverining sohibiga aylanishga ulguring (R. "O'zbekim taronasi").

Reklamadagi *Yangi Kia Seltosini* birikmasi orqali "Kia Seltos"ning yangi modeli mavjudligi tushuniladi. Bu avtomobil modeli ilgari chiqarilgan va yangi o'zgarishlar bilan yana mavjud, shuningdek, yangilangan xususiyatlarga egaligi presuppozitsiyasi anglashiladi. *Endi 18 oyga to'lash shartida olish mumkin* jumlasidagi "endi" leksemasi avval bu shart bilan olish imkoni bo'lmagan presuppozitsiyasini hosil qiladi.

Kia salonlaridan eksklyuziv tarzda ifodasidagi eksklyuziv tarzda birikmasi *faqatgina Kia salonlarida taqdim etiladigan maxsus taklif yoki model mavjud* ekanligi presuppozitsiyasini shakllantiradi. *Eksklyuziv taklifning boshqa joylarda mavjud emasligini* anglatadi. *Yorqin shahar crossoveri* birikmasi orqali esa "Kia Seltos" yorqin dizayni bilan ajralib turishi va shaharda foydalanish uchun qulay avtomobil ekanligi presuppozitsiyasi ifodalangan. "*Shahar crossoveri*" birikmasi avtomobilning aynan shahar hayoti uchun qulay, ixcham va zamonaviy xususiyatlarga ega ekanini anglatadi.

Mavsum yangiligi! Toshkentdan Kovaga charter reyslar: Boleyn Avenue Travel va Sent Avenir bilan arab dengizi sohilidagi Kovaga uchamiz. Kova – oltin plajlar, katos palmalari, tabiatning yorqin ranglari va mehmonxonalarining keng tanlovi. Reyslar 7-dekabr dan boshlab, har payshanbada, atigi, 4 soat ichida ertaknamo manzilda bo'lasiz (R. "Oriat Dono").

Reklamadagi *Boleyn Avenue Travel va Sent Avenir bilan* birikmalari orqali bu aviakompaniyalar ishonchli sayohat xizmatlarini taqdim etishi va xalqaro yo'nalishlarda tanilgan brendlar ekanligi presuppozitsiyasi ifodalanadi. *Arab dengizi sohilidagi Kova* birikmasi orqali Kova arab dengizi sohilida joylashgan eksklyuziv joy ekanligi anglashiladi. *Oltin plajlar, katos palmalari, tabiatning yorqin ranglari* kabi tavsiflar Kova tropik, ekzotik tabiatga ega, mehmonlarni jalb qiluvchi ajoyib go'zal maskan ekanligi presuppozitsiyasini shakllantiradi. *Mehmonxonalarining keng tanlovi* birikmasi esa Kovada har xil darajadagi va turdagi mehmonxonalar mavjud ekanligini anglatadi. *Har payshanba, atigi 4 soat ichida ertaknamo manzilda bo'lasiz* jumlasidagi "ertaknamo manzil" birikmasidan tinglovchiga bu joyning nihoyatda go'zal va

Bu “Bill” sizga 1 kilo pul olib keladi deb, kim o‘ylagandi? 200 ming so‘m yoki 20 dollardan ortiq xaridlar, Visa Kapital bank kartasi bilan amalga oshiring va 1 kilo pulingizni tanlash imkoniyatiga ega bo‘ling. “Bill” va 1 kilo pul sizniki. Aksiya 2024-yilning 1-fevralidan 30-iyunigacha davom etadi (R. “Vodiy sadosi”).

Bu yerda “*Bu “Bill” sizga 1 kilo pul olib keladi deb, kim o‘ylagandi?*” ifodasi orqali 1 kilogramm pul yutish imkoniyati mavjudligi anglashiladi. Bu aksiya orqali tinglovchining odatdagi xaridlar natijasida ko‘p miqdorda pul yutish imkoniyatiga ega ekanligi presuppozitsiyasi anglashiladi. *200 ming so‘m yoki 20 dollardan ortiq xaridlar* birikmasi orqali esa aksiyada ishtirok etish imkoniyati keng ommaga mos kelishi presuppozitsiyasi anglashiladi.

