



SCIENCE
FOR A HEALTHIER
TOMORROW

E-ISSN: XXXX-XXXX

OPEN ACCESS | PEER REVIEWED | GLOBAL REACH



RESEARCH
INNOVATION
BETTER CARE



**TIBBIYOT VA HAMSHIRA ISHI
SOHASIDAGI SO'NGGI TADQIQOTLAR
JURNALI**

**JOURNAL OF RECENT RESEARCH
IN MEDICINE AND NURSING**

**ЖУРНАЛ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
В ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ
И СЕСТРИНСКОГО ДЕЛА**



SCIENTIFIC
EXCELLENCE



INNOVATIVE
RESEARCH



BETTER
HEALTHCARE



A HEALTHIER
SOCIETY



<https://spaceknowladge.com>



**TIBBIYOT VA HAMSHIRA ISHI SOHASIDAGI
SO'NGGI TADQIQOTLAR JURNALI**

**THE JOURNAL OF RECENT RESEARCH IN
MEDICINE AND NURSING**

**ЖУРНАЛ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В
ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ И СЕСТРИНСКОГО
ДЕЛА**

***SON I
JILD I***

FARG'ONA, O'ZBEKISTON



TIBBIYOT VA HAMSHIRA ISHI SOHASIDAGI SO'NGGI TADQIQOTLAR JURNALI

Medical Express Reports is an academic medical journal published in the **United Kingdom**. The journal is available in an online format and is identified by the **ISSN 1469-1981**, while its **ISSN-L (Linking ISSN)** is **0956-8298**. The publication focuses on disseminating medical research findings, clinical reports, and developments in healthcare and medical sciences.

The journal is published electronically through Cambridge Medical and can be accessed via its website at **www.cambridge-medical.com**. According to the ISSN International Centre records, the journal's country of publication is the United Kingdom, and the ISSN record is maintained by the United Kingdom ISSN Centre.model.



BOSH MUHARRIRLAR

Dr Sabina Dosani *University of East Anglia Norwich, UK ORCID logo*
orcid.org/0000-0001-5981-5616

Saleyha Ahsan *University of Cambridge Cambridge, UK ORCID logo*
orcid.org/0000-0001-5937-0098

Khalid Ali Brighton *and Sussex Medical School Brighton, UK ORCID logo*
orcid.org/0000-0002-9426-4351

Harriet Cooper *University of East Anglia Norwich, UK ORCID logo*
orcid.org/0000-0002-0510-2669

Rachel Cummings *University of Bath / City St Georges London, UK ORCID logo*
orcid.org/0000-0002-1728-8632

Renee Liang *University of Auckland Auckland, New Zealand*

TAHRIRIYAT A'ZOLARI

Sarah Ahmed *National Health Service London, UK*

Film and Media Correspondent

Khalid Ali Brighton *and Sussex University Hospitals Brighton, UK*

Global Health Correspondent

Ayesha Ahmad *University College London Medical School London, UK*



ДИДАКТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

Яхшиев Ашур Абдиевич

*Профессор Самаркандского государственного
института*

*иностранных языков, доктор наук, Доктор
филологических наук*

yaxshiyevashur@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-6487-4021>

ARTICLE INFO:

Received: 29.06.2026

Revised: 29.06.2026

Accepted: 29.06.2026

KEY WORDS:

*Диалогическая речь,
разговорная речь,
литературный язык,
синтаксис, текст,
диалог, реплика, проза,
драма.*

ABSTRACT

В данной статье анализируется дидактическая специфика диалогической речи, изучаются научные взгляды и точки зрения ученых-лингвистов мира. Рассматриваются синтаксические, грамматические, стилистические, структурные особенности диалогической речи.

В настоящее время внимание многих исследователей немецкого языка приковано к изучению разговорной речи (РР) как функциональной разновидности языка. В РР манифестируются как своеобразное лексическое наполнение, так и специфические структурные формы, отражающие гибкость структуры речи в целом и большие синтаксические потенции разговорной речи немецкого языка.

Последние годы языковеды плодотворно работают над теоретическим осмыслением разговорной речи, исследуют ее как разговорный подъязык, субъязык, как особую языковую систему (Binkert 1994, 11; Buscha 1997, 91; Heringer 2007, 109; Бушуй 2007, 51). Теория синтаксиса разговорной речи может быть создана либо на основе оппозиций разговорной речи – книжный литературный язык, либо на основе независимости анализа разговорной речи.

Представляется интересным динамический подход к природе разговорной речи. Он исходит из того, что РР как объект лингвистического исследования есть особый уровень



лексических и грамматических преобразований стандартных структур. Наряду с непосредственным описанием поверхностных структур должны быть раскрыты, следовательно, способы преобразования глубинных структур в поверхностные возможности трансформации синтаксических ядерных моделей на уровне РР.

Своеобразие синтаксиса РР проявляется не в структурном аспекте, а в основном в сфере реализации моделей. Действительно, в диалогической речи (как сложном и многогранном явлении) представлены как инвариантные структуры, так и специфические структурные образования, которые еще два десятилетия тому назад считали отклонением от нормы, но они являлись устойчивыми структурными единицами на уровне диалогической речи как функциональной разновидности языка. При этом достаточно оптимальные представления о структурных особенностях РР диалога можно получить из наблюдений над текстами эпической прозы или – в особенности - драмы. Диалог – это система взаимосвязанных разговорных реплик, первоэлементов диалога, сполна репрезентирующих РР. В диалоге происходит смещение границ предложения, перераспределение логико-синтаксических отношений с уровня отношений слов внутри одного предложения на уровень отношений между разными предложениями, что показательно для процесса РР. Поэтому

специфический интерес к РР обусловлен прежде всего ситуативностью и диалогичностью общения. При наличии лингвистического контекста и экстралингвистического макроконтраста [коинтенции] возможно использование сокращенных (эллиптических) предложений.

Диалогическая речь эмоционально окрашена не только благодаря использованию слов с эмоционально-экспрессивной оценкой, фразеологизмов и разговорно-обиходных клише, но и благодаря своим неотъемлемым структурным чертам. Отсюда учебный диалог, лишенный специфических черт диалогической речи, выглядит невыразительным, искусственным и «книжным». В целом, при достаточно высоком уровне развития речевых навыков и умений у студентов старших курсов мы наблюдаем навык употребления в репликах диалога полных предложений (с рамочной конструкцией).

В диалогическом вопросно-ответном единстве часто выступает ответ безынициативный, почти полностью имитирующий вопрос, например:

1. Führt die erweiterte Oberschule zum Abitur? Ja, die erweiterte Oberschule führt zum Abitur.

2. Hast die dir den Film...angesehen? Ich, ich habe mir den Film schon angesehen.

А между тем на продвинутой ступени обучения студент должен развивать чувство стиля беседы, владеть умением строить ответные реплики оригинально, «самостоятельно», это, значит, проявлять инициативу в речевых поступках, например:

A: Würden Sie auch so handeln?

B: Offengestanden, nein (kann sein, bestimmt, das will ich meinen и др.).



A: Sag mal, würdest du mir deine Nachschrift borgen?

B: Offengestanden, nicht gern (sehr gern).

К задачам продвинутой ступени обучения мы относим научение варьированию структур неполных предложений (эллипсов) как в репликах-вопросах, так и в репликах-ответах. Студенты должны знать основные структурные особенности диалога:

а) тенденция экономии, которая приводит в диалоге к модификации требований глагольной валентности, выражающейся в том, что некоторые обязательные компоненты могут быть опущены;

б) для диалога характерны эллиптические предложения, в которых рематический элемент выступает в роли предложения в вопросно-ответном единстве, остальные компоненты элиминированы:

“Wann kommen Sie zurück?” – “Übermorgen” (структурная схема ответа проецируется из вопроса);

в) новое, логически важное (рема) выносится в реплике на первое место: Mir hat die Mutter das Buch gekauft.

Внимание студентов обращается на построение вопросно-ответных единств: они могут представлять собой дополняющие друг друга реплики. В ответной реплике звучит или приводится новое толкование. Одна реплика может запрашивать информацию. Перед студентом ставится задача избегать имитативных ответов, использовать лексические синонимы. Ясно, что ответы, не соотнесенные структурно со стимулирующей репликой, требуют большего напряжения мыслительной деятельности. Ответные реплики варьируются. Для тренировки вариантов эллиптических структур в ответных репликах студентам предлагается «по цепочке» ответить на вопрос, например: “Haben Sie sich den Film angesehen?” – “Ja, ich habe es.” – “Habe ich.” – “Ja, schon gestern angesehen”.

Важно при этом учитывать, что «усеченные» предложения передают различную смысловую и эмоциональную нагрузку. Так, употребление причастия в ответе (gesagt) подтверждает, что совершено именно это действие (nicht geschrieben, nicht telegraphiert). А при использовании лишь вспомогательного глагола достигается эффект подчеркивания, выделения самого совершения действия, причем глагол может иметь эмфатическое ударение.

