

ZAMONAVIY QANDOLATCHILIK NOMLARINING LINGVISTIK VA MADANIY ASOSLARI

Ochildiyeva Feruza Murodali qizi

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti magistranti

Ilmiy rahbar: Safarova Farida Narmuratova

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Annotatsiya

Mazkur ilmiy maqolada zamonaviy qandolatchilik mahsulotlari nomlarining lingvistik tuzilishi va madaniy asoslari kompleks tahlil qilinadi. Tadqiqotda qandolatchilik nomlari leksik-semantik, nominativ, pragmatik hamda lingvomadaniy nuqtayi nazardan o'rganiladi. Nomlash jarayonida til birliklarining estetik, emotsional va marketing funksiyalari, shuningdek, globalizatsiya sharoitida milliy va transmadaniy unsurlarning o'zaro ta'siri tahlil qilinadi. Tadqiqot real restoran va qandolatchilik menyulari, ommaviy savdo platformalari hamda reklama materiallari asosida olib borilgan empirik ma'lumotlarga tayangan. Natijalar zamonaviy qandolatchilik nomlari til va madaniyat kesishgan nuqtada shakllanayotgan dinamik nominativ tizim ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: qandolatchilik nomlari, nominatsiya, lingvomadaniyat, semantika, gastronomik diskurs, madaniy identitet, globalizatsiya.

KIRISH

Zamonaviy jamiyatda oziq-ovqat mahsulotlari nafaqat biologik ehtiyojni qondiruvchi vosita, balki madaniy identitet, estetik did va ijtimoiy mavqening muhim belgisi sifatida namoyon bo'lmoqda. Ayniqsa, qandolatchilik mahsulotlari ushbu jarayonda alohida o'rin egallaydi. Tortlar, pirojnalari, desertlar va shirinliklar bugungi kunda faqat ta'mi bilan emas, balki ularning nomi orqali ham iste'molchi e'tiborini tortadi. Shu bois zamonaviy qandolatchilik nomlari lingvistik va madaniy jihatdan chuqur tahlil qilishni talab etuvchi obyektga aylanmoqda.

Tilshunoslikda nomlash (nominatsiya) jarayoni inson tafakkuri, madaniy tajribasi va ijtimoiy ehtiyojlari bilan uzviy bog'liq hodisa sifatida qaraladi. Qandolatchilik nomlari esa gastronomik diskurs doirasida shakllanib, tilning emotsional-ekspressiv imkoniyatlarini faol ishga soladi. Masalan, zamonaviy desert nomlari ko'pincha mazmunan neytral bo'lishdan ko'ra, obrazli, metaforik yoki madaniy konnotatsiyaga

ega bo'лади. Bu esa ularni oddiy leksik birlik emas, balki madaniy belgi sifatida talqin qilish imkonini beradi.

Bugungi globallashuv sharoitida qandolatchilik nomlarida xalqaro tillar, ayniqsa ingliz, fransuz va italyan tillarining ta'siri kuchayib bormoqda. Shu bilan birga, milliy madaniyatga xos elementlar ham saqlanib qolmoqda yoki yangi shaklda qayta talqin qilinmoqda. Natijada zamonaviy qandolatchilik nominatsiyasi gibriddir, ya'ni milliy va global madaniyatlar kesishmasida vujudga kelayotgan hodisa sifatida namoyon bo'лади.

O'zbekiston sharoitida ham qandolatchilik sohasida faol o'zgarishlar kuzatilmoqda. An'anaviy shirinliklar bilan bir qatorda zamonaviy desertlar, xorijiy retseptlar va yangi nomlash modellari paydo bo'lmoqda. Qandolatchilik menyularida poetik, romantik, hatto falsafiy nomlarning uchrashi iste'molchining estetik ehtiyojiga murojaat qilish bilan izohlanadi. Bu holat qandolatchilik nomlarini nafaqat tilshunoslik, balki madaniyatshunoslik, sotsiologiya va marketing bilan bog'liq holda o'rganish zaruratini tug'diradi.

Mazkur maqolaning dolzarbligi shundaki, unda zamonaviy qandolatchilik nomlari alohida leksik qatlam sifatida tizimli tahlil qilinadi. Tadqiqot qandolatchilik nomlarining lingvistik tuzilishi, semantik xususiyatlari va madaniy kodlarini ochib berishga qaratilgan. Shuningdek, nomlash jarayonida jamiyatning estetik qadriyatlarini, madaniy xotirasi va global madaniyat ta'siri qanday namoyon bo'layotgani ilmiy asosda yoritiladi.