Mazkur reklama matnidagi leksik presuppozitsiyalardan ko‘p miqdordagi mukofotni yutib olish imkoniyati taqdim etilayotgani anglashiladi.

Xulosa qilib aytganda, radioreklamalarda qo‘llaniladigan leksik presuppozitsiyalarning ahamiyati, ularning iste‘molchilar ongiga ta‘siri va matnni yodda qolarli qilishdagi ahamiyati muhimdir. Radioreklamalarda lingvistik vositalarning to‘g‘ri tanlanishi orqali mahsulot yoki xizmat haqida yashirin, ammo muhim axborot yetkazish imkoniyati yaratilib, tinglovchilar uchun e‘tiborni tortadigan, yaqinlik va ishonch muhitini hosil qiladigan reklama matnlari shakllantiriladi. Ellipsis, supersegmental vositalar va presuppozitsiyalarning turli shakllaridan foydalanish reklamalarda qisqa va samarali axborotni taqdim etishga imkon beradi.

Adabiyotlar

- Pedreira Vilariño M.L. The Discourse of Radio Commercials and the Function of Persuasion. – University of Santiago de Compostela.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9520/CC_26_art_17.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Қурбонова М.А. Ўзбек болалар нутқининг прагматик хусусиятлари
Филол. фан. д-ри ... дисс. Тошкент, 2018.
- Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 5 жилдли, 5-жилд. Тошкент:
Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2008.
- Расулов Р. Ўзбек тили феълларининг маъно тузилиши. Тошкент,
2005.
- Sitompul R.F.Sarumaha F.K.Fernando Siahaan H.V.Darma Agung University,
Medan. Presupposition of Food Advertisement in Instagram
// Jurnal Littera: Fakultas Sastra Darma Agung. – Volume 1,
Nomor 2, Октябрь 2020.
- Chen W. *Ellipsis and Cognitive Semantics*. Theory and Practice in Language
Studies, Vol. 6, No. 11, November 2016, pp. 2134–2139.

Expression of Presupposition through Lexical Units in Radio Advertising Texts

Hamro MUROTOV¹

Abstract. This article explores the features of expressing lexical presupposition in radio advertisement texts. It also highlights the semantic and pragmatic aspects of presupposition, as well as its importance in information perception. The expression of hidden information through lexical units is analyzed using examples from radio advertising materials. The influence of presuppositions in advertising texts on the audience is revealed.

Keywords: *radio advertisement, presupposition, lexical units, semantic structure, semantic components, lexeme, existential presupposition, ellipsis phenomenon, lexical presupposition, hidden information.*

References

- Pedreira Vilariño M.L. The Discourse of Radio Commercials and the Function of Persuasion. – University of Santiago de Compostela. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9520/CC_26_art_17.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Qurbonova M.A. Pragmatic Features of Uzbek Children's Speech. Doctoral Dissertation in Philological Sciences. Tashkent, 2018.
- Explanatory Dictionary of the Uzbek Language. 5 Volumes, Volume 5. Tashkent: National Encyclopedia of Uzbekistan, 2008.
- Rasulov R. The Semantic Structure of Uzbek Verbs. Tashkent, 2005. Sitompul R.F.Sarumaha F.K.Fernando Siahaan H.V.Darma Agung University, Medan. Presupposition of Food Advertisement in Instagram // Jurnal Littera: Fakultas Sastra Darma Agung. – Volume 1, Nomor 2, Октябрь 2020.
- Chen W. Ellipsis and Cognitive Semantics. Theory and Practice in Language Studies, Vol. 6, No. 11, November 2016, pp. 2134–2139.

¹ Murotov Hamro Buxorovich –Researcher at Alisher Navoi Tashkent State University of Uzbek Language and Literature

E-mail: hamromurotov@gmail.com

For citation: Murotov H. Expression of Presupposition through Lexical Units in Radio Advertising Texts. *Uzbekistan: language and culture. Linguistics.* 2025-2: 135-144.

