



ISSN (E): 2181-4570

LIBOS NOMLARIGA XOS BO'LGAN NUTQNING IJTIMOIIY RIVOJLANISH OMILLARI

Hafiza Xoliqova Vohidovna

Farg'ona davlat universiteti, chet tili fakulteti o'qituvchisi

Annotatsiya: Ijtimoiy institutlar odamlarning birgalikdagi faoliyatini tashkil etish va iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy, madaniy va boshqa ehtiyojlarni ta'minlash uchun mo'ljallangan. Jamiyat hayotida ro'y berayotgan o'zgarishlar tarixiy va ijtimoiy jihatdan vujudga kelgan institutlarning rivojlanishiga olib keladi, bu esa o'z navbatida, belgilangan qoidalar orqali odamlarning xulq-atvoriga ta'sir qiladi. Inson faoliyati va ma'lum bir ijtimoiy ta'limga bo'lgan keng talab natijasida har biri katta hissa qo'shadigan ko'plab ijtimoiy institutlar haqida gapirish mumkin. Shunday muassasalardan biri moda instituti bo'lib, o'zining keng ko'lamli aloqa jarayonlariga ega. Maqolada modaning ijtimoiy institutiga xizmat qiluvchi moda nutqi ko'rib chiqiladi va tavsiflanadi.

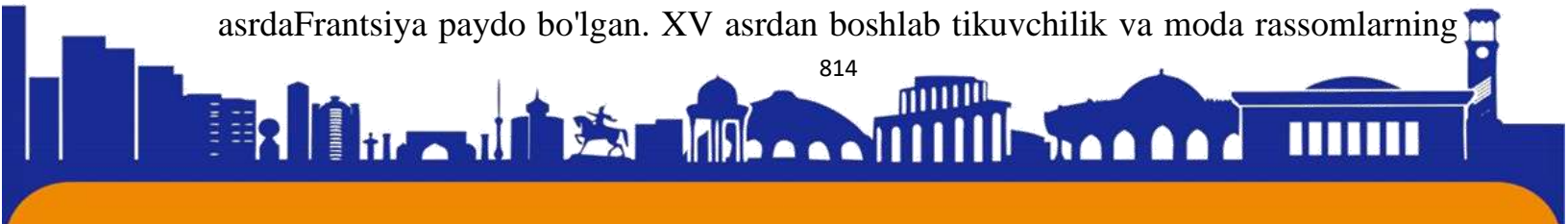
Kalit so'zlar: moda, bezak, nutq, ijtimoiy faoliyat, model komponentlari, kommunikativ xususiyat, diskursiv tabiat.

Libos nutqiga xos bo'lgan nazariyotchilar va amaliyotchilarning umumiy fikriga ko'ra, moda institutining shakllanishi va uning zamonaviy miqyos va dolzarblikka ega bo'lishi uzoq vaqt talab qildi. Faqat 19-asrga kelib moda jamiyatning ijtimoiy-madaniy munosabatlarini belgilovchi, ommaviy xususiyatga ega va faol ilmiy tadqiqot ob'ekti bo'lgan hodisa sifatida ishlay boshladi.

Odamlar tomonidan ishlab chiqarilgan kiyimning vazifasi uzoq vaqtdan beri kundalik hayotda qulaylikni ta'minlash edi. 12-13-asrlarda Yevropada paydo bo'lgan moda insonning ijtimoiy mavqeyini ko'rsatish uchun mo'ljallangan. Kiyimning mato va uning narxi, bezak va bezakning boyligi kabi xususiyatlari uni kiygan shaxsning mavqeyini ko'rsatdi.

Vaqt o'tishi va jamiyat rivojlanishi bilan tarixiy, madaniy, ijtimoiy, ilmiy va texnik, iqtisodiy o'zgarishlarto'qimachilik sanoatining paydo bo'lishiga olib keldi, shuning uchun kiyim-kechakka alohida qiziqish uyg'ondi.

Kiyimlarni modellashtirish va loyihalash mahorati vamato ishlab chiqarish14-asrdaFrantsiya paydo bo'lgan. XV asrdan boshlab tikuvchilik va moda rassomlarning





ommaviy ijodiy faoliyati sohasiga aylandi. Shu bilan birga, moda va u bilan bog'liq bo'lgan nutqiy jarayonlar og'zaki nutqda tobora ortib bordi. Bu jarayon ushbu soha bilan shug'ullanuvchi odamlarning faol muhokamasiga sabab bo'ldi.

