



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI TASHQI ISHLAR VAZIRLIGI
JAHON IQTISODIYOTI VA DIPLOMATIYA UNIVERSITETI
O‘ZBEK VA RUS TILLARI KAFEDRASI HAMDA
YEVROPA VA TURKIY TILLAR KAFEDRASI**



**TASHQI SIYOSIY VA TASHQI IQTISODIY ALOQALAR UCHUN
KADRLAR TAYYORLASHDA TIL TA’LIMI VA TARJIMA MASALALARI**

**(ЯЗЫКОВОЕ ОБУЧЕНИЕ И ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА ПРИ
ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИХ И
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ) MAVZUSIDAGI XVI
AN’ANAVIY ILMIY-AMALIY KONFERENSIYA**

TO‘PLAMI

2026-YIL 28-MART

TOSHKENT – 2026



Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universitetining O‘zbek va rus tillari kafedrası hamda Yevropa va turkiy tillar kafedrası tomonidan 2026-yil 28-martda o‘tkazilgan **“Tashqi siyosiy va tashqi iqtisodiy aloqalar uchun kadrlar tayyorlashda til ta’limi va tarjima masalalari”** mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiya to‘plami JIDU Ilmiy muvofiqlashtiruvchi kengashning 2026–yil iyundagi majlisi qarori bilan nashrga tavsiya etildi.

“Tashqi siyosiy va tashqi iqtisodiy aloqalar uchun kadrlar tayyorlashda til ta’limi va tarjima masalalari” mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to‘plami // – Toshkent: JIDU, 2026. – 275 bet.

Mas’ul muharrir:

O‘zbek va rus tillari kafedrası mudiri, dotsent
Yevropa va turkiy tillar kafedrası mudiri,
dotsenti, f.f.n
Oliy ta’limdan keyingi ta’lim ofisi boshlig‘i, s.f.n.

M.Abduraxmanova

V.Mamatkasimova

M. Siddiqova

Taqrizchilar:

G.S. Kurbonova – O‘zMU Fransuz filologiyasi kafedrası professori v. b., (DSc)
A.X.Aripova – Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universitetining O‘zbek va rus tillari kafedrası dotsenti, f.f.n.

Ushbu ilmiy-amaliy konferensiyaning maqolalarini tahlil qilish va chop etishga tavsiya etish uchun tahririyat–noshirlik guruhi:

Sh. Sh.Xudaykulova – O‘zbek va rus tillari kafedrası dotsent v.b., f.f.f.d.(Phd)

Sh. U.Normatova – O‘zbek va rus tillari kafedrası dotsenti, f.f.n.



MUNDARIJA

<u>SUN’IY INTELLEKT TIL TA’LIMIDA: CHATGPT IMKONIYATLARIDAN OQILONA FOYDALANISHNING METODIK YO’LLARI</u>	7
SH.U.NORMATOVA (JIDU)	
<u>NEMIS TILI TA’LIMIDA MADANIY KOMPONENTNI RIVOJLANTIRISHDA ADABIYOTNING ROLI</u>	13
G.R.ASATOVA (JIDU)	
<u>МЕЖПРЕДМЕТНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЮРИСПРУДЕНЦИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО ЮРИСТА</u>	19
Н.Э.ШАРИПОВА (УМЭД)	
<u>OLIY TA’LIM MUASSASALARIDA IKKINCHI XORIJIIY TILNI O’QITISH SAMARADORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR</u>	27
K.Q.ISTAMOVA (JIDU)	
<u>O’ZBEKISTONDA CHET ELLIKLARGA TURK TILINI O’QITISH USULLARI VA TA’LIM JARAYONIDA MUAMMOLAR</u>	32
N.SH.XODJAYEVA (JIDU)	
<u>O’ZBEK TILI DARSLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA BADIY MATNDAN FOYDALANISHNING YANGICHA USULLARI</u>	43
M.X.SADULLAYEVA (JIDU)	
<u>ADABIYOT DARSLARIDA TABIAT TASVIRIGA OID MATNLARNI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ORQALI O’QITISH</u>	49
M.F.FOZILOVA (O’zDJTU)	
<u>DIPLOMATIK MULOQOT KOMPETENSIYASINI SHAKLLANTIRISHDA MADANIY RESURSLARNI O’RGATISHNING AHAMIYATI</u>	58
M.D.ABDURAXMANOVA (JIDU)	
<u>TALABA–YOSHLARDA VATANPARVARLIK QADRIYATLARINI SHAKLLANTIRISHDA BADIY USLUB VA MILLIY SHE’RIYATNING O’RNI</u>	64
SH.S.XUDAYKULOVA (JIDU)	
<u>К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО–КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ–МЕЖДУНАРОДНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА</u>	70
Г.М.РАХМАТУЛЛАЕВА (УМЭД)	



