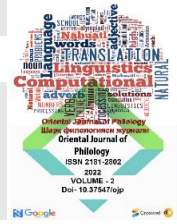


Oriental Journal of Philology**ORIENTAL JOURNAL OF PHILOLOGY**

journal homepage:

<http://www.supportscience.uz/index.php/ojp/about>**SEMANTIC ANALYSIS OF HALAL TOURISM UNITS IN THE LINGUISTIC
LANDSCAPE OF THE ARABIC LANGUAGE***Aygul U.Umurzakova**Doctoral student**Department of Arabic Studies**Tashkent State University of Oriental Studies*aygulumurzakova@gmail.com*Tashkent, Uzbekistan***ABOUT ARTICLE**

Key words: halal tourism, Arabic language, semantics, linguistic landscape, terminology, semantic field.

Received: 08.05.2

Accepted: 09.05.26

Published: 10.05.26

Abstract: This article analyzes the semantic features of units related to halal tourism in the linguistic landscape of the Arabic language. The study explores the content of the concept of “halal” and its process of expansion in modern tourism discourse. The semantic field of the main units related to halal tourism, their interrelations, as well as the phenomena of polysemy and synonymy are identified. The results of the analysis demonstrate that the terminology of halal tourism possesses a multi-layered semantic system and has not yet been fully standardized.

**ARAB TILI LISONIY MANZARASIDA HALOL TURIZM BIRLIKLARINING
SEMANTIK TAHLILI***Aygul U.Umurzakova**Tayanch doktorant**Arabshunoslik oliy maktabi**Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti*aygulumurzakova@gmail.com*Toshkent, O'zbekiston***MAQOLA HAQIDA**

Kalit soʻzlar: halol turizm, arab tili, semantika, lisoniy manzara, terminologiya, semantik maydon.

Annotatsiya: Mazkur maqolada arab tili lisoniy manzarasida halol turizm bilan bogʻliq birliklarning semantik xususiyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda “halol” konseptining mazmuni va uning zamonaviy turizm diskursida kengayish jarayoni yoritiladi. Halol

turizmga oid asosiy birliklarning semantik maydoni, o'zaro munosabatlari hamda polisemiya va sinonimiya hodisalari aniqlandi. Tahlil natijalari halol turizm terminologiyasining ko'p qatlamli semantik tizimga ega ekanligini va uning hali to'liq standartlashmaganligini ko'rsatadi.

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЕДИНИЦ ХАЛЯЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ АРАБСКОГО ЯЗЫКА

Айгул У. Умурзакова

Базовый докторант

Высшая школа арабистики

Ташкентский государственный университет востоковедения

aygulumurzakova@gmail.com

Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

<p>Ключевые слова: халяльный туризм, арабский язык, языковая картина мира, семантическое поле.</p>	<p>Аннотация: В данной статье анализируются семантические особенности единиц, связанных с халяльным туризмом в языковой картине арабского языка. В исследовании раскрывается содержание концепта «халяль» и процесс его расширения в современном туристическом дискурсе. Определены семантическое поле основных единиц халяльного туризма, их взаимосвязи, а также явления полисемии и синонимии. Результаты анализа показывают, что терминология халяльного туризма обладает многослойной семантической системой и еще не полностью стандартизирована.</p>
---	--

Kirish. XXI asrda turizm sanoatining jadallik bilan rivojlanishi natijasida uning yangi yo'nalishlari shakllanmoqda. Shulardan biri — halol turizm bo'lib, u musulmon sayyohlarning diniy, madaniy va axloqiy talablariga mos xizmatlar majmuini anglatadi. Bugungi kunda halol turizm global turizm tizimining muhim segmentiga aylangan bo'lib, uning iqtisodiy va madaniy ahamiyati tobora ortib bormoqda. Arab tili ushbu jarayonda alohida o'rin tutadi, chunki u islom dini va musulmon sivilizatsiyasining asosiy kommunikativ vositasidir. Shu bois halol turizm terminologiyasini aynan arab tili lisoniy manzarasi doirasida o'rganish ilmiy jihatdan dolzarbdir. Zamonaviy lingvistika tilni insonning dunyoni idrok etish tizimi sifatida talqin qiladi. John Lyons semantik tizimni ma'no maydonlari orqali tushuntiradi (Lyons, 1977, pp. 50–120), Emile Benveniste esa tilni ijtimoiy ong mahsuli sifatida ko'radi (Benveniste, 1971, pp. 145–178). Shu

nuqtai nazardan, halol turizm birliklari diniy va madaniy qadriyatlarining lingvistik ifodasi sifatida qaraladi.