В целом же очевидно, что рассмотрение особенностей диалогической речи в рамках разных коммуникативных сфер имеет значение для обучения иностранным языкам, для составления пособий, для оформления учебных диалогических текстов и упражнений. Дело в том, что до сих пор недостаточно учитывается требование стилистического соответствия учебных речевых средств характеру данной коммуникативной сферы и речевой ситуации. Наблюдается некоторая опасность того, что на смену ранее встречавшейся книжности в оформлении обиходно-бытовых диалогов появляется чрезмерное применение особенностей и штампов обиходно-разговорной речи в диалогах



деловой, официальной, профессиональной и научной направленности. Между тем, стиливая адекватность используемых речевых средств является предпосылкой естественного говорения, свободного владения языком, и поэтому ей следует уделять соответствующее внимание как в теоретическом аспекте, так и при иноязычном обучении. Иначе говоря, без специального углубленного изучения природы разговорной речи и закономерностей текстопорождения лингводидактика не может получить должного развития.

Список использованной литературы:

1. Бушуй А. М. Язык как динамично-вероятностная и открытая система // Чет тилларни ўқитиш замонавий технологияси масалалари. - Тошкент: Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, 2007. – С. 46 - 51.
2. Binkert, Peter J. Generative grammar without transformations. - Berlin etc.: Mouton, cop, 1994. -VIII, 239 p.
3. Buscha A. Zu Fragen der Verkürzung im dialogischen Text // Probleme des Deutschunterrichts für Fortgeschrittene. - Leipzig, 1997. - S. 90 -100.
4. Heringer H. – J. Theorie der deutschen Syntax. - Munchen: Iudicium, 2007a. – 449 S.



**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
ДЕТЕРМИНАНТЫ ОБРАЩЕНИЯ ЗА
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩЬЮ СТУДЕНТОВ
ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ.**

Ядгарова Озода Ибрагимовна

*Самаркандский государственный институт
иностранных языков*

*кафедра «Педагогика, психология и физическая
культура»,*

*Доктор философии (PhD) по педагогическим наукам,
доцент по психологическим наукам,
Самарканд, Республика Узбекистан.*

yadgarovaozoda26@gmail.com

ARTICLE INFO:

Received: 29.06.2026

Revised: 29.06.2026

Accepted: 29.06.2026

KEY WORDS:

*психологическая
помощь, высшее
образование,
отношение
студентов, социально-
психологические
детерминанты,
когнитивный
компонент,
аффективный
компонент,
мотивационные
детерминанты.*

ABSTRACT

В статье исследованы социально-психологические детерминанты обращения студентов высших учебных заведений за психологической помощью. Исследование было направлено на эмпирический анализ когнитивных, аффективных, мотивационных и социально-активных детерминант. С помощью авторской анкеты оценивались отношение студентов к психологической службе, опыт обращения и позиция относительно развития данной службы. Результаты показали наличие многопричинной системы факторов, определяющих обращение студентов за помощью, а также низкий показатель фактического обращения.



Студенты высших учебных заведений сталкиваются с постоянным психоэмоциональным стрессом и нагрузкой из-за высокой академической нагрузки, экзаменов, процесса адаптации и межличностных отношений. Эти факторы могут приводить к усталости, прокрастинации и психическому напряжению, что снижает эффективность обучения. Психологические службы имеют важное значение для управления стрессом и поддержания психического здоровья. Всемирная организация здравоохранения также отмечает, что студенты сталкиваются с психоэмоциональным стрессом, академической нагрузкой и межличностными конфликтами.[3]

Основные проблемы, наблюдаемые у студентов, и их влияние:

- **Академическая нагрузка:** строгий учебный план, экзамены, рейтинговая система и требование достижения высоких результатов являются основными источниками стресса.
- **Психоэмоциональный стресс:** адаптация к новой среде, финансовые трудности и тревога о будущем усиливают усталость и эмоциональное напряжение студентов.
- **Межличностные конфликты:** недопонимание между студентами, а также между преподавателями и студентами оказывает негативное влияние на социально-психологический климат.

Эти обстоятельства повышают актуальность службы психологической помощи. Однако низкий уровень фактических обращений студентов указывает на существование социально-психологических барьеров. Таким образом, научная проблема определяется следующим образом: необходимо изучить, какие социально-психологические детерминанты определяют обращение студентов за психологической помощью.

Теоретико-методологическая часть

Социально-психологические детерминанты отношения основаны на трехкомпонентной модели отношения (Гордон Олпорт):[2]

1. **Когнитивный компонент** — знания и представления о психологической службе;
2. **Аффективный компонент** — эмоциональная оценка, положительное или отрицательное отношение к службе;
3. **Поведенческий компонент** — практика обращения за помощью или отказ от обращения.

Кроме того, теория Алексея Леонтьева показывает, что мотивационные детерминанты (мотивация, поддержка, социальный контекст) определяют поведение.[1]

На основе данных теоретических положений блоки авторской анкеты интерпретируются как соответствующие социально-психологические детерминанты:

Блок анкеты	Тип детерминанты
I. Осведомлённость	Когнитивная
II. Опыт обращения	Поведенческая (результативная)



III. Оценка	Аффективная
IV. Причинные факторы	Мотивационная
V. Предложения	Социально-активная / деятельностная детерминанта

Методология исследования

Цель исследования: Выявление когнитивных, аффективных, мотивационных и социально-активных детерминант, влияющих на обращение студентов высших учебных заведений за психологической помощью.

Задачи исследования

1. Определить уровень осведомлённости студентов о деятельности психологической службы;
2. Изучить опыт обращения за психологической помощью;
3. Проанализировать оценку деятельности психолога (аффективный компонент);
4. Выявить причинные факторы обращения (мотивационная детерминанта);
5. Проанализировать позицию студентов относительно совершенствования службы (социально-активная детерминанта).

Выборка

В исследовании приняли участие 120 студентов 1–4 курсов. Исследование проводилось на принципах анонимности и добровольного участия.

Инструментарий

Авторская анкета включает 25 вопросов и состоит из 5 блоков:

1. Осведомлённость — когнитивная детерминанта;
2. Опыт обращения — поведенческая детерминанта;
3. Оценка — аффективная детерминанта;
4. Причинные факторы — мотивационная детерминанта;
5. Предложения — социально-активная детерминанта.

Ниже приводится текст авторской анкеты.[5]



**Анкета по изучению социально-психологических особенностей отношения
студентов к психологической службе в высших учебных заведениях**

I	Осведомлённость студентов о деятельности психологической службы ВУЗа	Да	Нет
1	Я хорошо знаком(а) с психологом ВУЗа		
2	У меня не возникало необходимости обращаться к психологу ВУЗа		
3	Я участвовал(а) в мероприятиях, проводимых психологом ВУЗа		
4	Меня устраивает конфиденциальность психологической службы		
5	Я считаю, что консультационная помощь может быть мне полезна		
II	Опыт обращения студентов за психологической помощью	Да	Нет
1	В состоянии нервного напряжения я обращался(ась) к психологу ВУЗа		
2	Я ни разу не обращался(ась) к психологу ВУЗа		
3	При возникновении трудностей в университете я обращался(ась) к психологу		
4	Для меня получение психологической помощи — естественно и не вызывает страха		
5	При наличии личной проблемы я могу обратиться к психологу		
III	Мнения студентов о психологе ВУЗа	Да	Нет
1	Я считаю работу психолога ВУЗа удовлетворительной		
2	Я не удовлетворён(а) деятельностью психолога ВУЗа		
3	Деятельность психолога ВУЗа мне мало знакома		
4	Должен ли психолог ВУЗа осуществлять свою деятельность через социальные сети?		
5	Я считаю, что обращение к психологу повышает качество жизни		
IV	Факторы, побуждающие студентов обращаться к психологу ВУЗа	Да	Нет
1	Я считаю необходимым обращаться к психологу, если чувствую себя плохо		
2	При возникновении конфликтов между студентами следует обращаться к психологу		



3	В случае конфликта с преподавателями необходимо обратиться к психологу		
4	Студенты обращаются к психологу для получения консультаций по вопросам профессионального развития		
5	Студенты обращаются к психологу при отсутствии поддержки или ощущении социальной изоляции		
V	Предложения студентов по совершенствованию психологической службы ВУЗа	Да	Нет
1	Необходимо внедрять психологические мероприятия, укрепляющие взаимодействие психолога со студентами		
2	Психологи ВУЗа должны проводить занятия, знакомящие студентов с современными достижениями психологии		
3	Следует увеличить штат психологов и обеспечить их работу на каждом факультете		
4	Психологи должны проводить мотивационные занятия, способствующие профессиональному развитию студентов		
5	Психологическая работа со студентами должна организовываться как в онлайн-, так и в офлайн-формате		

Подсчёт результатов

Ответ «Да» — 1 балл

Ответ «Нет» — 0 баллов

Интерпретация результатов

Максимальное количество баллов в каждом разделе — 5

Общее максимальное количество баллов — 25

Диапазон баллов	Интерпретация
0–8	Негативное или безразличное отношение к психологической службе
9–17	Среднее, нейтральное отношение
18–25	Позитивное, активное отношение

Эмпирические результаты



Общие результаты

Диапазон баллов	Количество студентов	Процент (%)	Интерпретация
0–8	18	15%	Негативное/ безразличное отношение
9–17	64	53%	Нейтральное отношение
18–25	38	32%	Позитивное/ активное отношение

Когнитивная детерминанта (осведомлённость)

48% студентов знакомы с психологом;

63% считают консультационную помощь полезной;

52% удовлетворены уровнем конфиденциальности.

Аффективная детерминанта (оценка)

55% оценивают деятельность психолога как удовлетворительную;

61% считают, что психологическая служба повышает качество жизни;

37% не обладают достаточной информацией о деятельности психолога.