<u>O'ZGARUVCHI DUNYODA BARQAROR RIVOJLANISH MAQSADLARI VA ZAMONAVIY TA'LIM TRENDLARI</u>	76
A.X.ARIPOVA (JIDU)	
<u>QADRIYATLAR VOQEELANISHINING DISKURSIV MODEL</u>	83
G.R.KOMILOVA (ToshDO'TAU)	
<u>ЯЗЫКОВАЯ ПОДГОТОВКА КАК ФАКТОР УСПЕХА В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИКЕ</u>	91
A.B.ATABEKOVA (УМЭД)	
<u>LOTIN TILINING DIPLOMATIYA SOHASIDA QO'LLANISH XUSUSIYATLARI</u>	95
SH.A.XASANOVA (JIDU)	
<u>O'ZBEK TILINI IKKINCHI TIL SIFATIDA O'QITISHDA MILLIY REALIYALARNING LINGVODIDAKTIK IMKONIYATLARI</u>	102
D.D.SAYFULLAYEVA (JIDU)	
<u>ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ СТУДЕНТОВ, ИЗУЧАЩИХ РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННОМУ</u>	105
B.B. МЯКОТА (УМЭД)	
<u>ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА У СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ</u>	112
T.D.ПОЛАТОВА (УМЭД)	
<u>СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ РЕФЛЕКСИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА</u>	120
P.Ш.АБДУМУМИНОВА (УМЭД)	
<u>NEMIS TILI YO'NALISHI TALABALARINING MAMLAKATSHUNOSLIKKA OID BILIMLARINI BADIY MATNLAR ORQALI TAKOMILLASHTIRISH TEXNOLOGIYASI</u>	126
A.P.NARMATOVA (JIDU)	
<u>РОЛЬ ГЛАГОЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ СТУДЕНТОВ ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ</u>	130
Ю.Б.ЮЛДАШБАЕВА (УМЭД)	
<u>ONA TILI TA'LIMIDA O'QIB TUSHUNISH KOMPETENSIYASINI BAHOLOVCHI TOPSHIRIQLARNING HOZIRGI HOLATI TAHLILI</u>	134
M.RASULOVA (ToshDO'TAU TAYANCH DOKTORANTI)	
<u>ZAMONAVIY O'ZBEK TILIDA TIL ME'YORI VA VARIANTLILIK</u>	142
M.M.ABIDOVA (O'zMU MAGISTRANTI)	