Mazkur maqolaning maqsadi — arab tilida halol turizm birliklarining semantik tizimini aniqlash, ularning ma’no kengayishi va zamonaviy diskursdagi o’rni tahlil qilishdir.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya. Halol turizm masalasi asosan turizm va marketing doirasida o’rganilgan. Battour va Ismail halol turizmni xizmatlar tizimi sifatida tavsiflaydi, Jafari va Scott esa uning global turizm tizimidagi o’rni belgilaydi. Biroq lingvistik, xususan semantik tahlillar yetarli darajada rivojlanmagan. Arab manbalarida “halol” tushunchasi fiqhiy kategoriya sifatida keng yoritilgan. Yusuf al-Qaradawi halol va harom tushunchalarining diniy asoslarini tahlil qiladi, Wahba al-Zuhayli esa ularning huquqiy tizimini asoslaydi.

Lingvistik metodologiya quyidagi yondashuvlarga asoslandi:

- Semantik tahlil — terminlarning ma’no tizimini aniqlash
- Kontekstual tahlil — diskursga bog’liq ma’no.

Tadqiqot materiali sifatida arab tilidagi ilmiy matnlar, turizm hujjatlari va marketing diskursi tanlandi.

Natijalar. Arab tili lisoniy manzarasida halol turizm bilan bog’liq birliklarning semantik tizimi bir markaziy konsept — *حلال* / halol — atrofida shakllanadi. Ushbu konsept dastlab fiqhiy-huquqiy maydonda “joiz”, “ruxsat etilgan”, “taqiqlanmagan” mazmunini ifodalagan bo’lsa, zamonaviy turizm diskursida uning ma’no doirasi kengayib, xizmat, makon, xulq, iste’mol va madaniy moslik kabi yangi semantik qatlamlarni qamrab ola boshlagan. Shuning uchun “halol turizm” birliklari faqat diniy terminlar emas, balki zamonaviy turizm industriyasining lingvistik qayta talqini sifatida namoyon bo’ladi (Battour, Ismail, 2016, p. 150; El-Gohary, 2016, p. 124).

Semantik tizim nuqtai nazaridan qaralganda, *حلال* leksemasining asosiy ma’nosi diniy normativlik bilan bog’liq. Yusuf al-Qaradawi halol va haromni musulmon hayotining asosiy qiymat-me’yoriy oppozitsiyasi sifatida talqin qilib, halol tushunchasini kundalik amaliyotning deyarli barcha sohalariga tatbiq etadi (Al-Qaradawi, 2012, p. 25). Wahba az-Zuhayli esa fiqhiy adabiyot doirasida ushbu kategoriyaning huquqiy mezonlarini tizimli ravishda sharhlaydi. Shu sababli turizm terminologiyasidagi *السياحة الحلال* birikmasi tasodifiy yangi nom emas, balki fiqhiy sememaning iqtisodiy va servis diskursiga ko’chirilgan ko’rinishidir (Al-Zuhayli, 2004, p. 112).

Mazkur jarayon lingvistikada semantik kengayish deb izohlanadi. John Lyons semantik maydon ichidagi birliklar o’zaro munosabatda ma’no chegaralarini o’zgartirib borishini ta’kidlaydi (Lyons, 1977, pp. 50–120). Shu nazariy yondashuvdan kelib chiqib, “halol” tushunchasi turizm diskursida avvalgi tor diniy ma’nodan chiqib, “xizmat sifati”, “iste’molchi ishonchi”, “oilaviy moslik”, “madaniy xavfsizlik” va “shariatga zid bo’lmagan dam olish muhiti” kabi semalarni o’zlashtirganini ko’rish mumkin. Bu esa diniy sememaning bozor va servis

sememalari bilan qo‘shilishi natijasida yangi ko‘p qatlamli semantik tizim yuzaga kelganini anglatadi.