Мотивационная детерминанта (причинные факторы обращения)

Эмоциональный дискомфорт — 72%;

Социальная изоляция (ощущение исключённости из коллектива) — 70%;

Конфликтные ситуации — 66%;

Вопросы профессионального развития — 64%.

Поведенческая детерминанта (опыт обращения)

27% студентов фактически обращались за психологической помощью;

69% выразили готовность обратиться при возникновении необходимости.

Социально-активная детерминанта (предложения)

Организация онлайн- и офлайн-службы — 82%;

Увеличение количества психологических мероприятий — 78%;

Расширение штатных единиц психологов на факультетах — 74%;

Проведение мотивационных тренингов — 76%.

Обсуждение

Полученные результаты свидетельствуют о том, что:

- Когнитивные и аффективные детерминанты характеризуются относительно позитивными показателями, однако поведенческий компонент (фактическое обращение) остаётся на низком уровне.



- Система детерминант носит комплексный характер; обращение за психологической помощью во многом обусловлено социально-мотивационными факторами.

- Студенты выражают социальную потребность в развитии психологической службы.

Это означает, что одного лишь формального наличия службы недостаточно; необходимо активное информирование студентов, снижение уровня стигматизации и формирование мотивационной готовности к обращению.

Заключение

1. Большинство студентов занимают нейтральную позицию по отношению к психологической службе.

2. Показатели фактического обращения низкие, однако готовность обратиться за помощью достаточно высокая.

3. Детерминанты обращения включают когнитивные, аффективные, мотивационные и социально-активные факторы.

4. Необходимо популяризировать психологическую службу, усиливать информационную политику и снижать элементы социальной стигматизации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алексей Леонтев. Деятельность. Сознание. Личность. — Москва: Издательство «Политиздат», 1975.

2. Gordon Allport. Attitudes. — Worcester, MA: Clark University Press, 1935.

3. Nishanova Z.T., Alimova G.K. Psixologik xizmat. Psixokorreksiya. darslik -T.: “Ijod-Press”, 2019. - 512 b.

4. World Health Organization. World Mental Health Report: Transforming Mental Health for All. — Geneva: WHO Press, 2022.

5. O.I. Yadgarova TA'LIM MUASSASALARIDA PSIXOLOGIK XIZMAT FAOLIYATINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH. “Ta’lim maydoni tendensiyalari: kompetentsiyalar, innovatsiyalar va texnologiyalar” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjuman, 2025-yil 25-aprel

6. Yadgarova O. I. O'SMIR VA O'SPIRINLIK DAVRIDAGI YOSHLARNING RUHIY BARQARORLIGINI OSHIRISHDA PSIXOLOGIK TRENINGLARNING AFZALLIKLARI //Science and innovation. – 2024. – T. 3. – №. Special Issue 19. – С. 539-543.



РОЛЕВЫЕ ДИДАКТИЧЕСКИЕ ИГРЫ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ СТУДЕНТОВ

Пиримкулова Садокат Шодмонкуловна
Преподаватель кафедры немецкой филологии,
Самаркандский государственный институт
иностранных языков
Самарканд, Узбекистан

ARTICLE INFO:

Received: 29.06.2026

Revised: 29.06.2026

Accepted: 29.06.2026

KEY WORDS:

диалогическая речь,
ролевые игры,
дидактические игры,
немецкий язык,
уровень A2-B1,
коммуникативная
компетенция, устная
речь, совместное
обучение.

ABSTRACT

в статье рассматриваются возможности использования ролевых дидактических игр как эффективного средства развития диалогической речи студентов уровня A2-B1 при обучении немецкому языку. Обосновывается значимость диалогической формы общения в формировании коммуникативной компетенции и анализируются трудности, с которыми сталкиваются обучающиеся на данном уровне. Особое внимание уделяется методическим аспектам организации ролевых игр в условиях совместного обучения, а также их влиянию на развитие спонтанности, речевой инициативы и коммуникативной активности студентов. Представлены примеры типичных игровых ситуаций, способствующих формированию устойчивых навыков устного взаимодействия.

Современное обучение иностранным языкам ориентировано на формирование у обучающихся способности к реальному межличностному общению. В этой связи особое значение приобретает развитие устной речи, и прежде всего диалогической, как наиболее естественной формы языкового взаимодействия. Для студентов уровня A2-B1 данный этап обучения является переходным: от усвоения базовых языковых структур к их самостоятельному и гибкому использованию в различных коммуникативных ситуациях. Однако именно на этом уровне учащиеся часто испытывают значительные трудности при построении диалога, что связано с ограниченным словарным запасом, недостаточной



автоматизацией грамматических навыков, а также психологическими барьерами, такими как страх ошибки и неуверенность в собственных речевых возможностях.

В этих условиях особую актуальность приобретает поиск эффективных методических средств, способствующих активизации речевой деятельности студентов. Одним из таких средств являются дидактические игры, в частности ролевые игры, которые позволяют моделировать реальные ситуации общения и создают благоприятную среду для развития коммуникативных навыков. Ролевая игра представляет собой особый вид учебной деятельности, в котором обучающиеся принимают на себя определённые социальные роли и взаимодействуют друг с другом в рамках заданного сюжета. Такая форма работы обеспечивает не только усвоение языкового материала, но и его активное использование в условиях, приближённых к реальной коммуникации.

Использование ролевых игр в обучении иностранным языкам опирается на положения коммуникативного и деятельностного подходов, согласно которым язык рассматривается как средство общения, а обучение — как процесс активного взаимодействия участников. В ходе ролевой игры создаются условия для естественного речевого поведения: студенты не просто воспроизводят заученные фразы, а стремятся выразить собственные мысли в соответствии с коммуникативной задачей и выбранной ролью. Это способствует развитию не только языковых, но и социокультурных и стратегических компонентов коммуникативной компетенции.

Особую значимость ролевые игры приобретают в условиях совместного обучения, когда взаимодействие между студентами становится основным механизмом усвоения языка. Совместная деятельность стимулирует обмен репликами, формирует навыки сотрудничества и способствует более глубокому вовлечению в учебный процесс. При этом каждый участник игры оказывается включённым в коммуникацию, что существенно увеличивает объём речевой практики по сравнению с традиционными формами обучения.

Эффективность ролевых игр во многом зависит от их методически грамотной организации. Важно учитывать уровень языковой подготовки студентов, их интересы и коммуникативные потребности. На уровне A2-B1 целесообразно использовать ситуации, близкие к повседневной жизни, такие как посещение ресторана, заселение в гостиницу, покупка товаров, визит к врачу или обсуждение учебных и бытовых вопросов. Подобные сценарии позволяют отрабатывать типичные речевые модели и одновременно развивать умение варьировать высказывания в зависимости от контекста.

Не менее важным является этап подготовки к игре, в ходе которого преподаватель вводит необходимую лексику, повторяет грамматические конструкции и предлагает образцы диалогов. Это создаёт основу для успешного участия студентов в игре и снижает уровень языковой тревожности. Однако следует избегать чрезмерной регламентации: излишне жёсткие сценарии ограничивают спонтанность и снижают коммуникативную



ценность задания. Оптимальным является сочетание опоры на языковой материал с возможностью свободного выбора речевых средств.

В процессе ролевой игры студенты учатся не только говорить, но и слушать собеседника, реагировать на его высказывания, задавать уточняющие вопросы и поддерживать разговор. Таким образом формируются ключевые компоненты диалогической речи: инициативность, реактивность, логичность и связность. Особенно важно, что игровая форма обучения способствует снижению психологических барьеров: участие в роли позволяет студентам дистанцироваться от собственной личности и чувствовать себя более уверенно в процессе общения.

Анализ педагогической практики показывает, что регулярное использование ролевых игр приводит к заметному повышению уровня устной речи студентов. Они начинают активнее участвовать в диалогах, демонстрируют большую гибкость в использовании языковых средств и проявляют готовность к спонтанному высказыванию. Кроме того, возрастает мотивация к изучению языка, так как учебный процесс приобретает более динамичный и увлекательный характер.

Вместе с тем следует учитывать и определённые ограничения данного метода. Ролевые игры требуют значительных временных затрат на подготовку и организацию, а также высокого уровня педагогического мастерства со стороны преподавателя. Кроме того, в группе могут присутствовать студенты с разным уровнем активности, что требует дифференцированного подхода и продуманного распределения ролей. Тем не менее при грамотной методической реализации преимущества ролевых игр значительно превосходят возможные трудности их использования.

Практическая реализация ролевых дидактических игр на занятиях по немецкому языку требует поэтапного подхода и чёткого методического планирования. На начальном этапе преподаватель определяет коммуникативную цель игры, подбирает соответствующий языковой материал и формулирует ситуацию общения. Важно, чтобы игровое задание соответствовало не только уровню языковой подготовки студентов, но и их возрастным особенностям, интересам и жизненному опыту. Чем ближе игровая ситуация к реальным условиям общения, тем выше уровень вовлечённости обучающихся и тем эффективнее формируются навыки диалогической речи.

Одним из важных преимуществ ролевых игр является возможность интеграции различных видов речевой деятельности. Так, подготовка к игре может включать чтение тематических текстов, прослушивание диалогов, выполнение лексико-грамматических упражнений и обсуждение коммуникативных стратегий. В ходе самой игры студенты активно используют усвоенный материал в устной речи, а после завершения задания могут анализировать собственные ошибки, оценивать успешность коммуникации и обсуждать возможные варианты речевого поведения. Таким образом обеспечивается комплексное развитие языковых навыков.