Uskunalarni doimiy ravishda takomillashtirish va mehnat unumdorligini oshirish (XVIII-XIX asrlar) gazlamalar, iplar tannarxini pasaytirish va ularni ommaviy iste'molchiga yetkazish imkonini berdi [16]. Ko'p jihatdan XIX asrning o'rtalaridan moda jurnallari tufaylimoda ommalashdi, Frantsiyada birinchi do'konlar ochildi. O'sha asrning ikkinchi yarmining boshlariga kelib, jurnallarda keng yoritilgan Parij moda ishlab chiqaruvchilari butun dunyoda shon-sharaf va e'tirofga erishdilar.

Liboslarga oid bo'lgan nutq so'zlari inson hayotining ko'plab sohalariga faol kirib bordi, jamiyatning ijtimoiy-madaniy munosabatlari og'zaki va yozma muloqotda o'z aksini topdi.

Ekstralingvistik omillar bilan birgalikda moda nutqi tomonidan xizmat qiladigan institutsional tartibning aloqasi sifatida tavsiflanadi. Shu bilan birga, institutsional kommunikativ makonni jamoat guruhlari, birlashmalar, tashkilotlar, muassasalar vakillari o'rtasidagi ijtimoiy o'zaro munosabatlar shakllarining lingvistik aksi sifatida belgilash mumkin. Ushbu makon hayotiy yo'nalishlarni shakllantirish, sub'ekt va ijtimoiy faoliyatni boshqarish funksiyalarini amalga oshirishga qaratilgan.

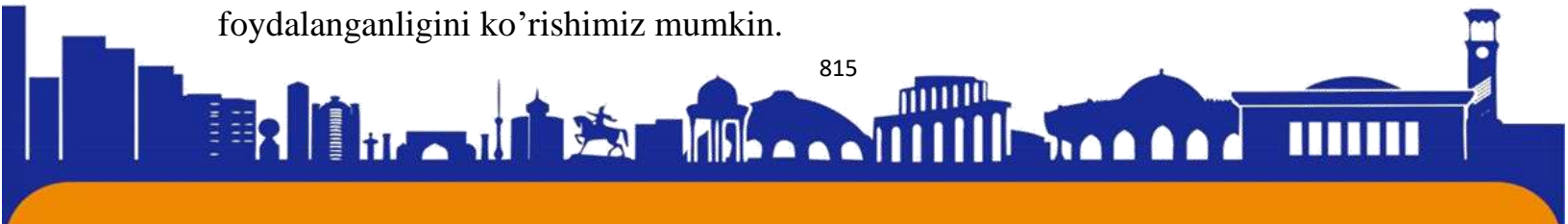
Murojaat qiluvchini muayyan harakatlarga undashga ta'sir qilishning pragmatik vazifasi bayonotlar va matnlarning tegishli lingvistik jihatlariga bo'ysunadi: tizimli, ijodiy, ekspressiv,

Moda nutqiga bag'ishlangan mahalliy tilshunoslikning bir qator tadqiqotlari buni nuqtai nazardan ko'rib chiqadi. F. L. Kositskaya moda kataloglarining diskursiv tabiati va tuzilishini hisobga olib, moda nutqini situation yoki madaniy-situatsion yondashuv nuqtai nazaridan o'rganadi, bu yerda nutqning tashqi komponentining roliga alohida e'tibor beriladi.

V. I. Karasik o'z tadqiqotida nutqning ikki asosiy turini ajratib ko'rsatadi: shaxsiy (shaxsga yo'naltirilgan) va institutsional.

Ijtimoiy institute tomonidan o'rnatilgan ushbu nutq fragmentining xronotopi ma'lum bir joyda ma'lum vaqt uchun modani ishlab chiqarish va targ'ib qilish jarayonini aks ettiradi.

Moda jurnali maqolalarida ko'pincha tilning turli xil kompozitsion usullaridan foydalanganligini ko'rishimiz mumkin.