MAQOLA TAQDIM QILISH TALABLARI

O'zbekiston: til va madaniyat (O'zTM) – zamonaviy O'zbekiston (sobiq Turkiston) bilan bog'liq bevosita Markaziy Osiyo mintaqasini birlashtiradigan til, tarix, san'at, etnografiya, madaniyat va ijtimoiy fanlar sohalarini qamrab olgan ilmiy jurnaldir. O'zTM munozarali, zamonaviy, innovatsion, konseptual jihatdan qiziqarli, original mavzudagi ilmiy tadqiqotlarni nashr qiladi. Jurnal lingvistika, adabiyotshunoslik, tarjimashunoslik, din, falsafa, ilohiyot, fan, ta'lim, metodika, sotsiologiya, psixologiya, tarix, madaniyat, san'at, etnologiya, etnografiya, antropologiyaga oid ilmiy yo'nalishdagi maqolalar va taqrizlar hamda konferensiya hisobotlarini qabul qiladi.

I. Maqola taqdim etish uchun umumiy talablar

Qo'lyozmalar o'zbek, ingliz, rus, fors, shuningdek, boshqa turkiy tillarda ham qabul qilinadi. Agar muallif o'z maqolasini jurnalning muayyan sonida nashr ettirmoqchi bo'lsa, unda qo'lyozma jurnal nashridan kamida besh oy oldin taqdim etilishi lozim.

Qo'lyozmalar MS Word (.doc) formatida (uzlangcult@gmail.com) elektron pochtasiga yuboriladi. Iqtiboslar va izohlar uchun MS Word menejerini qo'llash mumkin.

Barcha qo'lyozmalar tahririyatga muallif (mualliflar) haqidagi qisqacha ma'lumot bilan taqdim etiladi.

Asosiy matn *Times New Roman* shrifti, 14 hajm, satr oralig'i 1 interval, hoshiyalar chapdan 3 sm, o'ngdan 1,5 sm, yuqori va pastdan 2 sm bo'lishi kerak.

Maqolalar *The Chicago Manual of Style, 16th Edition* formatida shakllantiriladi. Maqola matni 3 000–5 000 so'zdan iborat bo'lishi kerak.

O'zbek va ingliz tillarida 100–150 so'zdan iborat abstrakt (Abstrakt) va 5–10 so'zdan kam bo'lmagan kalit so'zlar (o'zbek va ingliz tillarida). Abstraktda maqolaning qisqacha mazmuni va dolzarbligi, tadqiqot natijalari aks etishi lozim.

Adabiyotlar ro'yxati 5 sahifadan oshmasligi kerak.

Kitobga taqriz (ingliz yoki boshqa tillarda bo'lishi mumkin) 1500 so'zdan oshmasligi talab etiladi.

Taqriz formati: 1) sarlavha: kitob nomi, muallif (mualliflar), nashr qilingan shahar: nashriyot nomi, nashr yili, sahifasi soni. Narxi, ISBN raqami, (qattiq/yumshoq muqova); 2) taqriz so'ngida: taqrizchining F.I.O., ish joyi, pochta manzili.

II. Maqola bo'limlarini rasmiylashtirish

Maqola nomi – normal harflarda, to'q bo'yoqda, 16 hajm.

Maqola nomi o'zbek va ingliz tillarida (agar maqola boshqa tilda yozilgan bo'lsa, maqola yozilgan til va ingliz tilida) beriladi.

Maqola kirish, asosiy qism bo'limlari va xulosadan tashkil topadi.

Maqola bo'limlari sarlavhasi – to'q bo'yoqda, 14 hajm.

III. Maqolada tarjimalardan foydalanish

Boshqa tillardagi matn yoki boshqa manbalar tarjimoni aniq ko'rsatilishi kerak. Agar matn maqola muallifi tomonidan tarjima qilingan bo'lsa, u holda "tarjima muallifniki" shaklida beriladi.

Rasmiy nashrdan olingan tarjima-matn tahrir qilinmaydi.

Zarur holatda tarjima matnga sana, turli diakritik belgilar va boshqa elementlar kiritilishi mumkin.