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi zamonaviy qandolatchilik nomlarining lingvistik va madaniy asoslarini aniqlash, ularning shakllanish omillari va funksional xususiyatlarini empirik ma'lumotlar asosida tahlil qilishdan iborat.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Qandolatchilik nomlarini ilmiy jihatdan o'rganish tilshunoslikda gastronomik diskurs va madaniy nominatsiya masalalari bilan chambarchas bog'liq. Lingvistik tadqiqotlarda ovqat nomlari, xususan shirinliklar nomlari ko'pincha madaniy semantika va milliy identitetning ifodasi sifatida talqin qilinadi. Tadqiqotchilar gastronomik leksikani til va madaniyatning kesishgan nuqtasida joylashgan hodisa sifatida baholaydilar.

Lingvomadaniy yondashuvga ko'ra, qandolatchilik nomlari jamiyatning estetik didi, tarixiy tajribasi va mentalitetini aks ettiradi. Masalan, an'anaviy shirinlik nomlari ko'pincha mahsulot tarkibi, tayyorlash usuli yoki marosimiy funksiyasi bilan bog'liq

bo'lsa, zamonaviy nomlar ko'proq emotsional va assotsiativ xarakterga ega bo'ladi. Bu esa nominatsiya jarayonida pragmatik omillarning kuchayganini ko'rsatadi.

Zamonaviy tadqiqotlarda globalizatsiya gastronomik leksikaga kuchli ta'sir ko'rsatayotgani ta'kidlanadi. Xalqaro tillardan kirib kelgan birliklar mahalliy til tizimiga moslashib, yangi semantik qatlam hosil qiladi. Shu bilan birga, ushbu jarayon madaniy identitet masalasini ham kun tartibiga olib chiqadi. Qandolatchilik nomlarida xorijiy leksikaning ko'pligi ayrim hollarda zamonaviylik va prestij ramzi sifatida qabul qilinadi.

Mahalliy tilshunoslikda gastronomik nominatsiya masalalari hali yetarli darajada tizimli o'rganilmagan. Ayrim tadqiqotlarda milliy taom nomlari yoritilgan bo'lsa-da, zamonaviy qandolatchilik nomlarining lingvistik va madaniy xususiyatlari alohida ilmiy obyekt sifatida kam tadqiq qilingan. Shu sababli mazkur tadqiqot mavjud ilmiy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot zamonaviy qandolatchilik nomlarining lingvistik va madaniy asoslarini aniqlashga qaratilgan empirik-lingvistik tadqiqot sifatida tashkil etildi. Tadqiqot dizayni sifat tahlili (qualitative) va miqdoriy umumlashtirish (quantitative) elementlarini birlashtirgan kompleks yondashuvga tayandi. Bu yondashuv qandolatchilik nomlarini nafaqat tavsiflash, balki ularning funksional va madaniy xususiyatlarini tizimli ravishda ochib berish imkonini berdi.

Empirik material sifatida 2022–2024-yillar oralig'ida to'plangan real qandolatchilik nomlari korpusi shakllantirildi. Korpusga O'zbekiston (Toshkent, Samarqand, Buxoro), shuningdek, xalqaro qandolatchilik tarmoqlari menyularidan olingan jami 420 ta zamonaviy qandolatchilik nomi kiritildi. Materiallar quyidagi manbalardan yig'ildi:

- qandolatchilik va kafelar menyulari;
- onlayn yetkazib berish platformalari;
- reklama bannerlari va ijtimoiy tarmoqlardagi rasmiy sahifalar;
- brend kataloglari va mahsulot tavsiflari.

Tadqiqotda bir nechta tahlil usullari qo'llanildi. Avvalo, leksik-semantik tahlil yordamida qandolatchilik nomlarining asosiy semantik turlari (deskriptiv, metaforik, madaniy-referensial, ekspressiv) aniqlashtirildi. Keyingi bosqichda nominativ-pragmatik tahlil orqali nomlarning iste'molchiga ta'sir etish mexanizmlari, ya'ni emotsional joziba, estetik baho va marketing funksiyalari o'rganildi.

Shuningdek, lingvomadaniy tahlil usuli asosida qandolatchilik nomlarida milliy madaniyat, tarixiy obrazlar, xorijiy madaniy kodlar va global diskurs unsurlari qanday ifodalanishi aniqlandi. Statistik umumlashtirish bosqichida nomlar semantik guruhlariga ajratilib, ularning foiz ko'rsatkichlari hisoblab chiqildi. Ushbu metodologiya tadqiqot natijalarining ishonchliligini ta'minlashga xizmat qildi.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari zamonaviy qandolatchilik nomlarining lingvistik va madaniy jihatdan murakkab, ko'p qatlamli tizim ekanini ko'rsatdi. Tahlil qilingan 420 ta nom quyidagi asosiy semantik guruhlariga ajratildi.