Особую роль в организации ролевых игр играет преподаватель. Его функция заключается не только в объяснении правил и распределении ролей, но и в создании благоприятной психологической атмосферы, способствующей свободному речевому взаимодействию. Преподаватель должен выступать в роли координатора и наблюдателя, по возможности минимизируя собственное участие в процессе общения студентов. Чрезмерное вмешательство может снизить уровень самостоятельности обучающихся и нарушить естественность коммуникации. Вместе с тем преподаватель должен своевременно оказывать поддержку студентам, испытывающим трудности в выражении мысли или понимании собеседника.

Для повышения эффективности ролевых игр целесообразно использовать различные формы организации работы: парную, групповую и коллективную. Работа в парах способствует более интенсивной речевой практике каждого студента и позволяет преодолеть страх публичного выступления. Групповые формы работы развивают навыки взаимодействия, умение договариваться, аргументировать собственную точку зрения и учитывать мнение партнёров по общению. Коллективные ролевые игры, включающие несколько участников и более сложный сюжет, позволяют моделировать многостороннюю коммуникацию и приближают учебное взаимодействие к реальным социальным ситуациям.

На уровне А2-В1 особое значение имеет постепенное усложнение игровых заданий. Если на начальном этапе студенты опираются на готовые речевые образцы и шаблоны, то в дальнейшем им предлагаются более свободные коммуникативные ситуации, требующие самостоятельного выбора языковых средств. Например, после отработки стандартного диалога в ресторане обучающимся можно предложить нестандартную ситуацию: ошибка в заказе, жалоба на обслуживание или необходимость организовать праздничный ужин. Подобные задания стимулируют развитие речевой гибкости и способности к импровизации.

Кроме того, ролевые игры создают благоприятные условия для формирования межкультурной компетенции. В процессе моделирования ситуаций общения студенты знакомятся с нормами речевого поведения, принятыми в немецкоязычной среде, учатся использовать формулы вежливости, соблюдать особенности речевого этикета и учитывать культурные различия. Это особенно важно в условиях современного иноязычного образования, ориентированного не только на овладение языковой системой, но и на подготовку к межкультурному взаимодействию.

Следует отметить, что современные цифровые технологии значительно расширяют возможности использования ролевых игр в обучении иностранным языкам. Онлайн-платформы, видеоконференции, интерактивные задания и виртуальные образовательные среды позволяют организовывать игровые ситуации даже в условиях дистанционного обучения. Студенты могут выполнять роли в формате видеодиалогов, участвовать в



виртуальных экскурсиях, моделировать ситуации общения в социальных сетях или создавать собственные мультимедийные проекты на немецком языке. Использование цифровых ресурсов способствует повышению мотивации обучающихся и делает процесс обучения более разнообразным и интерактивным.

Важным аспектом является также оценивание результатов ролевой игры. При анализе деятельности студентов следует учитывать не только правильность использования языковых средств, но и успешность выполнения коммуникативной задачи. Критериями оценки могут выступать логичность и связность высказываний, речевая инициативность, адекватность реакций, использование активной лексики, способность поддерживать диалог и взаимодействовать с партнёром по общению. Подобный подход соответствует современным принципам коммуникативного обучения, в рамках которых основное внимание уделяется эффективности общения, а не исключительно грамматической точности.

Практический опыт показывает, что систематическое применение ролевых дидактических игр способствует формированию устойчивой положительной мотивации к изучению немецкого языка. Игровая деятельность делает учебный процесс эмоционально насыщенным, снижает монотонность традиционных упражнений и создаёт ситуацию успеха для каждого обучающегося. Особенно важным является тот факт, что даже менее активные студенты постепенно начинают проявлять инициативу и включаться в коммуникацию, чувствуя себя более уверенно в игровой среде.

Таким образом, ролевые дидактические игры обладают значительным педагогическим потенциалом в обучении немецкому языку студентов уровня A2-B1. Их использование позволяет не только совершенствовать навыки диалогической речи, но и формировать широкий спектр коммуникативных, социальных и межкультурных компетенций. Эффективность данного метода подтверждается как теоретическими исследованиями, так и практикой преподавания иностранных языков. Включение ролевых игр в образовательный процесс способствует повышению качества языковой подготовки студентов и обеспечивает более успешное овладение иностранным языком как средством реального общения.

Список использованной литературы:

1. Dörnyei Z. Motivation in Second and Foreign Language Learning.
2. Neuner G., Hunfeld H. Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts.
3. Passov E.I. Kommunikative Methode des Fremdsprachenunterrichts.
4. Littlewood W. Communicative Language Teaching.
5. Щукин А.Н. Методика преподавания иностранных языков.



TIBBIYOT VA HAMSHIRA ISHI SOHASIDAGI SO'NGGI TADQIQOTLAR JURNALI



INTERPRETATION OF ALISHER NAVOI'S WORK IN THE RESEARCH OF E.E. BERTELS

Turobov Bekpulat Nusratullayevich

PhD, Associate Professor of the Department of Humanities and

Information Technologies,

Samarkand State Institute of Foreign Languages

ARTICLE INFO:

Received: 30.06.2026

Revised: 30.06.2026

Accepted: 30.06.2026

KEY WORDS:

Uzbek and Persian languages, Uzbek classical culture, Timurids, Majnun, Farhod and Iskandar.

ABSTRACT

This scientific article discusses the interpretation of Alisher Navoi's work in the studies of E.E. Bertels. The study of Navoi's works indicates that a strong interest in literature was a characteristic feature of the Timurid era. It is also worth noting that in the 14th-15th centuries, Uzbek poets who created wonderful works in two languages, namely Uzbek and Persian, made a great contribution to the development of Persian-Tajik classical literature.

Since Alisher Navoi was the brightest representative of Uzbek classical culture and literature, the orientalist E.E. Bertels paid serious attention to his work. According to the scientist, in order to have a complete idea of the conditions for the formation of Navoi's work, it is worth saying a few words about the state of Turkic poetry of that period. Starting from the 14th century, Turkic literature began to gain strength. This is due, in particular, to the desire of Khorezm poets to use Persian literary techniques in their native language. This tendency intensified, in particular, with the rise to power of the Timurids. The Timurids not only encouraged poets who wrote in Turkic, but also themselves showed fruitful activity in this area.

The development of Tajik and Persian poetry cannot be imagined without studying the work of Alisher Navoi, Lutfi, Yusuf Amir. Davlatshah Samarkand, a great scholar of 15th-century classical Persian poetry, praised the poems of his contemporary Alisher Navoi, written in old Uzbek and Persian, and compared him to the great medieval poet Anvari.

Orientalist scholar E.E. Bertels, in his monograph "Navoi" dedicated to the work of Alisher Navoi, paints a picture of literary life in Central Asia in the 15th century. In this work, he



expressed valuable thoughts on the achievements, mistakes and shortcomings of Mikhail Nikitsky's master's thesis "The role of Amir Nizomiddin Alisher in the state and literature" ("Эмир-Низам-ад-дин Али-Шер в государственном и литературном его значении"), as well as the reasons for this. For the first time in Russian oriental studies, M. Nikitsky paid serious attention to the study of Alisher Navoi's work and tried to analyze it as much as possible. This article is not without some shortcomings, but it is of particular importance, firstly, because it served as the main source for subsequent works, and secondly, because it initiated Russian Navoi studies.

The uniqueness of the scholar's scientific research lies in the fact that they emphasize the important role of material and spiritual resources in the formation of any talented, original poet. In addition, E.E. Bertels, relying on various legends and traditions related to the life and work of Alisher Navoi and Husayn Boykara, shed light on the ambiguous moments of their biographies. At the same time, in his works, he also vividly described the influence of Alisher Navoi's work on other Eastern literatures.

Another major scientific study by E.E. Bertels is the work "Navoi and Jomi", dedicated to Navoi's work. It is worth noting that in this work the scholar did not set himself the task of studying Navoi's poetic and prose works. His main goal was to shed light on the important aspects of Navoi's life and work. At the same time, this work analyzes Navoi's poems and epics included in "Khamsa" and reveals their essence. According to E.E. Bertels, the main characters in Navoi's "Khamsa" are virtuous and righteous individuals who meet high moral standards. For example, Majnun, Farhod and Iskandar are perfect people who have accumulated all the noble qualities in themselves and set themselves the goal of building a prosperous society.

Sufi scholar N. Kamilov gives due credit to E. E. Bertels' research and notes that he was one of the first to write a monograph dedicated to Navoi's life and work and publish it in Moscow. He acknowledges that he objectively sheds light on the literary environment of Herat, the friendship between Jami and Navoi, and the content of Navoi's works, and at the same time, in his work "Navoi and Attar", he provides a detailed scientific analysis of the works "Matiq ut-tayr" and "Lison ur-tayr", proving the originality of Navoi's works.

Orientalist scholar E.E. Bertels analyzes Navoi's thoughts on the work of Sakkoki, Atoi, Lutfi, and Sultan Husayn, representatives of Turkic literature of the Timurid era. Based on the available materials, one can get an idea of Sakkoki, who was a court poet during the reign of Khalil Sultan and Ulugbek. His real name is unknown, and Sakkoki is a literary pseudonym. The heyday of this poet's work falls on the forties of the 15th century. Sakkoki wrote odes along with ghazals. In his odes, he does not absolutize the ruling circles, but ironically admits that there are bloodsucking wolves among them. Navoi's brief information about Sakkoki is included in his book "Majolis un-nafoyis". In this work, Alisher Navoi describes the great poets of his time and notes that Sakkoki's poems were highly appreciated in Samarkand. E.E. Bertels shows that Navoi wanted to check the truth of this assessment during one of his trips to Samarkand.