Tarjima qilingan matn olingan manba nomi asl holicha beriladi. Zarur deb topilsa, uning nomi qavs ichida berilishi mumkin.

Geografik nomlar tarjima qilinmaydi va asl shaklida beriladi.

Tashkilotlar nomi tarjima qilinmaydi va asl shaklida beriladi.

Davr nomi rasmiy qabul qilingan shaklda beriladi.

IV. Ko'chirma va tarjima parchaning berilishi

Manbadan olingan ko'chirma parcha asosiy matndan 1 qator tashlab ajratiladi, satr oralig'i 1 interval, markazda, 12 hajmda yoziladi.

Ko'chirmaning tarjimasi qavs ichida () satr boshidan yozilishi kerak. Bunday ko'chirma *Times New Roman* shrift, 12 hajm, normal yozuvda beriladi.

V. Havola va izohlar berish

Manbaga havola matn ichida to'rtburchak qavsda [] beriladi. Havola qilingan manbalar bir nechta bo'lsa, ular nuqtali vergul (;) bilan ajratiladi.

Izohlar tegishli sahifa pastida, tartib raqami bilan joylashtiriladi.

VI. Qo'lyozma (toshbosma) manbalar va nashr etilgan asarlar bibliografiyasi

Bibliografiyada muallif yoki asar nomi satr boshidan, boshqa barcha qatorlari xatboshidan yoziladi. Adabiyotlar *bibliografiyada* o'zbek lotin alifbosi tartibida ko'rsatiladi.

V.1. Qo'lyozma va toshbosma manbalar bibliografiyasi

Qo'lyozma yoki toshbosma manbalarni bibliografiyada o'zi yozilgan grafikada berish maqsadga muvofiq. Lotin alifbosidagi transliteratsiyasini berish ham mumkin. Ba'zan qo'lyozma asarning nomi muallif ismidan oldin yozilishi ham mumkin.

Muallif nomi. Ko'chirilgan asr (agar mavjud bo'lsa). Asar nomi. Qo'lyozma (toshbosma): saqlanayotgan joy, inventar raqam.

Xondamir. XV asr. Makorim ul-axloq. Qo'lyozma: O'zFASHI, № 742.

Matnda qo'lyozma (toshbosma)ga havola berish:

[Xondamir, Makorim, 17^a]

VII.2. Kitoblar uchun

Bibliografiyada:

Familiya, ism. Nashr yili. *Kitob nomi*. Shahar: Nashriyot nomi.

Qudratullayev, Hasan. 2018. *Boburning adabiy-estetik olami*. Toshkent: Ma'naviyat.

Matnda kitobga havola:

[Familiya kitob nashr yili, sahifa raqami]

[Qudratullayev 2018, 99]

Agar bir muallifning bir yilda nashr qilingan kitoblaridan foydalanilgan bo'lsa, bibliografiyada kitobning nashr yili o'zbek lotin alifbosi harflari bilan ajratilib ko'rsatiladi.

Sirojiddinov, Shuhrat. 2011 (a). *Alisher Navoiy: manbalarining qiyosiy-tipologik, tekstologik tahlili*. Toshkent: Akademnashr.

Sirojiddinov, Shuhrat. 2011 (b). *O'zbek adabiyotining falsafiy sarchashmalari*. Toshkent: Akademnashr.

Matnda kitobga havola:

[Sirojiddinov 2011 (a), 99]

[Sirojiddinov 2011 (b), 67]

Ikki muallif tomonidan yozilgan kitobni bibliografiyada berish tartibi:

Familiya, Ism va Ism Familiya. Nashr yili. *Kitobning nomi*. Shahar: Nashriyot nomi.

Abdurahmonov, G'anijon, Alibek Rustamov. 1984. *Navoiy tilining grammatik xususiyatlari*. Toshkent: Fan.