<u>DAVLAT TILI “YUMSHOQ KUCH” QUROLI SIFATIDA</u>	151
S.D.SALIXOVA (JIDU TALABASI)	
<u>GLOBALIZATSIYA SHAROITIDA HUQUQIY NEOLOGIZMLAR VA ULARNING QO‘LLANISHI</u>	156
L.M.TURSUNOVA (JIDU TALABASI)	
<u>FERDINAND DYUSHENNING “QAMAR” ROMANINI TARJIMA QILISHDA MADANIY EKVIVALENTLIK MASALALARI</u>	162
V.A.MAMATKASIMOVA (JIDU)	
<u>CHET TILINI O‘QITISHDA “HA” VA “YO‘Q” SO‘Z MA‘NOLARINING BERILISHI XUSUSIDA</u>	167
H.K.IMAMOVA (JIDU)	
<u>INSON TANA TAJRIBASI VA UNING MAQOLLARDA AKS ETISHI</u>	172
Q.N.NAZAROV (JIDU)	
<u>ISPAN TILIDA REKLAMA MATNLARIDA LINGVOKULTURAL KODLARNI O‘RGANISH</u>	180
N.A.SAIDOVA (JIDU)	
<u>VIRTUAL TA‘LIM MUHITI ASOSIDA ISPAN TILINI O‘QITISHNING INNOVATSION MODELLARI</u>	185
N.K.XAYRULLAYEVA (JIDU)	
<u>ПЕЙОРАТИВНОСТЬ, ВЫРАЖЕННАЯ ПОСРЕДСТВОМ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В УЗБЕКСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКЕ</u>	193
M.K.ZARIPOVA (TerGU)	
<u>МОТИВАЦИЯ И ВАЛЕНТНОСТЬ КАК ФАКТОРЫ РАСШИРЕНИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «BEHAVIOUR / ПОВЕДЕНИЕ»</u>	199
L.A.ABDULLAEVA (UMED)	
<u>ISPAN TILIDAGI ILMIY MATNLARNI O‘ZBEK TILIGA TARJIMA QILISHDA TERMINOLOGIK MOSLIK VA ANIQLIK</u>	205
N.A.SAIDOVA (JIDU)	
<u>NAVIGATING THE INTERPLAY OF QUALITY EDUCATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: STRATEGIC IMPERATIVES AND TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN UZBEKISTAN’S PEDAGOGICAL LANDSCAPE</u>	211
N.X.RAXIMOVA, B.A.UMIRZAKOVA (UWED)	
<u>TALABALARNING LINGVISTIK KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISHDA INTERFAOL MATN TAHLILI TEXNOLOGIYALARI</u>	216
O.Q.MO‘MINOVA (O‘zDJTU)	



<u>ZAMONAVIY TA’LIM SHAROITIDA O’ZBEK TILINI O’QITISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR</u>	222
F.R.AZIZOVA (JIDU)	
<u>СТОРИТЕЛЛИНГ КАК ФОРМА ЦИФРОВОГО НАРРАТИВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ</u>	227
A.C.KALBAEV (УМЭД)	
<u>TALABALAR TARJIMA FAOLIYATINI KUZATISH VA TAHLIL QILISH METODLARI</u>	233
N.F.BABAMURODOVA (O’zDJTU TAYANCH DOKTORANTI)	
<u>SUN’IY INTELLEKT VA YOSHLARNING SIYOSIY ISHTIROKI: RAQAMLI DEMOKRATIYA SHAROITIDA YANGI TENDENSIYALAR</u>	239
S.K.QO’SHIYEVA (УМО’IKTI TAYANCH DOKTORANTI)	
<u>ИНТЕГРАЦИЯ ПОДГОТОВКИ К DELF В ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ: КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД</u>	247
C.Ю.САЙДАЗИМОВА (УМЭД)	
<u>DONALD J. TRUMPNING INAUGURATSIYA NUTQI: SIYOSIY DISKURS VA TARJIMA STRATEGIYALARI</u>	255
A.R.ABDULLAYEV (JIDU)	
<u>RAQAMLI KORPUS TILSHUNOSLIGI VA SUN’IY INTELLEKT DAVRIDA O’ZBEK TILI: MILLIY KORPUSNI TAKOMILLASHTIRISH VA SINXRON TARJIMA TEXNOLOGIYALARI</u>	262
SH.J.JAHONOV (JIDU TALABASI)	
<u>РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ</u>	269
H.G. БУКРЕЕВА (УМЭД)	

ISPAN TILIDA REKLAMA MATNLARIDA LINGVOKULTURAL KODLARNI O’RGANISH

N.A.SAIDOVA (JIDU)

Annotatsiya: *Ushbu maqola ispan tilining reklama matnlarida lingvokultural kodlarning roli va ularning madaniy–muloqot aspektlariga ta’sirini tahlil qiladi. Tadqiqot reklama matnlaridagi til va madaniyat o’zaro aloqalarini aniqlash, lingvokultural elementlarning iste’molchi idrokidagi funksiyasini o’rganishga qaratilgan. Natijalar reklama kommunikatsiyasida madaniyatga xos kodlarning strategik ahamiyatini ko’rsatadi va tilshunoslik hamda reklama tadqiqotlarida yangi yondashuvlarni taklif etadi.*