Libosga xos nutqning strategiyalari va janrlari moda institutining o'zitomonidan belgilanadi. Masalan, nutqning bo'lagi quyidagi iboralar bilan ifodalanadi: ikkita bo'lakni bir joyga qo'yish, monoxromatik bluzkalar, A-line yubkalar, uzun va oriqli shimlar va boshqalar. Kiyim-kechak buyumlari, brend va tovar nomlari, kiyim detallarining aniq nomlari, batafsil tavsiflarishaxsning tashqi qiyofasi, adresatga nutqning bir parchasi moda nutqiga tegishli yoki yo'qligini aniqlash imkonini beradi.

Xulosa qilib shuni ta'kidlaymizki, moda nutqi lingvistik modellashtirish uchun istiqbolli ob'ekt bo'lib ko'rinadi, chunki u o'ziga xos institutsional til timsoliga ega bo'lgan bir qator aniq ajratilgan slotlarga ega bo'lgan murakkab ramka sifatida taqdim etilishi mumkin. Model komponentlari -aloqa ishtirokchilari, xronotop, asosiy tushunchalar, nutq strategiyalari, janrlar tizimi, diskursiv formulalarni o'z ichiga olgan matn - moda nutqini tavsiflash uchun asos bo'lib, moda institutining ichki kommunikativ qoidalariga bo'ysunadi. Moda muhim ijtimoiy institut bo'lgani uchun, aloqa modellarini oldindan belgilash, kommunikativ vaziyatni o'zlari kabi shakllantirishmoda olamining diskursiv timsolidir, samarali muloqot va tushunishga yordam beradi.

Adabiyotlar:

1. Astafurova T. N., Olyanich A. V. Lingvosemiotika vlasti: znak, slovo, tekst: monografiya. Volgograd: IPK FGOU VPO VGSXA «Niva», 2008. 208-b.
2. Galichkina E. N. Institutsionalnye janri setevoy kompyuternoy kommunikatsii // Chelovek. Yazyk. Kultura: sb. nauch. st., posvayennyy 60-letnemu yubileyu prof. V. I. Karasika. Kiyev: Izd. dom D. Burago, 2013. Ch. 2. S. 104-111.
3. Grusman M. V. Moda kak fenomen kultury sredstvo sotsiokultur-noy kommunikatsii [Elektronnyy resurs]: avtoref. diss. ... k. kulturologii. SPb., 2010.
4. Davidenkova O. A. Kognitivno-pragmaticheskiy aspekt angliyskix predlojeniy reklamno-instruktivnogo xaraktera: diss. ... k. filol. n. Tambov, 1999.
5. Azimbayevna, D. G., & Vohidovna, X. X. (2021). FEATURES IN THE TRANSLATION OF MEDICAL TERMS. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 9(11), 470-474.
6. Vokhidovna, K. K. Teaching Foreign Languages at Preschools. International Journal on Integrated Education, 4(3), 237-239.





7. Vokhidovna, K. K. (2022). Psycholinguistic Basis for the Intensification of Foreign Language Teaching in Non-Linguistic Directions. *Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture*, 3(11), 121-126.

8. Azimbayevna, D. G. A., & Vohidovna, X. X. (2022). THE MAIN PROBLEMS IN THE TRANSLATION OF MEDICAL TERMS. *Eurasian Journal of Academic Research*, 2(2), 427-432.

9. Vokhidovna, K. K. (2022). Use of Regional Materials in the Process of Teaching a Foreign Language. *Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture*, 3(11), 115-120.

10. Azimbayevna, D. G., Qizi, G. J. Z., & Vohidovna, X. X. (2021). Peculiarities Of Translating Medical Terms. *Texas Journal of Medical Science*, 2, 6-9.

11. Vokhidovna, K. K. (2022). PSYCHOLINGUISTIC FOUNDATIONS OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING METHODS. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMİY JURNALI*, 2(11), 397-402.

12. Oxojonovich, A. S., & Usmoilovich, A. Y. (2022). About the Problems of Language Teaching to Little Children. *International Journal of Culture and Modernity*, 14, 30-34.

13. Abdiloyev, S. O. (2022). Nemis tili darslarida frazeologizmlardan foydalanishning innovatsion usullari. *Архивнаучныхисследований*, 2(1).