Matnda kitobga havola:

[Familiya va Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Abdurahmonov, Rustamov 1984, 52]

Agar kitobning uch va undan ortiq muallifi bo'lsa, bibliografiyada barcha mualliflarning ismi to'liq yoziladi. Bunday kitobga havola qilinganda, birinchi muallifning ismi yozilib, davomida *va boshqalar* deb ko'rsatiladi:

[Familiya va boshqalar nashr yili, sahifa raqami]

[Vohidov va boshqalar 2010, 847]

Kitob yoki to'plam maqolasini bibliografiyada berish tartibi:

Familiya, ism. Nashr yili. "Maqola nomi." *Kitob yoki to'plam nomi*, Ism Familiya, Ism Familiya muharrirligida, maqola sahifasi raqamlari. Shahar: Nashriyot.

Abdug'afurov, Abdurashid. 2016. "Badoye' ul-bidoya"ning tuzilish sanasi". *XX asr o'zbek mumtoz adabiyotshunosligi*, Olim To'laboyev muharrirligida, 174–184. Toshkent: "O'zbekiston milliy ensiklopediyasi" Davlat ilmiy nashriyoti.

Matnda kitob yoki to'plam maqolasiga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Abdug'afurov 2016, 176]

Elektron shaklda nashr qilingan kitoblar uchun:

Elektron kitobning bir nechta formati bo'lsa, bibliografiyada foydalanilgan format ko'rsatiladi. Elektron kitobning internet manzili (URL) hamda shu manba olingan sana ko'rsatilishi lozim.

Elektron kitobni bibliografiyada berish:

Familiya, Ism. Nashr yili. *Kitob nomi*. Shahar: Nashriyot nomi. URL. Foydalanilgan sana.

Mamatov, Ulug'bek. 2018. *O'zbekiston madaniyatida tarixiy janrdagi tasviriy san'at asarlari*. Toshkent: Mumtoz so'z. <https://kitobxon.com/uz/catalog/sanat/>. 12.03.2019.

Matnda elektron kitobga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Mamatov 2018, 11]

Ikki mualliftomonidan yozilgan elektron kitobni bibliografiyada berish tartibi:

Familiya, Ism va Ism Familiya. Nashr yili. *Kitobning nomi*. Shahar: Nashriyot nomi. Internet adres (URL).

Sirojiddinov, Shuhrat va Sohiba Umarova. 2017. *O'zbek matnshunosligi qirralari*. Chikago: Chikago universiteti nashriyoti. <http://press-pubs.uchicago.edu/founders/>.

Matnda elektron kitobga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Sirojiddinov 2017, 19-hujjat]

VII.3. Jurnal maqolasi uchun

Chop etilgan jurnal maqolasini bibliografiyada berish tartibi:

Familiya, Ism. Nashr yili. "Maqola nomi". *Jurnal nomi* jurnal soni: maqola sahifalari.

Mahmudov, Nizomiddin. 2013. "Termin, badiiy so'z va metafora". *O'zbek tili va adabiyoti* 4: 3 – 8.

Matnda jurnal maqolasiga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Mahmudov, 2013, 5]

Elektron jurnal uchun:

Elektron jurnal uchun jurnalning DOI manzili ko'rsatiladi. Agar DOI manzili mavjud bo'lmasa, internet adresi ko'rsatilishi kerak (URL). DOI – bu o'zgarmas ID bo'lib, internet tarmoqlarining elektron adreslari tizimiga ulangan, ya'ni manbani boshqaruvchi <http://dx.doi.org/> manzildir.

Elektron jurnal maqolasini bibliografiyada berish:

Familiya, Ism. Nashr yili. "Maqola nomi." *Jurnal nomi* jurnal soni: maqola sahifalari. DOI adres (yoki URL).

Aminov, Hasan. 2018. "O'zbekiston san'atida temuriylar siymosi". *O'zbekistonda xorijiy tillar* 2: 246 – 253. doi: 10.36078/1596780051.

Matnda maqolaga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Aminov 2018, 248]

7.4. Gazeta yoki ilmiy-ommabop jurnal uchun

Gazeta yoki ilmiy-ommabop jurnal maqolasiga havola matn shaklida beriladi (masalan, Muhammadjon Imomnazarovning 27.02.2005dagi "O'zbekiston adabiyoti va san'ati" gazetasida chop etilgan maqolasida

aytilganidek...); odatda, bunday manbalar umumiy adabiyotlar ro'yxatida keltirilmaydi. Agar keltirilsa, kitoblarga qo'yiladigan talablarga asosan beriladi.