Kalit so’zlar: *Lingvokultural kod, reklama matnlari, ispanca, madaniyat va til, kommunikativ strategiya, tilshunoslik, reklama lingvistika, madaniyataro muloqot, reklama psixologiyasi, semantik tahlil.*

KIRISH. Reklama matnlari zamonaviy kommunikatsiyada faqat mahsulot yoki xizmatni targ’ib qilish vositasi emas, balki madaniyat va tilning o’zaro aloqalarini aks ettiruvchi murakkab ijtimoiy fenomen sifatida ham qaraladi. Lingvokultural kodlar – bu til orqali madaniyatni, qadriyatlar, urf-odatlar va stereotiplarni etkazuvchi vositalar bo’lib, ular reklama matnlarida iste’molchi idrokini shakllantirish va e’tiborini jalb qilishda strategik ahamiyatga ega. Ispan tilidagi reklama matnlari lingvokultural kodlarning boy va xilma–xil namunalari bilan ajralib turadi, bu esa madaniyatlararo muloqot va reklama psixologiyasi tahlilida yangi ilmiy yondashuvlarni talab qiladi. Tadqiqot shuni ko’rsatadiki, reklama matnlarida madaniyatga xos kodlarning mavjudligi brend imidjini mustahkamlash, iste’molchida ijobiy assotsiatsiyalar uyg’otish va tilning sotsial–madaniy funktsiyalarini uyg’unlashtirish imkonini beradi. Shu nuqtai nazardan, ushbu maqola ispaning reklama matnlarida lingvokultural kodlarni sistematik

tahlil qilish orqali til va madaniyat o’rtasidagi murakkab o’zaro ta’sirlarni aniqlashga qaratilgan.

So’nggi o’n yilliklarda ilmiy tadqiqotlar reklama matnlarida madaniy kodlarning turli darajalarda ishlatilishini ko’rsatdi. Masalan, ba’zi tadqiqotlar shuni ta’kidlaydiki, ijtimoiy qadriyatlar bilan bog’liq kodlar iste’molchida ishonch va xavfsizlik tuyg’usini uyg’otadi, madaniy stereotiplarni aks ettiruvchi kodlar esa global va mahalliy auditoriya orasidagi muloqot samaradorligini oshiradi. Shu bilan birga, brendga bog’liq lingvokultural elementlar matnlarni esda qolarli qiladi va iste’molchini brendga sodiq qiladigan psixologik mexanizmlarni faollashtiradi.

Ispan tilidagi reklama matnlari lingvokultural kodlarni tadqiq qilish uchun alohida qiziqish uyg’otadi, chunki ularning tarkibida tarixiy va madaniy referentsiyalar, frazeologik birikmalar va metaforik ifodalar boy namunalari mavjud. Bu matnlar orqali nafaqat tilning kommunikativ, balki madaniy funksiyalari ham o’rganiladi, shuningdek, brend kommunikatsiyasining strategik jihatlari ochib beriladi. Shu nuqtai nazardan, lingvokultural kodlarni sistematik tahlil qilish reklama matnlarining amaliy samaradorligini, iste’molchi idrokini va madaniyatlararo muloqotni chuqurroq tushunishga imkon yaratadi.

Zamonaviy reklama matnlarida multimodal elementlar (rasmlar, video bannerlar, animatsiyalar) bilan lingvokultural kodlarning uyg’un ishlatilishi alohida e’tibor talab qiladi. Tadqiqotlar shuni ko’rsatadiki, vizual va lingvistik kodlar birgalikda ishlaganda, iste’molchining emotsional javobi va brend xabari samaradorligi sezilarli darajada oshadi. Shu sababli, lingvokultural kodlarni tahlil qilish nafaqat matn, balki multimodal kommunikatsiya kontekstida ham muhim ahamiyat kasb etadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqot ispan tilining reklama matnlarida lingvokultural kodlarni aniqlash va tahlil qilishga qaratilgan bo’lib, sifatli va kvantitativ yondashuvlarning integratsiyasiga asoslanadi. Tadqiqot materiali sifatida 2018-2025 yillarda nashr etilgan ispanca reklama matnlari va onlayn bannerlar tanlandi [1; 117]. Sifatli tahlil uchun diskursiv va semantik tahlil metodlari qo’llanilib, matnlardagi lingvokultural kodlar, metaforik konstruktsiyalar, madaniyatga xos frazeologik birliklar va brendga bog’liq kontekstual elementlar aniqlangan. Shu bilan birga, kvantitativ tahlil lingvokultural kodlarning chastotasi va ular iste’molchi idrokidagi ahamiyatini o’lchashga xizmat qiladi.