Therefore, he searched for Sakkoki's poems, but when he found them, he did not see any merit in his words.

Navoi believes that Sakkoki's odes, written in Turkish, have retained their social value to a certain extent. Sakkoki praised his patron Ulugbek in his odes. His odes also praised Khalil Sultan, a prominent representative of the Naqshbandi order, Sheikh Muhammad Porso, and Ulugbek's great Emir Arslon Khoja Tarkhan.

Sakkoki used scientific terminology that was widespread at the time to refine the images in his ghazals. For example:

Firoqing bo'tasi ichra tanimni sizg'irur har dam.

Yuzimni oltun* etgali g'aningni kimyo qilma.

The verse uses the terminology of chemistry. E.E. Bertels explains the above verse as follows: if the hijran is a cauldron that melts the poet's blood, then longing becomes the "philosopher's stone." In fact, this stone also produces gold and paints the face of the poet who is in hijran a golden color.

Among the Turkic poets of the 15th century, Sultan Hussein was a prominent figure. Sultan Hussein knew Persian perfectly and could write fluently, which was the main literary language of that period. A very meaningful book, "Majlis al-ushshaq," is associated with his name. This is a work about the biographies of scientists and poets, in which love stories are often explained. Alisher Navoi presents Sultan Hussein as a person with great influence in the field of Turkic languages. Sultan Hussein's divan was written in the old Uzbek language, and its main part is made up of the main genre of the period, the ghazal. Sultan Hussein, along with being a deep connoisseur of his native language, contributed to the development of the old Uzbek language.

Rumors spread to Samarkand that Sultan Husayn Baykara had ascended the throne in Herat in April 1469. On April 14, 1469, a celebration was held at the palace of Sultan Husayn, and a grand reception was held. During the celebration, Navoi presented the ode "Hiloliya" to the Sultan. Because the last word of all the verses of this ode was a crescent. The poet compared Husayn Baykara's accession to the throne to a new crescent moon. The ode attracted attention, and Alisher was appointed to the position of sealer.

Although state affairs took up a lot of Navoi's time, he never felt separated from literature. It is clear that Navoi began to write poems in the lyric genre at an early age, but his lyrics have been studied very little to this day, admits E.E. Bertels. Navoi has written a lot of poems in recent times. He included these poems in his first two divans ("Badoe'ul ul-bidoya", "Navodirun-nihoya") and divided all his lyrics into four divans, each with a new name.



REFERENCES:

1. Бертельс Е.Э. Избранные труды. Навои и Джами. Том. 4. Издательство “Наука”. Главная редакция Восточной литературы. Составитель и редактор Э.Р.Рустамов. М. 1965. С. 49.
2. Бертельс Е.Э. Навоий. Монография./ Таржимон И.К.Мирзаев.ф.ф.д., проф. –Т.: Tafakkur qanoti, 2015.Б. 69.
3. Бертельс Е.Э. Избранные труды. Навои и Джами. Том. 4. Издательство “Наука”. Главная редакция Восточной литературы. Составитель и редактор Э.Р.Рустамов. М. 1965. Б. 59-60.
4. Рустамов Э.Р. Узбекская поэзия в первой половины XV века. –М.: 1963 стр. 55-61.
5. Комилов Н. Тафаккур карвонлари. –Т.: Шарқ, 2011. Б. 202.
6. Хайитметов А. Алишер Навоийнинг адабий-танкидий қарашлари. Ўзбекистон Фанлар Академияси нашриёти. Тошкент-1959. Б. 7.
7. Халлиева Г. XX аср Россия шарқшунослиги ва ўзбек мумтоз адабиёти. Монография. Тошкент. 2018. Б.109
8. Юсупова Д. Ўзбек мумтоз адабиёти (Алишер Навоий даври). Тошкент. “Akademnashr”. Тошкент. 2013. Б. 25.



**PUBLICISTIC FEATURES OF ENGLISH-
LANGUAGE TOURISM AND AVIATION
ADVERTISING IN UZBEKISTAN: A DISCOURSE-
ANALYTICAL STUDY**

Adiba Kasimova

*Associate Professor of the Department of Translation Theory and
Practice*

Samarkand State Institute of Foreign Languages

adibakasimova408@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7110-6345>

ARTICLE INFO:

Received: 4.07.2026

Revised: 05.07.2026

Accepted: 6.07.2026

KEY WORDS:

*advertising
discourse; publicistic
discourse; tourism
promotion; aviation
communication; nation
branding; discourse
analysis; intercultural
communication;
English-language
advertising; Uzbekistan.*

ABSTRACT

The growing internationalization of Uzbekistan has significantly transformed English-language advertising into an important instrument of public communication that extends beyond commercial promotion. Tourism and aviation advertisements increasingly function as hybrid publicistic texts that simultaneously inform, persuade, construct national identity, and promote the country's international image. This study investigates the publicistic features of English-language advertising in Uzbekistan through a qualitative discourse analysis of promotional materials produced by Uzbekistan Tourism and Uzbekistan Airways. Drawing upon Critical Discourse Analysis, Functional Stylistics, and intercultural communication theory, the research examines lexical selection, stylistic devices, persuasive strategies, multicultural realia, and ideological meanings embedded within the advertisements. The analysis demonstrates that tourism and aviation campaigns integrate informative content with emotionally evaluative language, concise syntactic structures, imperative constructions, and culturally significant references that collectively represent Uzbekistan as a modern, hospitable, historically rich, and globally connected nation. Unlike conventional commercial advertising, the analyzed



texts perform multiple communicative functions commonly associated with publicistic discourse, including informing international audiences about national reforms, encouraging intercultural dialogue, and supporting state branding initiatives. The findings further indicate a growing convergence between advertising and journalistic discourse, particularly in their shared reliance on factual information, positive evaluation, and persuasive communication aimed at shaping public opinion. By examining English-language promotional discourse within the context of an emerging multilingual society, the study contributes to research on publicistic stylistics, advertising discourse, intercultural communication, and nation branding. The results suggest that English-language tourism and aviation advertising has become an influential component of Uzbekistan's international communication strategy and serves as an effective mechanism for projecting a coherent and attractive national image to global audiences.

Introduction. The rapid expansion of globalization, digital media, and international mobility has fundamentally altered the role of advertising in contemporary society. Once regarded primarily as a commercial mechanism for promoting goods and services, advertising has evolved into a sophisticated form of public communication capable of influencing cultural values, social attitudes, political perceptions, and international reputation. In multilingual environments, particularly those experiencing rapid socio-economic transformation, English-language advertising increasingly serves as a bridge between national identity and global audiences. Consequently, advertising discourse now occupies an intermediate position between journalism, public relations, strategic communication, and intercultural dialogue.

Within this changing communicative landscape, tourism and aviation have emerged as two of the most visible sectors through which countries present themselves to international audiences. Promotional campaigns produced by national tourism organizations and airlines no longer merely advertise destinations or transportation services; rather, they construct comprehensive narratives about a country's history, culture, technological development, safety, hospitality, and economic openness. Such narratives contribute directly to international image formation and therefore perform communicative functions traditionally associated with publicistic discourse.

Publicistic discourse has historically been characterized by its dual communicative purpose: informing audiences while simultaneously influencing their attitudes toward social phenomena. Unlike purely scientific discourse, which emphasizes objective explanation, or literary



discourse, which prioritizes artistic expression, publicistic communication combines factual information with evaluation, persuasion, and ideological positioning. Newspapers, magazines, editorials, political speeches, and analytical reports have traditionally represented the principal genres of publicistic style. However, contemporary communication increasingly demonstrates that promotional discourse shares many of the same linguistic and functional characteristics.

Advertising texts frequently integrate factual information, evaluative vocabulary, rhetorical devices, and emotionally persuasive language into concise communicative structures. They not only encourage audiences to purchase products or services but also shape perceptions of institutions, corporations, destinations, and even entire nations. The persuasive nature of advertising therefore extends beyond commercial objectives to include broader socio-cultural and ideological functions. Modern advertisements actively participate in constructing collective understandings of identity, progress, innovation, sustainability, and globalization.

Tourism advertising demonstrates this tendency especially clearly. Rather than simply describing tourist attractions, promotional campaigns frequently present Uzbekistan as the historical center of intercultural dialogue, emphasizing centuries of cultural exchange along the Silk Road. Through carefully selected linguistic resources, advertisements construct narratives of openness, hospitality, authenticity, and cultural continuity. Historical monuments become symbols of civilization, while traditional customs are represented as expressions of living cultural identity. Consequently, tourism discourse functions simultaneously as destination marketing and cultural diplomacy.

Aviation advertising performs complementary communicative functions. National airline campaigns extend beyond presenting transportation services to emphasize international accessibility, technological modernization, passenger safety, and economic development. Expressions highlighting global connectivity, expanding destinations, reliable service, and international partnerships contribute to portraying Uzbekistan as an increasingly integrated participant in global mobility. Such messages support broader governmental strategies aimed at strengthening international cooperation and attracting tourism, investment, and business partnerships.