Agar onlayn maqolaga havola berilayotgan bo'lsa, uning internet manzili (URL), maqola olingan sana ko'rsatilishi kerak.

Gazeta yoki ilmiy-ommabop jurnal maqolasini bibliografiyada berish tartibi:

Familiya, Ism. Nashr yili. "Maqola nomi." *Gazeta-Jurnal nomi*, nashr sanasi. Imomnazarov, Muhammadjon. 2005. "Jomiy "Xamsa" yozganmi?." *O'zbekiston adabiyoti va san'ati*, January 25.

Matnda maqolaga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Imomnazarov 2005, 4]

Elektron gazeta yoki ilmiy-ommabop jurnal maqolasini bibliografiyada berish:

Familiya, Ism. Nashr yili. "Maqola nomi." *Jurnal nomi*, nashr sanasi. Internet adres.

Jabborov, Rustam. 2019. "Navoiyning Tabrizda yashagan xorazmlik kotibi". *UZA: O'zbekiston Milliy axborot agentligi*, 08.12. <https://uza.uz/uz>.

Matnda maqolaga havola:

[Familiya nashr yili, sahifa raqami]

[Jabborov 2010, 17]

Maqola so'ngida foydalanilgan adabiyotlar o'zbek lotin alifbosi tartibida beriladi. Adabiyotlar ro'yxati ikki qismdan iborat bo'lishi, birinchi qismda foydalanilgan adabiyot chop etilgan grafikada yuqorida ko'rsatilgan shaklda rasmiylashtirilishi, ikkinchi qismda esa barcha foydalanilgan adabiyotlar o'zbek lotin alifbosida berilishi talab qilinadi. Misol uchun:

Adabiyotlar

Баранов, Х.К. 1958. Арабско – русский словарь. Москва: Наука.

Adabiyotlar

Baranov, X.K. 1958. Arabsko – russkiy slovar. Moskva: Nauka.

Maqolani rasmiylashtirish talablarining ingliz tilidagi variantini "*The Chicago Manual of Style, 16th Edition*" qo'llanmasi yoki <https://www.chicagomanualofstyle>. havolasidan ko'rib olishingiz mumkin.

GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS

Uzbekistan: Language and Culture is an academic journal, publishing research in linguistics, history, literature, translation studies, arts, ethnography, philosophy, anthropology and social studies. We aim to publish cutting edge, innovative, conceptually interesting, original case studies and new research, which shape and lead debates in multifaceted studies. We do not publish economic analyses or policy papers. Any opinions and views expressed in publications are the opinions and views of

the authors, and the publishers are not responsible for the views/ reviews of the contributors.

The journal is published four times a year. The language of articles can be English, Russian and Uzbek. Other Turkic languages are also welcomed. In addition to research articles, the journal welcomes book reviews, literature overviews, conference reports and research project announcements.

1. General

- Submission Guideline

1. Manuscripts may be submitted at any time during the year. However, if the author wishes to have his/her manuscript published in a certain issue of the journal, the submission should be made at least five months in advance of the proposed publication date.

2) Manuscripts should be submitted by email (uzlangcult@gmail.com) as an attachment in MS Word document (.doc) format and use MS Word Source.

3) All manuscripts should be submitted with a cover page including an email address, a mailing address and a short introduction about the author(s) /contributor(s)'.
'

2. Manuscript format

1) The main texts should be written in Times New Roman font, 12 point, and single-spaced in 44 pagination with 1-inch margins.

2) Submissions must follow the author-date system of The Chicago Manual of Style, 16th Edition.

3) Quotations are given in brackets in the text.

4) A research article should normally be no more than 9,000 words in length, including the following contents:

- an abstract of 150-200 words (in English, Russian, and Uzbek) and seven to ten keywords;

- a list of references of no more than five (5) pages;

- tables and figures, if any.