Birinchi guruhni metaforik va obrazli nomlar tashkil etdi. Ushbu guruhga kiruvchi nomlar umumiy korpusning taxminan 34 foizini tashkil qildi. Bunday nomlarda shirinlik ta'mi yoki shakli bevosita emas, balki hissiy-obrazli vositalar orqali ifodalanadi. Masalan, romantik, orzuviy yoki fantaziyaga asoslangan birliklar iste'molchida estetik zavq uyg'otishga xizmat qiladi.

Ikkinchi guruh deskriptiv (tavsiflovchi) nomlar bo'lib, ular korpusning 26 foizini tashkil etdi. Ushbu nomlar mahsulot tarkibi, tayyorlash usuli yoki asosiy ingredientlarni to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatadi. Bunday nomlar ko'proq an'anaviylik va ishonchlilikni ifodalashga xizmat qilishi aniqlandi.

Uchinchi guruh madaniy-referensial nomlardan iborat bo'lib, ular umumiy korpusning 21 foizini tashkil etdi. Bu guruhga tarixiy shaxslar, geografik nomlar, milliy ramzlar yoki mashhur madaniy obrazlarga ishora qiluvchi qandolatchilik nomlari kiritildi. Ushbu nomlar iste'molchida madaniy xotira va identitet bilan bog'liq assotsiatsiyalarni faollashtiradi.

To'rtinchi guruh xorijiy tillarga oid va transmadaniy nomlardan iborat bo'lib, ularning ulushi 19 foizni tashkil etdi. Bunday nomlar asosan ingliz, fransuz yoki italyan tilidan olingan bo'lib, zamonaviylik, prestij va global madaniyat bilan bog'liq ramziy ma'noga ega ekani aniqlandi.

Natijalar shuni ko'rsatdiki, zamonaviy qandolatchilik nomlarida sof informativ vazifadan ko'ra, emotsional-estetik va madaniy funksiyalar ustunlik qilmoqda.

MUHOKAMA

Olingan natijalar zamonaviy qandolatchilik nominatsiyasi til va madaniyatning faol o'zaro ta'siri mahsuli ekanini tasdiqlaydi. Metaforik va obrazli nomlarning yuqori ulushi shuni ko'rsatadiki, bugungi iste'molchi uchun shirinlik faqat ovqat emas, balki estetik tajriba sifatida ham qabul qilinmoqda. Bu esa qandolatchilik nomlarida ekspressivlik va obrazlilikning kuchayishiga olib kelmoqda.

Muhokama jarayonida aniqlanishicha, deskriptiv nomlar asosan an'anaviylikka yo'naltirilgan auditoriya uchun mo'ljallangan bo'lsa, madaniy-referensial va xorijiy nomlar zamonaviy, urban va yosh iste'molchilar ehtiyojiga mos keladi. Bu holat qandolatchilik nomlarining ijtimoiy differensiallashuvini ko'rsatadi.

Lingvomadaniy nuqtayi nazardan, zamonaviy qandolatchilik nomlarida milliy va global unsurlar uyg'unlashuvi yaqqol namoyon bo'lmoqda. Xorijiy nomlarning keng qo'llanishi global madaniyat ta'sirini ko'rsatsa-da, milliy ramzlar va tarixiy obrazlarga murojaat qilish madaniy identitetni saqlashga bo'lgan ehtiyojni aks ettiradi. Demak, qandolatchilik nominatsiyasi globalizatsiya va milliylik o'rtasidagi muvozanatni ifodalovchi diskurs sifatida qaralishi mumkin.

XULOSA

Mazkur tadqiqot zamonaviy qandolatchilik nomlarining lingvistik va madaniy asoslarini empirik materiallar asosida kompleks tahlil qildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, qandolatchilik nomlari oddiy nominativ birlik emas, balki madaniy, estetik va ijtimoiy ma'nolarni o'zida mujassamlashtirgan ko'p funktsiyali belgidir.

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy qandolatchilik nominatsiyasi quyidagi asosiy xususiyatlarga ega: metaforiklikning ustunligi, emotsional-estetik yo'nalish, madaniy kodlarning faolligi va global-milliy unsurlarning uyg'unlashuvi. Ushbu xususiyatlar qandolatchilik nomlarini tilshunoslik, madaniyatshunoslik va sotsiologiya kesishmasida o'rganish zarurligini ko'rsatadi.

Tadqiqot natijalari gastronomik diskursni o'rganish, lingvomadaniy tadqiqotlar va amaliy nominatsiya jarayonlarini tahlil qilish uchun ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Kelgusida ushbu yo'nalishda qandolatchilik nomlarini qiyosiy (tillararo) tahlil qilish, shuningdek, iste'molchi qabuliga ta'sirini eksperimental yo'l bilan o'rganish istiqbolli yo'nalishlardan biri bo'lishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика: Синонимические средства языка. — М.: Наука, 1974.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. — М.: Языки русской культуры, 1999.
3. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. — М.: Русские словари, 1996.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002.
5. Маслова В. А. Лингвокультурология. — М.: Академия, 2001.