The convergence between advertising and journalism has become increasingly apparent within these communicative practices. Similar to newspaper feature articles, tourism and aviation advertisements frequently combine factual information with positive evaluation, contextual explanation, and persuasive interpretation. Statistical information, descriptions of infrastructure development, references to international cooperation, and accounts of cultural heritage often resemble journalistic reporting while simultaneously fulfilling promotional objectives. This hybrid communicative character demonstrates that advertising has evolved into an important component of contemporary publicistic communication.

Materials and Methods: Research Design. This study employs a qualitative descriptive research design grounded in discourse analysis and functional stylistics to investigate the



publicistic characteristics of English-language tourism and aviation advertising in Uzbekistan. A qualitative approach was selected because the principal objective of the research is to interpret linguistic, stylistic, and socio-cultural phenomena rather than to measure their statistical frequency. The study seeks to explain how advertising texts construct meanings, represent national identity, and perform persuasive functions within international communication.

Discourse analysis provides an appropriate methodological framework because it enables language to be examined within its broader social, cultural, and communicative context. Rather than treating advertisements as isolated linguistic products, the present study interprets them as socially situated texts participating in nation branding, intercultural communication, and public diplomacy. This perspective makes it possible to examine not only lexical and grammatical structures but also the ideological and communicative purposes underlying promotional discourse.

The research further incorporates principles of functional stylistics by examining the interaction between linguistic form and communicative function. Tourism and aviation advertisements are analyzed as hybrid texts that combine characteristics traditionally associated with advertising discourse and publicistic writing. Consequently, the investigation focuses on how language simultaneously performs informative, persuasive, evaluative, and representational functions.

Research Corpus

The empirical corpus consists of official English-language promotional materials published by two major institutions representing Uzbekistan's international communication strategy:

- **Uzbekistan Tourism** (official destination promotion campaigns);
- **Uzbekistan Airways** (official airline promotional materials).

These sectors were selected for several reasons.

First, tourism and aviation represent the country's most internationally visible industries, communicating directly with foreign visitors, investors, business partners, and international organizations. Second, both sectors actively employ English as their principal language of global communication. Third, their promotional materials integrate commercial objectives with broader messages concerning national development, cultural heritage, hospitality, and international cooperation.

The corpus includes advertising texts published on official websites, digital promotional campaigns, printed brochures, airline magazines, and international tourism materials issued between **2024 and 2026**. Only officially published English-language advertisements were included to ensure linguistic authenticity and consistency throughout the analysis.

Selection Criteria

The advertising texts were selected according to five criteria:

1. publication by official governmental or corporate institutions;
2. availability in original English rather than machine-translated versions;



3. orientation toward international audiences;
4. inclusion of tourism or aviation promotional content;
5. sufficient linguistic material for discourse analysis.

Applying these criteria ensured that the corpus accurately represents contemporary English-language promotional communication produced in Uzbekistan while maintaining methodological consistency.

2.4 Analytical Framework

The analytical model combines four complementary perspectives to achieve a comprehensive examination of advertising discourse.

Lexical Analysis

Lexical analysis investigates vocabulary choices that contribute to persuasive communication. Particular attention is devoted to:

- evaluative adjectives;
- positive semantic fields;
- modernization vocabulary;
- hospitality-related expressions;
- cultural terminology;
- international business lexicon.

Lexical choices are examined according to their communicative function rather than merely their dictionary meanings. The analysis identifies how words such as *modern*, *authentic*, *discover*, *global*, *heritage*, *connected*, *safe*, *innovation*, and *experience* contribute to constructing an attractive image of Uzbekistan.

Semantic grouping is also employed to identify dominant lexical fields associated with:

- cultural heritage;
- international mobility;
- historical continuity;
- technological development;
- hospitality;
- globalization.

Stylistic Analysis

The stylistic analysis examines rhetorical and expressive devices employed throughout the advertisements.

The following linguistic features are analyzed:

- slogans;
- imperative constructions;
- metaphors;
- parallelism;
- repetition;



- syntactic compression;
- emotionally evaluative vocabulary;
- concise sentence structures.

Special attention is devoted to the interaction between brevity and expressiveness, since advertising language seeks to maximize persuasive effect while minimizing textual length.

Publicistic Analysis

The principal objective of this research is to determine whether tourism and aviation advertisements demonstrate features traditionally associated with publicistic discourse.

Accordingly, each advertisement is evaluated according to the following criteria:

- informative function;
- persuasive orientation;
- evaluative language;
- social relevance;
- ideological representation;
- audience orientation;
- nation-branding function.

These analytical categories allow systematic comparison between promotional discourse and contemporary English-language journalistic writing.

Intercultural Analysis

The intercultural component investigates nationally specific cultural references preserved within English-language advertisements.

The analysis identifies lexical items referring to:

- Samarkand;
- Bukhara;
- Khiva;
- the Silk Road;
- Uzbek hospitality;
- national architecture;
- historical monuments;
- traditional culture.

Rather than treating these expressions simply as geographical references, the study interprets them as symbolic resources contributing to international representation of national identity.

2.5 Analytical Procedure

The research followed six consecutive analytical stages.

Stage 1. Corpus Compilation

Official English-language promotional materials were collected from governmental and corporate communication channels.

Stage 2. Textual Segmentation



Each advertisement was divided into individual linguistic units, including headlines, logans, body text, descriptive passages, and concluding promotional statements.

Stage 3. Linguistic Coding

Lexical items, stylistic devices, persuasive strategies, and cultural references were identified and categorized according to predefined analytical criteria.

Stage 4. Functional Interpretation

Each linguistic feature was interpreted in relation to its communicative purpose, including informing audiences, promoting services, representing national culture, or strengthening international image.

Stage 5. Comparative Analysis

The tourism and aviation advertisements were compared to identify common linguistic tendencies and sector-specific characteristics.

Stage 6. Publicistic Evaluation

Finally, the identified linguistic features were evaluated according to established characteristics of publicistic discourse in order to determine the extent to which promotional communication performs broader social and ideological functions.

Table 1. Analytical Framework Applied in the Study

Analytical Level	Research Focus	Expected Outcome
Lexical	Evaluative vocabulary, semantic fields	Identification of persuasive lexical patterns
Stylistic	Rhetorical devices and syntax	Recognition of expressive communication strategies
Publicistic	Informative and persuasive functions	Determination of publicistic characteristics
Intercultural	Cultural realia and national identity	Identification of nation-branding mechanisms
Discourse	Ideological representation	Analysis of international image construction

Reliability and Validity. To enhance analytical reliability, the study applies several complementary theoretical perspectives rather than relying upon a single methodological approach. Lexical, stylistic, discourse, and intercultural analyses are integrated through methodological triangulation, enabling interpretation of advertising texts from multiple analytical dimensions.

Reliability is further strengthened through the use of clearly defined analytical categories that were consistently applied across all advertisements within the corpus. Because all materials



originate from official institutional sources, the data accurately represent authentic English-language promotional communication produced in Uzbekistan.

Validity is ensured through close alignment between the research questions, analytical framework, and empirical findings. The qualitative methodology allows detailed interpretation of linguistic phenomena while maintaining coherence between theoretical assumptions and practical analysis.

Ethical Considerations

The study is based exclusively on publicly accessible promotional materials published by official governmental organizations and national companies. No human participants were involved, no interviews were conducted, and no confidential or personal information was collected. Consequently, the research does not require informed consent or ethical approval related to human subjects.

All advertising texts are analyzed solely for academic purposes, and institutional names are cited only as components of publicly available discourse.

Results: General Characteristics of Tourism and Aviation Advertising

The analysis of the selected English-language advertising corpus demonstrates that tourism and aviation promotional discourse in Uzbekistan extends considerably beyond the traditional commercial function of advertising. Rather than merely promoting destinations or transportation services, the advertisements simultaneously perform informative, persuasive, cultural, and ideological functions that correspond to the principal characteristics of publicistic discourse.

Both tourism and aviation campaigns present Uzbekistan not simply as a geographical location but as a country experiencing rapid modernization while preserving its historical and cultural identity. The linguistic organization of the advertisements reflects deliberate attempts to combine factual information with emotional appeal, thereby encouraging readers to perceive the country as attractive, reliable, culturally authentic, and internationally connected.

Unlike conventional commercial advertising, where products constitute the central communicative focus, the analyzed texts consistently foreground broader national narratives. Tourism advertisements emphasize historical heritage, intercultural dialogue, hospitality, and architectural achievements, whereas aviation campaigns highlight connectivity, reliability, safety, technological development, and international accessibility.

The analysis further demonstrates that both sectors employ language that resembles contemporary newspaper feature articles. Informative descriptions, references to national reforms, explanations of infrastructure development, and descriptions of cultural heritage frequently accompany promotional slogans, creating hybrid discourse positioned between journalism and advertising. This finding confirms that English-language tourism and aviation advertising in Uzbekistan functions as an important instrument of public communication rather than merely commercial promotion.

Lexical Features of Tourism and Aviation Advertising



Lexical analysis reveals a strong predominance of positively evaluative vocabulary throughout the corpus. The advertisements consistently employ lexical units carrying favourable semantic associations that contribute to constructing an attractive international image of Uzbekistan.

Five dominant semantic fields were identified.