5) A book review should generally be about 1,500 English words (or other languages) in length, and must include the heading and closing in the following format:

- Heading: Title of the Book. By Author's Name(s). City of Publication: Publisher Name, Year. pp. Price, ISBN:, (hardcover/paperback).

- Closing: Book reviewer's name, affiliation and postal address at the end.

6) Style Points Headings. Limit: Four levels.

Level 1. Title Style (e.g. the first letter of each word upper case, except prepositions), Bold, and 14 point.

Level 2. Title Style, Italics, 14 Point.

Level 3. Modified "down" style (first letter upper case, or first letter of first two words if the first word is an article), Bold, and 12 point.

Level 4. Modified down style, Bold, 11 point.

3. Style and Usage

1) Translation

- Translated excerpts from classical texts or non-English sources should be annotated with clarification of its original/published language and translator. Likewise, "Author's own" translations of quoted texts should be noted as such.

- The author is expected to provide an English translation of key terms in the work, rather than a translator without expertise in the subject.

- Excerpts or quoted texts from published translation will not be edited. However, UzLC editors may query or modify translations of key terms or texts provided by the author.

- Where necessary, short supplementary information such as dates, an item in its original characters, or the Romanized form of a non-English item, may be included.

- Names of foreign publishers, and titles of sources published in a foreign language should primarily appear in Romanized form without translation. However, if necessary, a translation may be added in brackets ([]).

2) Names and Terms

- Place Names (foreign):

Designation for division of areas should be either translated or hyphenated after the given area name.

Designation for geographical/structure names are not hyphenated, and appear without the equivalent English term.

Institutional names are considered proper nouns. Their names should appear following the preference of the individual institutions.

3) The descriptive designation of a period is usually lowercase, except for proper names or traditionally capitalized terms.

4. Quotation

1) Block Quotations:

- A block quotation should start with double line spacing and an indentation from the left margin. From the second paragraph of the block quotation, additional paragraph indentation is needed.

Texts in block quotation should be written in Times New Roman 10 pts., and not be entirely italicized.

5. Others

1) There is one space after sentence punctuation and not two.

2) The end parenthesis, closing quotation mark, and footnote numbers come after the sentence punctuation.

3) For parentheses within parentheses, use brackets ([]).

6. Basic Citation Format

The following examples illustrate citations using the **author-date** system. Each example of a reference list entry is accompanied by an example of a corresponding parenthetical citation in the text. For more details and many more examples, see chapter 15 of *The Chicago Manual of Style*.

BOOK

Reference List (hanging indent):

Pollan, Michael. 2006. *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of How Eating Has Evolved*. New York: Penguin.

In Text Cite:

[Pollan 2006, 99–100]

Reference List (hanging indent):

Ward, Geoffrey C., and Ken Burns. 2007. *The War: An Intimate History, 1941–1945*. New York: Knopf.

In Text Cite:

[Ward and Burns 2007, 52]

For four or more authors, list all of the authors in the reference list; in the text, list only the first author, followed by et al. (“and others”):

[Barnes et al. 2010, 847]

Reference List (hanging indent) book chapter:

Kelly, John D. 2010. “Seeing Red: Mao Fetishism, Pax Americana, and the Moral Economy of War.” In *Anthropology and Global Counterinsurgency*, edited by John D. Kelly, Beatrice Jauregui, Sean T. Mitchell, and Jeremy Walton, 67–83. Chicago: University of Chicago Press.

In Text Cite:

[Kelly 2010, 77]

Chapter of an edited volume originally published elsewhere (as in primary sources):

Reference List (hanging indent) book originally published elsewhere:

Cicero, Quintus Tullius. 1986. “Handbook on Canvassing for the Consulship.” In *Rome: Late Republic and Principate*, edited by Walter Emil Kaegi Jr. and Peter White. Vol. 2 of University of Chicago Readings in Western Civilization, edited by John Boyer and Julius Kirshner, 33–46. Chicago: University of Chicago Press. Originally published in Evelyn S. Shuckburgh, trans., *The Letters of Cicero*, vol. 1 (London: George Bell & Sons, 1908).

