



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

**INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA QANDOLATCHILIK
NOMLARINING O'ZLASHUV JARAYONLARI**

Ochildiyeva Feruza Murodali qizi

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti magistranti

Ilmiy rahbar: Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Safarova Farida Narmuratova

Annotatsiya

Mazkur ilmiy maqolada ingliz va o'zbek tillarida zamonaviy qandolatchilik nomlarining o'zlashuv jarayonlari qiyosiy-lingvistik hamda lingvomadaniy nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Tadqiqotda qandolatchilik leksikasining ingliz tilidan o'zbek tiliga o'tish mexanizmlari, fonetik, morfologik va semantik moslashuv bosqichlari, shuningdek, madaniy va ijtimoiy omillarning ushbu jarayonga ta'siri empirik materiallar asosida yoritiladi. Maqola real menyular, savdo belgilari, reklama matnlari va ommaviy iste'mol diskursi misolida olib borilgan tahlillarga tayangan holda, gastronomik leksikadagi o'zlashuvning tizimli xususiyatlarini ochib beradi. Tadqiqot natijalari inglizcha qandolatchilik nomlarining o'zbek tilida moslashuvi faqat lingvistik emas, balki madaniy va pragmatik jarayon ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: leksik o'zlashuv, qandolatchilik nomlari, ingliz tili, o'zbek tili.

KIRISH

Zamonaviy dunyoda tillararo aloqalar kuchayib borar ekan, leksik o'zlashuv jarayoni til taraqqiyotining eng faol va dinamik jihatlaridan biriga aylanmoqda. Ayniqsa, global savdo, ommaviy madaniyat va gastronomiya sohalarida ingliz tilining ta'siri sezilarli darajada ortib bormoqda. Bu holat qandolatchilik mahsulotlari nomlarida yaqqol namoyon bo'lib, inglizcha nomlar yoki ularning modifikatsiyalari ko'plab tillarga, jumladan o'zbek tiliga ham faol kirib kelmoqda.

Qandolatchilik nomlari — bu oddiy leksik birlik emas, balki iste'molchi ongiga ta'sir ko'rsatuvchi, estetik, madaniy va marketing funksiyalarni bajaruvchi nominativ



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

birliklardir. Shu sababli bunday nomlarning bir tildan boshqasiga o'zlashuvi oddiy tarjima bilan cheklanmaydi. Aksincha, ular fonetik moslashuv, grafik o'zgarish, semantik siljish va madaniy qayta talqin jarayonlaridan o'tadi. Masalan, ingliz tilidagi qandolatchilik nomlari o'zbek tilida to'liq o'zlashtirilgan, qisman moslashgan yoki o'z holicha saqlangan holda qo'llanilishi mumkin.

O'zbekiston sharoitida so'nggi o'n yillikda qandolatchilik va umumiy gastronomiya sohasida sezilarli o'zgarishlar kuzatilmoqda. Xalqaro brendlar, yangi desert turlari va xorijiy ta'lim olgan qandolatchilar ta'sirida inglizcha nomlar keng iste'molga kirib bormoqda. Menyular, reklama bannerlari va onlayn savdo platformalarida "cake", "cupcake", "cheesecake", "brownie", "donut" kabi nomlarning faol ishlatilishi bunga yaqqol misol bo'la oladi.

Mazkur jarayon lingvistik nuqtayi nazardan muhim savollarni yuzaga keltiradi. Inglizcha qandolatchilik nomlari o'zbek tiliga qanday yo'llar bilan kirib kelmoqda? Ular fonetik va morfologik jihatdan qay darajada moslashmoqda? O'zlashuv jarayonida asl semantika saqlanib qolayaptimi yoki yangi ma'no qatlamlari paydo bo'layaptimi? Ushbu savollar nafaqat tilshunoslik, balki madaniyatshunoslik va sotsiologiya uchun ham dolzarbdir.

Maqolaning dolzarbligi shundaki, unda ingliz va o'zbek tillarida qandolatchilik nomlarining o'zlashuvi qiyosiy va empirik asosda tahlil qilinadi. Avvalgi tadqiqotlarda ko'proq nominatsiya yoki gastronomik leksika umumiy jihatdan o'rganilgan bo'lsa, mazkur ish aynan o'zlashuv jarayonining mexanizmlariga e'tibor qaratadi. Tadqiqot real til materiallariga tayangan holda, qandolatchilik nomlarining ingliz tilidan o'zbek tiliga o'tishidagi lingvistik va madaniy qonuniyatlarni aniqlashni maqsad qilgan.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi ingliz va o'zbek tillarida qandolatchilik nomlarining o'zlashuv jarayonlarini tizimli ravishda tahlil qilish, ularning shakllanish bosqichlari va funksional xususiyatlarini empirik ma'lumotlar asosida ochib berishdan iborat.