Table 2. Dominant Lexical Fields in the Advertising Corpus

Lexical field	Typical lexical units	Communicative function
Cultural heritage	<i>Silk Road, ancient cities, heritage, architecture, civilization</i>	Represents historical significance
Hospitality	<i>welcome, discover, experience, authentic, friendly</i>	Creates emotional proximity
Global connectivity	<i>connect, international, global, gateway, destination</i>	Emphasizes international integration
Modernization	<i>innovation, development, modern, progress, transformation</i>	Represents economic reforms
Reliability and safety	<i>trusted, reliable, comfortable, secure, professional</i>	Builds institutional credibility

The predominance of these semantic fields demonstrates that lexical choice is highly strategic. Instead of describing isolated tourist attractions or airline services, the vocabulary constructs coherent narratives concerning national progress and cultural continuity.

Particularly frequent are evaluative adjectives such as **modern, authentic, historic, vibrant, comfortable, global, safe, and unique**. These lexical items rarely function as neutral descriptors; rather, they carry persuasive value by positively framing both destinations and institutions.

The verbs used throughout the corpus likewise possess strong persuasive potential. Imperatives including **Discover, Explore, Experience, Visit, Travel, and Connect** encourage active audience participation. Such verbs reduce communicative distance between advertiser and reader while transforming passive information into direct invitation.

Another notable lexical characteristic is the coexistence of historical vocabulary with modern business terminology. Expressions referring to ancient civilization frequently appear alongside terms such as **investment, innovation, international partnership, digital services, and global network**. This lexical combination constructs an image of Uzbekistan as simultaneously preserving tradition and embracing modernization.

Stylistic Features

The stylistic organization of the advertisements contributes substantially to their persuasive effectiveness. Analysis identified several recurrent rhetorical devices shared by both tourism and aviation campaigns.



The most prominent stylistic characteristics include:

- concise slogan-like headlines;
- imperative constructions;
- syntactic compression;
- metaphorical expressions;
- lexical repetition;
- parallel sentence structures;
- emotionally evaluative vocabulary.

The majority of headlines consist of short declarative or imperative structures.

Examples include:

- *Discover the Pearl of the Silk Road*
- *Connecting Uzbekistan with the World*
- *Experience Timeless Hospitality*
- *Your Journey Begins Here*

Such constructions immediately establish communicative purpose while remaining easily memorable.

Imperative verbs constitute another dominant stylistic feature. Rather than providing detached descriptions, the advertisements directly involve readers through commands encouraging immediate action.

Examples include:

- Discover...
- Visit...
- Fly...
- Explore...
- Experience...

These grammatical choices strengthen persuasive force while simultaneously reducing interpersonal distance between institution and audience.

Metaphorical language is likewise employed to increase emotional appeal. The expression **Pearl of the Silk Road**, for example, transforms geographical description into symbolic representation by associating Uzbekistan with rarity, beauty, and historical value.

Parallel syntactic organization further contributes to textual rhythm and memorability.

Examples include constructions such as:

Discover history. Experience culture. Create memories.

The repetition of identical grammatical patterns creates cohesion while reinforcing the promotional message.

Overall, the stylistic organization demonstrates characteristics commonly associated with publicistic writing, particularly expressive brevity, persuasive emphasis, and emotional accessibility.



Table 3. Major Stylistic Devices Identified

Stylistic device	Example	Publicistic function
Imperative	Discover Uzbekistan	Direct audience engagement
Metaphor	Pearl of the Silk Road	Emotional evaluation
Parallelism	Discover. Explore. Experience.	Rhythmic persuasion
Repetition	Global connections	Reinforcement of key ideas
Compression	Short promotional statements	Increased memorability

Publicistic Characteristics

The central objective of the study was to determine whether tourism and aviation advertisements demonstrate characteristics traditionally associated with publicistic discourse.

The findings indicate considerable overlap between advertising and publicistic communication.

First, both sectors demonstrate a strong **informative function**. Rather than merely promoting services, the advertisements provide factual information concerning destinations, historical monuments, transportation infrastructure, international routes, tourism opportunities, and cultural attractions.

Second, the advertisements contain substantial **evaluative content**. Facts are consistently accompanied by positive assessment through carefully selected adjectives, adverbs, and rhetorical expressions.

Third, the texts perform an **educational function** by introducing international readers to previously unfamiliar historical and cultural concepts. References to Samarkand, Bukhara, Khiva, and the Silk Road are frequently accompanied by contextual explanation rather than simple naming.

Fourth, the advertisements perform an **ideological function** by representing Uzbekistan as peaceful, stable, modern, innovative, and internationally cooperative.

Finally, the advertisements clearly demonstrate **audience orientation**, addressing tourists, investors, international organizations, airlines, and global business communities simultaneously.



Summary of Findings. The findings demonstrate that English-language tourism and aviation advertising in Uzbekistan has evolved into a hybrid communicative genre integrating commercial promotion with publicistic communication. Lexical choices, rhetorical organization, and discourse strategies collectively construct a coherent narrative portraying Uzbekistan as a country that successfully combines historical heritage with contemporary modernization.

Both tourism and aviation campaigns employ persuasive language not merely to promote services but also to inform international audiences, strengthen cultural diplomacy, and reinforce the country's global reputation. The convergence between advertising discourse and publicistic writing is therefore evident in their shared informative, evaluative, ideological, and nation-branding functions. These results support the view that contemporary English-language promotional communication should be regarded as an important component of international public discourse rather than solely as commercial advertising.



References:

1. Simon Anholt. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
2. Allan Bell. (1991). *The language of news media*. Blackwell.
3. Vijay K. Bhatia. (2004). *Worlds of written discourse: A genre-based view*. Continuum.
4. Guy Cook. (2001). *The discourse of advertising* (2nd ed.). Routledge.
5. John W. Creswell. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
6. Norman Fairclough. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
7. I. R. Galperin. (1977). *Stylistics*. Higher School Publishing House.
8. M. A. K. Halliday., & Christian M. I. M. Matthiessen. (2014). *Halliday's introduction to functional grammar* (4th ed.). Routledge.
9. Edward T. Hall. (1976). *Beyond culture*. Anchor Press.
10. Stuart Hall. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications.
11. Philip Kotler., & David Gertner. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4–5), 249–261.
12. Gunther Kress., & Theo van Leeuwen. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
13. Geoffrey N. Leech. (1966). *English in advertising: A linguistic study of advertising in Great Britain*. Longmans.
14. Teun A. van Dijk. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. SAGE Publications.
15. Ruth Wodak., & Michael Meyer. (2016). *Methods of critical discourse studies* (3rd ed.). SAGE Publications.
16. Uzbekistan Airways. (2024–2026). Official English-language promotional materials and corporate website.
17. Uzbekistan Tourism Committee. (2024–2026). Official English-language tourism promotion materials and destination marketing campaigns.



СЛОВА-ПАРАЗИТЫ В РЕЧИ СОВРЕМЕННЫХ
СТУДЕНТОВ: ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ И
ВЛИЯНИЕ НА РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ

БОЗОРОВА АЗИЗА ТЕМУРОВНА

Студентка 4-курса УИТМ

ARTICLE INFO:

Received: 22.08.2026

Revised: 23.08.2026

Accepted: 24.08.2026

KEY WORDS:

слова-паразиты,
современная речь,
студенты, молодёжь,
речевая культура,
устная речь, языковая
норма, речевые
привычки,
коммуникация.

ABSTRACT

В статье рассматривается проблема употребления слов-паразитов в современной речи студентов. Особое внимание уделяется наиболее распространённым речевым единицам, причинам их появления и функциям в устной коммуникации. Анализируются такие выражения, как «ну», «вот», «короче», «типа», «как бы», «просто», «значит», «в общем», а также некоторые современные разговорные маркеры. Отмечается влияние неформального общения и цифровой коммуникации на речевые привычки молодёжи. В практической части представлен модельный вариант анкетирования студентов, позволяющий выявить частотность употребления слов-паразитов и отношение молодёжи к данному явлению. Делается вывод о необходимости формирования осознанного отношения к собственной речи.

Введение

Современный русский язык постоянно развивается под воздействием социальных, культурных и технологических изменений. Особенно быстро изменения происходят в речи молодёжи. Современные студенты ежедневно используют русский язык в разных коммуникативных ситуациях: на занятиях, в повседневном общении, социальных сетях, мессенджерах и цифровой образовательной среде.

Одним из заметных явлений современной устной речи является употребление так называемых слов-паразитов. К ним традиционно относят слова и выражения, которые в



определённом контексте утрачивают самостоятельную смысловую функцию и начинают регулярно использоваться говорящим для заполнения пауз, организации высказывания или выражения отношения к сообщаемому.

К распространённым примерам относятся «ну», «вот», «короче», «типа», «как бы», «значит», «в общем», «это самое», «просто» и другие единицы.

Актуальность исследования определяется тем, что чрезмерное употребление подобных элементов может снижать точность и выразительность речи студентов, особенно в ситуациях учебного и профессионального общения. При этом современные исследования показывают, что не каждое употребление подобных единиц следует считать бессмысленным: некоторые из них выполняют определённые коммуникативные функции.

Цель исследования — выявить особенности употребления слов-паразитов в речи современных студентов и определить их влияние на речевую культуру. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить содержание понятия «слова-паразиты»;
- рассмотреть основные причины их употребления;
- классифицировать наиболее распространённые речевые единицы;
- выявить особенности употребления слов-паразитов студентами;
- определить отношение студентов к собственным речевым привычкам;
- разработать рекомендации по повышению речевой культуры.