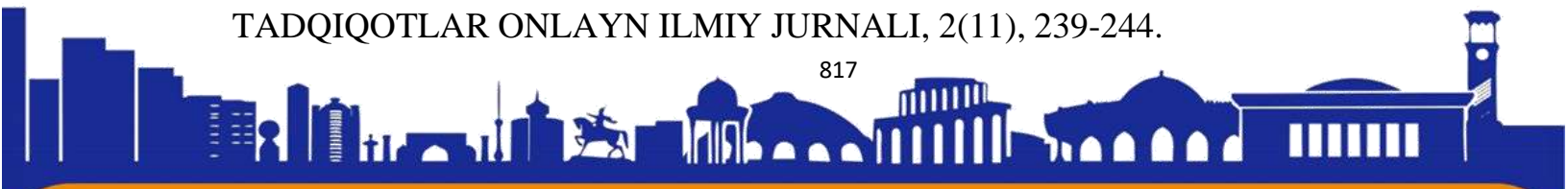
14. Oxojonovich, A. S. (2022). On the General Associative Aspects of Allegoric Symbols. *Spanish Journal of Innovation and Integrity*, 6, 424-428.

15. Aziz, A., & Shavkat, A. (2022). Aristocrats Sympathetic to Heine. *International Journal of Formal Education*, 1(10), 40-43.

16. Aziz, A., & Shavkat, A. (2022). Symbol of the Paris of Inspiration. *International Journal of Formal Education*, 1(11), 17-20.

17. Умаржонова, Г. М., & Абдиллоев, Ш. О. (2022). НЕМИС ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИДА “HAND”-“ҚЎЛ” КОМПОНЕНТЛИ СОМАТИК ФРАЗЕОЛОГИЗМЛАРНИНГ СТРУКТУР-ГРАММАТИК ТАҲЛИЛИ. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMİY JURNALI*, 2(10), 226-231.

18. Oxojonovich, A. S. (2022). GERMAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A ZOONYM COMPONENT. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMİY JURNALI*, 2(11), 239-244.





19. Oxonjonovich, A. S. (2023). Peculiarities of Semantics of Phraseological Units with Zonyms. *Journal of Pedagogical Inventions and Practices*, 17, 98-102.

20. Sotvaldieva, H. M. (2021). Using proverbs as A lead-In activity in teaching english as A Foreign Language. *Asian Journal of Multidimensional Research*, 10(11), 159-163.

21. Sotvaldieva, H. M. (2020). ENGLISH PROVERBS AS A MEANS OF EXPRESSING PEOPLE'S WISDOM, SPIRIT AND NATIONAL MENTALITY. *Theoretical & Applied Science*, (2), 601-604.

22. Musinova, S. H., & Tadjibaevna, M. A. (2021). STRUCTURAL AND SEMANTIC CHARACTERISTICS OF PROVERBS. *Евразийский Союз Ученых*, (1-4 (82)), 22-25.

23. Жўраева, Г. З. (2022). БЎЛАЖАК ХОРИЖИЙ ТИЛ ЎҚИТУВЧИЛАРИНИНГ WEB-КВЕСТ ТЕХНОЛОГИЯСИ АСОСИДА АХБОРОТЛАРГА ТАҲЛИЛИЙ ВА ТАНҚИДИЙ МУНОСАБАТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ТИЗИМИ. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 2(10), 235-238.

24. Qizi, J. G. Z. (2021). The effect of innovative methods in teaching English as foreign language.

25. Mirxamidovna, M. G. (2022). MAQOL VA MATALLARNING KOMMUNIKATIV XUSUSIYATI. *Eurasian Journal of Social Sciences, Philosophy and Culture*, 2(2), 125-129.

26. Madaminova, G. M. (2020). ON THE QUESTION OF DEFINING THE CONCEPT OF "SLANG". *Мировая наука*, (1), 41-44.

27. Mirxamidovna, M. G., & Musinova, S. H. (2022). Communicative Characteristics of Proverbs and Languages. *International Journal of Formal Education*, 1(10), 11-17.

28. Ibrokhimovich, S. R., & Mamatojievich, M. A. (2021). TECHNIQUES FOR CREATIVE WRITING. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*, 2(12), 493-496.

29. Ibrokhimovich, S. R., & Yusupovich, I. V. (2021). Professional Communication in the Pedagogical Activity of a Teacher. *European Journal of Life Safety and Stability (2660-9630)*, 11, 264-268.

30. Yusupovich, I. V., Pirnazarovich, R. R., & Mamatojievich, M. A. (2022).



ISSN (E): 2181-4570

Using Social Forms in German Language Lessons its Benefits. European Multidisciplinary Journal of Modern Science, 4, 724-726.