In Text Cite:

[Cicero 1986, 35]

BOOK PUBLISHED ELECTRONICALLY

If a book is available in more than one format, cite the version you consulted. For books consulted online, list a URL; include an access date only if one is required by your discipline. If no fixed page numbers are available, you can include a section title or a chapter or other number.

Reference List (hanging indent):

Austen, Jane. 2007. *Pride and Prejudice: A Novel in Five Books*. New York: Penguin Classics. Kindle edition.

In Text Cite:

[Austen 2007, 101]

Reference List (hanging indent):

Kurland, Philip B., and Ralph Lerner, eds. 1987. *The Founders' Constitution*. Chicago: University of Chicago Press. <http://press-pubs.uchicago>.

edu/founders

In Text Cite:

[Kurland and Lerner, chap. 10, doc. 19]

JOURNAL ARTICLE

Article in a print journal

In the text, list the specific page numbers consulted, if any. In the reference list entry, list the page range for the whole article.

Reference List (hanging indent):

Weinstein, Joshua I. 2009. "The Market in Plato's Republic." *Classical Philology* 104:439-58.

In text cite:

[Weinstein 2009, 440]

Article in an online journal

Include a DOI if the journal lists one. A DOI is a permanent ID that, when appended to <http://dx.doi.org/> in the address bar of an Internet browser, will lead to the source. If no DOI is available, list a URL. Include an access date only if one is required by your discipline.

Reference List (hanging indent):

Kossinets, Gueorgi, and Duncan J. Watts. 2009. "Origins of Homophily in an Evolving Social Network." *American Journal of Sociology* 115:405-50. doi:10.1086/599247.

In text cite:

[Kossinets and Watts 2009, 411]

Article in a newspaper or popular magazine

Newspaper and magazine articles may be cited in running text ("As Sheryl Stolberg and Robert Pear noted in a New York Times article on February 27, 2010..."); they are commonly omitted from a reference list. The following examples show more formal versions of the citations. If you consulted the article online, include a URL; include an access date only if your discipline requires one. If no author is identified, begin the citation with the article title.

Reference List (hanging indent):

Mendelsohn, Daniel. 2010. "But Enough about Me." *New Yorker*, January 25.

In text cite:

[Mendelsohn 2010, 68]

Reference List (hanging indent):

Stolberg, Sheryl Gay, and Robert Pear. 2010. "Wary Centrists Posing Challenge in Health Care Vote." *New York Times*, February 27. <http://www.nytimes.com/2010/02/28/us/politics/28health.html>.

In text cite:

[Stolberg and Pear 2010, 12]

WEBSITE

A citation to website content can often be limited to a mention in the text (“As of July 19, 2008, the McDonald’s Corporation listed on its website . . .”). If a more formal citation is desired, it may be cited as in the examples below. Because such content is subject to change, include an access date or, if available, a date that the site was last modified. In the absence of a date of publication, use the access date or last-modified date as the basis of the citation.

Bibliography (hanging indent):

Google. 2009. “Google Privacy Policy.” Last modified March 11. <http://www.google.com/intl/en/privacypolicy.html>.

In text cite:

[Google 2009]

Reference List (hanging indent):

McDonald’s Corporation. 2008. “McDonald’s Happy Meal Toy Safety Facts.” <http://www.mcdonalds.com/corp/about/factsheets.html>.

In text cite:

[McDonald’s 2008]

Jurnal 2017-yil 26-oktyabrda O'zbekiston Respublikasi Matbuot
va axborot agentligi tomonidan № 0936 raqam bilan ro'yxatdan o'tgan.
Tahririyatga kelgan maqolalar mualliflarga qaytarilmaydi.

Jurnal O'zbekiston Respublikasi Oliy Attestatsiya Komissiyasi tomonidan
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc)
dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalari chop etilishi lozim bo'lgan ro'yxatga
kiritilgan (30.10.2021. № 308/6).

Manzil: Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Yusuf Xos
Hojib ko'chasi 103-uy.
Telefonlar: +99871 281-45-11, +99871 281-41-93.
Website: www.linguistics.tsuull.uz
E-mail: uzlangcult@gmail.com