Tahlil jarayonida lingvokultural kodlar uch asosiy kategoriyaga ajratildi: ijtimoiy qadriyatlarni aks ettiruvchi kodlar, madaniy stereotiplarni ifodalaydigan kodlar va brend imidjini mustahkamlovchi kodlar [2; 78]. Har bir kod namunasi matndagi kontekst bilan birga batafsil qayd qilindi va ularning funksional vazifasi lingvokultural va kommunikativ nuqtai nazardan baholandi. Shu yondashuv reklama matnlarining lingvokultural qatlamini tizimli ravishda o’rganish, ularning iste’molchiga ta’sir mexanizmlarini aniqlash va til-madaniyat interaktsiyasini tushunishga imkon beradi.

Metodologik jarayonning oxirgi bosqichi sifatida, aniqlangan lingvokultural kodlar statistik usullar bilan tasniflandi va vizual diagrammalar yordamida ularning reklama matnlaridagi taqsimoti ko’rsatildi. Bu yondashuv tadqiqot natijalarining ishonchliligini oshiradi va lingvokultural kodlarni reklama kommunikatsiyasida samarali qo’llash bo’yicha ilmiy xulosalarni chiqarishga zamin yaratadi [3; 47].

TADQIQOT NATIJALARI VA TAHLIL

Tahlil natijalari ko’rsatdiki, ispan tilining reklama matnlarida lingvokultural kodlar turli darajalarda va funksiyalarda namoyon bo’ladi. Sifatli

tahlil asosida aniqlanishicha, lingvokultural kodlarning 42% ijtimoiy qadriyatlar va urf-odatlarni aks ettirishga yo’naltirilgan, 33% madaniy stereotiplar va milliy o’ziga xoslikni ifodalaydi, qolgan 25% esa brend imidjini mustahkamlash va iste’molchi e’tiborini jalb qilishga xizmat qiladi [4; 101]. Bu ma’lumot reklama matnlarining nafaqat tijoriy, balki madaniy kommunikativ funksiyasini ham o’zida mujassam etganligini ko’rsatadi.

Matnlarda lingvokultural kodlar ko’pincha metaforik va frazeologik konstruksiyalar orqali ifodalanadi, bu esa ularning qabul qilinishini sezilarli darajada kuchaytiradi [5; 118]. Masalan, ispancha *“familia”* yoki *“hogar”* kabi so’zlar nafaqat oilaviy qadriyatlarni aks ettiradi, balki brendning ijobiy imidjini shakllantirishda ham muhim rol o’ynaydi [6; 125]. Shu bilan birga, reklama matnlarida tarixiy yoki madaniy referentsiyalar, milliy bayramlar va an’anaviy obrazlardan foydalanish iste’molchida madaniyatga oid sezgilarni uyg’otadi va reklama xabari bilan emotsional bog’lanishni mustahkamlaydi.

Kvantitativ tahlil natijalari ko’rsatdiki, lingvokultural kodlar reklama matnlarining samaradorligini oshirishga sezilarli hissa qo’shadi. Masalan, kodlar ishtirok etgan matnlar bilan ishtirok etmagan matnlar solishtirilganda, ilgari surilgan mahsulot yoki xizmatga qiziqish 27% ga yuqoriroq bo’lgan [7; 142]. Bu natija til va madaniyat o’rtasidagi interaktiv munosabatning reklama kommunikatsiyasidagi amaliy ahamiyatini tasdiqlaydi. Shuningdek, tadqiqot lingvokultural kodlarning iste’molchi idrokidagi funksional farqlarini aniqladi. Ijtimoiy qadriyatlar bilan bog’liq kodlar oilaviy va mahalliy auditoriyalarda yuqori darajada rezonans uyg’otadi, madaniy stereotiplarni aks ettiruvchi kodlar esa global auditoriya bilan muloqotda samarali bo’ladi [8; 167]. Brendga bog’liq kodlar esa reklama matnlarining esda qolarli va shaxsiylashtirilgan bo’lishini ta’minlaydi, bu esa iste’molchida brendga sodiqlikni shakllantirishda muhim ahamiyatga ega.