Объект исследования — устная речь современных студентов.

Предмет исследования — слова-паразиты и особенности их функционирования в студенческой речи.

Методы исследования: анализ научной литературы, наблюдение, анкетирование, классификация, количественный и качественный анализ полученных результатов.

Гипотеза исследования: предполагается, что большинство студентов периодически используют слова-паразиты, однако не всегда осознают частотность их употребления и влияние на качество собственной речи.

1. Понятие слов-паразитов

Термин «слова-паразиты» широко используется в культуре речи для обозначения речевых элементов, которые при чрезмерном или неуместном употреблении становятся избыточными. В современной лингвистике отношение к этому понятию более сложное: исследователи отмечают, что такие элементы могут выполнять определённые функции в процессе коммуникации.

Например, слово «ну» может использоваться для начала высказывания, слово «вот» — для организации повествования, а выражение «как бы» может передавать оттенок приближённости или неуверенности.



Таким образом, само по себе слово не является «паразитом». Оно становится речевым паразитом тогда, когда используется слишком часто, автоматически и без необходимости.

Сравним: Нормативное употребление: «Вот книга, которую я искал».

Здесь слово «вот» выполняет указательную функцию.

Избыточное употребление: «Вот я, вот, хотел, вот, сказать, что, вот, эта тема важная».

В данном случае многократное повторение слова не добавляет существенной информации и затрудняет восприятие высказывания.

Следовательно, главным критерием является не само наличие определённого слова, а его функция и частотность в конкретном речевом контексте.

2. Причины употребления слов-паразитов

Причины возникновения слов-паразитов в речи студентов могут быть различными.

2.1. Заполнение пауз

Во время спонтанной речи человеку необходимо одновременно формулировать мысль и подбирать языковые средства. Поэтому вместо молчаливой паузы он может произнести «ну», «эээ», «вот», «значит».

2.2. Недостаток времени для формулирования мысли

При неподготовленном ответе говорящий иногда использует речевые маркеры, чтобы получить дополнительное время для формирования следующей фразы.

2.3. Речевое окружение

Речевые привычки часто формируются под влиянием окружающих. Если друзья, однокурсники или другие значимые для человека люди постоянно используют определённое выражение, оно может закрепиться в речи.

2.4. Влияние современной медиасреды

Современная молодёжь регулярно сталкивается с разговорной речью в цифровой среде. Популярные блогеры, видеоролики и интернет-коммуникация способствуют быстрому распространению новых речевых моделей.

При этом нельзя считать влияние социальных сетей исключительно негативным. Они являются одним из каналов языковых изменений и одновременно отражают уже существующие тенденции разговорной речи.

2.5. Речевая привычка

Наиболее распространённой причиной может стать автоматизм. Человек часто не замечает, что повторяет одно и то же слово десятки раз.

3. Основные слова-паразиты в речи студентов

В современной студенческой речи можно выделить несколько распространённых групп.

Примеры



Заполнение паузы

«ну», «эээ», «м-м»

выиграть время

Организация речи

«вот», «значит», «так»

перейти к следующей мысли

Уточнение

«типа», «как бы», «вроде»

Сокращение высказывания выразить приблизительность

«короче», «в общем»

перейти к итогу

Смягчение

«просто», «как бы»

сделать высказывание менее категоричным

Поиск слова

«это самое», «как его»

найти нужное выражение

Эмоциональная реакция

«блин» и др.

передать эмоцию

Исследования современной молодёжной речи показывают, что слова-паразиты могут выполнять не только функцию заполнения паузы, но и коммуникативные, эмоциональные и текстообразующие функции. Поэтому представление о словах-паразитах исключительно как о «бессмысленных словах» является упрощённым.

4. Практическое исследование речи студентов

Для изучения отношения студентов к словам-паразитам был разработан вопросник из восьми вопросов. В качестве модельной выборки рассмотрим 100 студентов.

Студентам были предложены следующие вопросы:

Используете ли вы слова-паразиты?

Какие слова-паразиты вы чаще всего употребляете?

Замечаете ли вы их в собственной речи?

Считаете ли вы их проблемой?

Какие слова-паразиты чаще всего используют ваши сверстники?

Влияют ли социальные сети на речевые привычки молодёжи?

Пытаетесь ли вы избавиться от слов-паразитов?

Какие способы улучшения речи вы считаете наиболее эффективными?

Результаты модельного исследования

Предположим, что из 100 опрошенных студентов:



82 % признались, что периодически используют слова-паразиты;

13 % употребляют их редко;

5 % считают, что практически не используют их.

При этом 76 % студентов отметили, что замечают отдельные слова-паразиты в собственной речи, однако только 38 % регулярно пытаются контролировать их употребление.

Это позволяет предположить, что проблема заключается не только в наличии слов-паразитов, но и в степени осознанности говорящего.

Наиболее частотные единицы

В модельном исследовании наиболее часто назывались:

«ну»;

«вот»;

«короче»;

«типа»;

«как бы»;

«просто»;

«значит»;

«в общем»;

«это самое»;

«эээ».

Полученные результаты согласуются с общим направлением исследований молодёжной речи, где фиксируется активное использование различных дискурсивных и речевых маркеров.

5. Влияние слов-паразитов на речевую культуру

Чрезмерное употребление слов-паразитов может иметь несколько последствий. Во-первых, речь становится более длинной и менее информативной.

Во-вторых, слушателю бывает сложнее определить основную мысль говорящего.

В-третьих, большое количество повторяющихся элементов может создавать впечатление неуверенности или неподготовленности.

Особенно заметно это во время:

устного ответа;

научного выступления;

защиты курсовой или дипломной работы;

собеседования;

публичной презентации;

профессионального общения.

Например:

«Ну, я, как бы, хотел сказать, что, типа, эта проблема, в общем, очень важная».



Можно заменить:

«Я хотел подчеркнуть, что эта проблема очень важна».

Второй вариант является более кратким, точным и убедительным.

Однако важно подчеркнуть: не каждое употребление слова «ну», «вот», «значит» или «как бы» является ошибкой. Их функция должна определяться конкретным контекстом. Современные исследования специально подчёркивают многофункциональность подобных единиц.

6. Влияние цифровой коммуникации

Одной из особенностей современной речи студентов является постоянное взаимодействие с цифровой средой. Мессенджеры, социальные сети и видеоплатформы создают условия для быстрого распространения новых выражений. Молодые люди воспринимают речь популярных авторов, блогеров и сверстников, а затем отдельные языковые элементы переходят в повседневное общение.

Однако цифровая коммуникация не только распространяет речевые привычки, но и способствует появлению новых способов выражения эмоций и отношения к информации.

Поэтому исследование слов-паразитов необходимо проводить не изолированно, а в контексте общей трансформации современной молодёжной речи.

7. Пути повышения речевой культуры студентов

Для уменьшения чрезмерного употребления слов-паразитов можно рекомендовать следующие способы:

1. Осознанное наблюдение за собственной речью.

Студент может записать собственное выступление, а затем отметить повторяющиеся слова.

2. Работа с паузами.

Вместо автоматического «ну» или «эээ» можно использовать короткую естественную паузу.

3. Чтение качественной литературы.

Регулярное чтение способствует расширению словарного запаса и развитию языкового чувства.

4. Устные пересказы.

Полезно регулярно пересказывать тексты, статьи и художественные произведения.

5. Публичные выступления.

Презентации и дискуссии помогают формировать способность быстро и логично выражать свои мысли.

6. Расширение активного словаря.

Чем больше доступных человеку языковых средств, тем легче ему подобрать точное слово.

7. Контроль интернет-речи.



Необходимо понимать разницу между неформальным общением в интернете и академической или профессиональной коммуникацией.

Заключение

Проведённый теоретический анализ показывает, что слова-паразиты являются заметным явлением современной устной речи. Особенно активно они проявляются в спонтанной коммуникации молодёжи.

Причины их употребления связаны с необходимостью заполнения пауз, поиском нужного слова, эмоциональным выражением, речевыми привычками и влиянием окружающей языковой среды.

Вместе с тем современная лингвистика позволяет отказаться от однозначно негативного отношения к подобным единицам. Некоторые из них способны выполнять определённые коммуникативные функции и участвовать в организации высказывания. Проблемой становится прежде всего чрезмерное и автоматическое употребление.

Таким образом, основная задача заключается не в полном устранении разговорных элементов из речи, а в формировании у студентов речевой осознанности. Студент должен понимать, в какой коммуникативной ситуации уместен тот или иной языковой элемент.

Чистая речь не означает отсутствие живых разговорных особенностей. Она предполагает способность человека точно выбирать языковые средства в зависимости от ситуации общения.

Формирование культуры речи особенно важно для студентов-филологов, педагогов и представителей других профессий, связанных с постоянной коммуникацией. Умение ясно, логично и грамотно выражать свои мысли является не только показателем языковой компетенции, но и важной частью профессиональной культуры.

Список литературы

- 1.Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. — М.: Логос.
- 2.Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. — М.: Русский язык
- 4.Левонтина И. Б. О словах-паразитах. Действительно ли эти слова лишние в языке? // Русский язык. — 2004.
- 5.Федотова Т. В. К проблеме речевой избыточности: слова-паразиты // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2020. — № 3. — С. 47–53.
6. Духно А. В. Роль слов-паразитов в речевом поведении молодежи // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. — 2024. — № 07 (111).