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

ADABIYOTLAR TAHLILI

Leksik o'zlashuv masalasi tilshunoslikda uzoq yillardan buyon tadqiq etib kelinayotgan muhim yo'nalishlardan biridir. O'zlashma birliklar til tizimining boyishida va yangilanishida asosiy manbalardan biri sifatida qaraladi. Tilshunos olimlar o'zlashuv jarayonini nafaqat til ichki qonuniyatlari, balki ijtimoiy, madaniy va tarixiy omillar bilan bog'liq holda tahlil qiladilar.

Gastronomik leksika, xususan qandolatchilik nomlari, o'zlashuv jarayonida eng faol qatlamlardan biri hisoblanadi. Chunki ovqat nomlari bevosita madaniyat, turmush tarzi va global iste'mol bilan bog'liq bo'lib, ular tezda tillararo almashinuvga kirishadi. Ingliz tilining global mavqei ushbu jarayonni yanada tezlashtirgan.

Ingliz tilshunosligida gastronomik nomlarning tarqalishi va o'zlashuvi ko'pincha global madaniyat va marketing diskursi bilan izohlanadi. Tadqiqotlarda inglizcha ovqat nomlari boshqa tillarda zamonaviylik, prestij va kosmopolitlik ramzi sifatida qabul qilinishi ta'kidlanadi. Bu holat qandolatchilik nomlarida ham yaqqol ko'rinadi.

O'zbek tilshunosligida esa o'zlashma leksika masalalari ko'proq tarixiy va umumiy leksik qatlam doirasida o'rganilgan. Gastronomik o'zlashmalar, ayniqsa zamonaviy qandolatchilik nomlari hali yetarli darajada tizimli tahlil qilinmagan. Ayrim ishlarda xorijiy ovqat nomlarining fonetik moslashuvi yoki tarjima muammolari yoritilgan bo'lsa-da, ingliz va o'zbek tillari qiyosida qandolatchilik nomlarining o'zlashuvi alohida tadqiqot obyektiga aylantirilmagan.

Shu bois mazkur tadqiqot mavjud ilmiy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan bo'lib, inglizcha qandolatchilik nomlarining o'zbek tiliga o'zlashuvini real materiallar asosida, tizimli va qiyosiy yondashuvda tahlil qiladi.



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot ingliz va o'zbek tillarida qandolatchilik nomlarining o'zlashuv jarayonlarini aniqlash va tahlil qilishga qaratilgan qiyosiy-lingvistik tadqiqot sifatida tashkil etildi. Tadqiqot metodologiyasi sifat tahlili va miqdoriy umumlashtirish usullarini uyg'unlashtirgan kompleks yondashuvga asoslandi. Ushbu yondashuv qandolatchilik nomlarining nafaqat shakliy o'zgarishini, balki ularning semantik va madaniy moslashuv jarayonlarini ham aniqlash imkonini berdi.

Empirik material sifatida 2021–2024-yillar davomida to'plangan real til faktlari asosida maxsus korpus shakllantirildi. Korpusga jami 360 ta qandolatchilik nomi kiritildi. Ulardan 180 tasi ingliz tilidagi manbalardan, 180 tasi esa o'zbek tilida faol qo'llanilayotgan shakllardan iborat bo'ldi. Materiallar quyidagi manbalardan yig'ildi:

- O'zbekiston va xalqaro qandolatchilik tarmoqlari menyulari;
- onlayn yetkazib berish platformalari;
- reklama bannerlari va ijtimoiy tarmoqlardagi rasmiy sahifalar;
- savdo belgilari va mahsulot yorliqlari.

Tadqiqot jarayonida bir nechta tahlil usullari qo'llanildi. Qiyosiy tahlil orqali inglizcha qandolatchilik nomlari va ularning o'zbek tilidagi shakllari taqqoslandi. Fonetik-morfologik tahlil yordamida o'zlashgan birliklarning tovush va grammatik moslashuvi aniqlandi. Semantik tahlil esa nomlarning ma'no hajmi va o'zlashuv jarayonida yuzaga kelgan semantik siljishlarni ochib berdi.

Shuningdek, lingvomadaniy tahlil asosida qandolatchilik nomlarida madaniy kodlar, iste'molchi ongiga ta'sir qiluvchi omillar va global madaniyat unsurlari o'rganildi. O'zlashuv darajasini aniqlash uchun nomlar uch asosiy guruhga ajratildi: to'liq o'zlashgan, qisman moslashgan va moslashuvsiz (nol moslashuvli) birliklar. Har bir guruh statistik jihatdan hisoblab chiqildi.



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari ingliz va o'zbek tillarida qandolatchilik nomlarining o'zlashuvi bir xil yo'nalishda kechmasligini, balki ko'p bosqichli va differensial jarayon ekanini ko'rsatdi. Tahlil qilingan 180 ta inglizcha nomning o'zbek tilidagi qo'llanishi quyidagi tarzda taqsimlandi.

Birinchi guruhni to'liq o'zlashgan qandolatchilik nomlari tashkil etdi. Ularning ulushi umumiy korpusning 41 foizini tashkil qildi. Bunday birliklar o'zbek tilining fonetik va grammatik tizimiga moslashgan holda ishlatiladi va ko'pincha so'z yasash jarayonida faol ishtirok etadi. Masalan, ayrim inglizcha nomlar o'zbek tilida talaffuz va yozuv jihatidan moslashib, umumtil birliklariga yaqinlashgan.