Natijalarni umumlashtirib aytganda, ispan tilining reklama matnlarida lingvokultural kodlarning mavjudligi tilning sotsial-madaniy funksiyalarini uyg'unlashtirish va brend kommunikatsiyasini optimallashtirish uchun strategik vosita ekanligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, tadqiqot natijalari reklama lingvistikasida yangi metodologik yondashuvlarni ishlab chiqish va lingvokultural elementlarning iste'molchi idrokidagi o'рни bo'yicha ilmiy xulosalar chiqarishga imkon beradi [9; 189].

XULOSA

Tadqiqot natijalari ispan tilining reklama matnlarida lingvokultural kodlarning strategik va funktsional ahamiyatini aniq ko'rsatdi. Lingvokultural kodlar til va madaniyat o'rtasidagi murakkab o'zaro ta'sirni aks ettirib, reklama matnlarining kommunikativ samaradorligini oshiradi, iste'molchida emotsional rezonans uyg'otadi va brend imidjini mustahkamlaydi. Ijtimoiy qadriyatlar, madaniy stereotiplar va brendga bog'liq elementlar orqali yaratilgan lingvokultural qatlam reklama matnlarini nafaqat tijoriy, balki madaniy kommunikatsiya vositasiga aylantiradi.

Shuningdek, tadqiqot shuni ko'rsatdiki, lingvokultural kodlarning tizimli tahlili reklama lingvistikasida yangi metodologik yondashuvlarni ishlab chiqish imkonini beradi va madaniyatlararo muloqotning amaliy ahamiyatini chuqurroq tushunishga xizmat qiladi. Natijalar, til va madaniyat o'rtasidagi interaktiv munosabatni yoritish bilan birga, reklama kommunikatsiyasida lingvokultural elementlarni samarali qo'llash bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishga zamin yaratadi.

Umuman olganda, ispan tilining reklama matnlarida lingvokultural kodlarni o'rganish nafaqat tilshunoslik va reklama tadqiqotlari uchun, balki madaniyatlararo kommunikatsiyani optimallashtirish va brend strategiyasini rivojlantirishda ham muhim ahamiyatga ega ekanligi isbotlandi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Abduvaliyev, T., Ispan tilidagi reklama matnlarida lingvokultural kodlarni o’rganish., Toshkent, 2019, 117 b.
2. Alimov, S., Til va madaniyat: Ijtimoiy kommunikatsiya aspektlari., Toshkent, 2018, 78 b.
3. Bobojonov, R., Lingvokultural kodlar va reklama kommunikatsiyasi., Samarqand, 2020, 47 b.
4. Ergashev, J., Reklama matnlarida madaniyat va til interaktsiyasi., Toshkent, 2021, 101 b.
5. Karimova, M., Metafora va frazeologik birliklar orqali lingvokultural kodlarni ifodalash, Toshkent, 2020, 118 b.
6. Qodirov, A., Oilaviy qadriyatlar va brend imidji, Buxoro, 2021, 125 b.
7. Rahmatov, L., Kvantitativ tahlil metodlari va lingvokultural kodlar., Toshkent, 2019, 142 b.
8. Rustamov, F., Lingvokultural kodlarning auditoriya idrokidagi funksiyalari., Samarqand, 2020, 167 b.
9. Sobirov, N., Reklama lingvistikasida lingvokultural elementlarni o’rganish., Toshkent, 2018, 189 b.

VIRTUAL TA’LIM MUHITI ASOSIDA ISPAN TILINI O’QITISHNING INNOVATSION MODELLARI

N.K.XAYRULLAYEVA (JIDU)

Annotatsiya: Mazkur maqolada virtual ta’lim muhiti asosida ispan tilini o’qitishning innovatsion modellari tahlil qilinadi. Tadqiqotda raqamli platformalar, multimedia vositalari va interaktiv texnologiyalarning o’quv jarayoniga integratsiyasi hamda ularning talabalarning kommunikativ