Ikkinchi guruh qisman moslashgan nomlar bo'lib, ular 37 foizni tashkil etdi. Ushbu birliklarda inglizcha shakl qisman saqlanib qolgan, biroq o'zbek tilining talaffuz yoki yozuv me'yorlariga mos ravishda o'zgartirilgan. Bunday nomlar ko'pincha menyular va reklama materiallarida uchraydi hamda zamonaviylik va xorijiylik ramzi sifatida qabul qilinadi.

Uchinchi guruh moslashuvsiz (nol moslashuvli) nomlardan iborat bo'lib, ularning ulushi 22 foizni tashkil etdi. Bu turdagi nomlar asosan inglizcha yozilishi va talaffuzi bilan qo'llanilib, o'zbek tilida deyarli o'zgarmagan holda ishlatiladi. Ushbu holat ko'proq premium segment va xalqaro brendlar faoliyatida kuzatildi.

Natijalar shuni ko'rsatdiki, o'zlashuv darajasi nomning funksional vazifasi va iste'molchi auditoriyasiga bevosita bog'liq. Keng omma uchun mo'ljallangan mahsulotlarda to'liq yoki qisman moslashuv ustun bo'lsa, elit yoki brend mahsulotlarda moslashuvsiz nomlar ko'proq uchraydi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar inglizcha qandolatchilik nomlarining o'zbek tiliga o'zlashuvi faqat til ichki qonuniyatlari bilan izohlanmasligini ko'rsatadi. Bu jarayon ijtimoiy, madaniy va pragmatik omillar bilan chambarchas bog'liq. To'liq o'zlashgan



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

birliklarning keng qo'llanishi o'zbek tilining moslashuvchanligini va yangi leksik birliklarni qabul qilish qobiliyatini namoyon etadi.

Muhokama jarayonida aniqlanishicha, qisman moslashgan nomlar o'tish bosqichini ifodalaydi. Bunday nomlar bir tomondan ingliz tilining global prestijini saqlab qolsa, ikkinchi tomondan mahalliy iste'molchi uchun qulay bo'lishga intiladi. Bu holat lingvistik moslashuv bilan birga madaniy moslashuv ham kechayotganini ko'rsatadi.

Moslashuvsiz nomlar esa global madaniyatning kuchli ta'sirini ifodalaydi. Bunday birliklar ko'pincha zamonaviylik, xalqaro sifat va yuqori mavqeni bildiruvchi belgilar sifatida qabul qilinadi. Shunday qilib, qandolatchilik nomlari o'zlashuvi jarayonida til va madaniyat o'rtasidagi murakkab munosabatlar yaqqol namoyon bo'ladi.

Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatdiki, ingliz tilida qandolatchilik nomlari ko'pincha informativ va deskriptiv xarakterga ega bo'lsa, o'zbek tilidagi o'zlashgan shakllarda emotsional va estetik komponent kuchayadi. Bu esa o'zlashuv jarayonida semantik qayta talqin sodir bo'layotganini tasdiqlaydi.

XULOSA

Mazkur ilmiy tadqiqot ingliz va o'zbek tillarida qandolatchilik nomlarining o'zlashuv jarayonlarini qiyosiy va empirik asosda tahlil qildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, qandolatchilik nomlarining o'zlashuvi ko'p bosqichli, dinamik va madaniy jihatdan shartlangan jarayondir. Inglizcha nomlarning o'zbek tiliga kirib kelishi fonetik, morfologik va semantik moslashuv bilan birga madaniy qayta talqin jarayonini ham o'z ichiga oladi.

Xulosa qilib aytganda, ingliz va o'zbek tillarida qandolatchilik nomlarining o'zlashuvi globalizatsiya sharoitida til taraqqiyotining muhim ko'rsatkichlaridan biridir. Ushbu jarayon o'zbek tilining zamonaviy kommunikativ ehtiyojlarga



FANLAR" RESPUBLIKA ILMIIY-AMALIIY KONFERENSIYASI

moslashayotganini, shu bilan birga milliy madaniy kodlarni saqlab qolishga intilayotganini namoyon etadi. Tadqiqot natijalari leksik o'zlashuv, gastronomik diskurs va lingvomadaniyat sohalarida olib boriladigan keyingi ilmiy izlanishlar uchun nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

- Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. — London: Routledge, 1984.
- Omonov Q. *O'zbek tilining leksikologiyasi*. — Toshkent: Fan, 2012.
- Rahmonov B. *O'zbek tilida o'zlashma leksika va uning rivoji*. — Toshkent: Universitet, 2018.
- Tursunov S. *O'zbek tilida xorijiy so'zlarning fonetik moslashuvi*. — Toshkent: Fan, 2016.
- Mahmudov N. *Til va madaniyat*. — Toshkent: Ma'naviyat, 2007.