Halol turizm birliklari semantik tizimida eng ko‘p uchraydigan yadro birliklar qatoriga kiradi. *السياحة الحلال, السياحة الإسلامية, الضيافة الحلال, الخدمات المتوافقة مع الشريعة* Ular bir semantik maydonga mansub bo‘lsa-da, to‘liq sinonim emas. Battour va Ismail “halal tourism”ni amaliy xizmatlar majmui sifatida sharhlaydi, Jafari va Scott esa “Islamic tourism”ni kengroq sivilizatsion va diniy motivatsion fonda ko‘radi. Demak, *السياحة الإسلامية* termini ko‘proq diniy yo‘naltirilgan sayohat yoki islomiy identitet bilan bog‘liq bo‘lsa, *السياحة الحلال* termini servisning mosligi va me‘yoriy maqbulligini kuchliroq ifodalaydi (Battour, Ismail, 2016, p. 154; Jafari, Scott, 2014, pp. 1–19).

Bu yerda polisemiya hodisasi ham muhimdir. Bir xil halol komponenti turli kontekstlarda turlicha talqin qilinadi. Diniy matnda u fiqhiy hukmga yaqin; marketing matnida u ishonch va sifat markeri; turizm boshqaruvi matnlarida esa u standartlashtirilgan xizmat kategoriyasi sifatida namoyon bo‘ladi. Stephen Levinson va George Yule pragmatika doirasida bunday ma‘no ko‘chishlarini kontekst va inferensiya bilan izohlaydi. Shuning uchun “halol” termini lug‘aviy jihatdan bitta bo‘lsa ham, uning aktual semantik mazmuni matn turi va auditoriyaga qarab farqlanadi (Levinson, 1983, p. 97; Yule, 1996, p. 25; El-Gohary, 2016, p. 130).

Semantik tizimni yanada aniqroq ko‘rsatadigan jihatlardan biri — sinonimik raqobatdir. Arab tilida *السياحة الحلال, السياحة الإسلامية, السياحة المحافظة* kabi birliklar ba‘zan bir-biri o‘rnida qo‘llanadi, ammo ularning baholovchi va funksional yuklamasi bir xil emas. *السياحة المحافظة* ko‘proq “konservativ”, “an’anaviy me‘yorlarga mos” mazmunini bildiradi; *السياحة الإسلامية* diniy mansublikni kuchliroq sezdiradi; *السياحة الحلال* esa xalqaro halal industriyasi bilan mos keluvchi amaliy xizmat modeliga yaqinlashadi. Demak, bu birliklar qisman sinonim bo‘lsa-da, semantik jihatdan differensial belgilarga ega. Bunday qisman sinonimiya terminologik tizimning hali to‘liq standartlashmaganidan dalolat beradi.

Arab tili lisoniy manzarasida halol turizm bilan bog‘liq birliklar alohida-alohida terminlar yig‘indisi emas, balki o‘zaro bog‘langan semantik maydonni tashkil etadi. Bu maydonning markazida *حلال* / halol konsepti turadi va unga turizm, mehmondo‘stlik, xizmat, iste‘mol, diniy moslik hamda musulmon auditoriyaga yo‘naltirilganlik semalari ulanadi. Semantik maydon nazariyasiga ko‘ra, terminning mazmuni faqat uning lug‘aviy ta’rifida emas, balki boshqa terminlar bilan bo‘lgan paradigmatic va sintagmatik munosabatlarida ham ochiladi. Shu nuqtai nazardan *السياحة الحلال, السياحة الإسلامية, الضيافة الحلال, الخدمات المتوافقة مع الشريعة* kabi birliklarni yagona konseptual tarmoq ichida ko‘rish maqsadga muvofiqdir. Lyonsning Semantics asari aynan shunday tizimli semantik tahlil uchun nazariy asos beradi.

Mazkur maydonning yadroviy qatlami diniy-huquqiy kategoriyalar bilan belgilanadi. Bu qatlamga شرعي, مباح, حرام, حلال kabi birliklar kiradi. Yusuf al-Qaradawi halol va harom oppozitsiyasini musulmon hayotining universal me'yoriy modeli sifatida ko'rsatadi (Al-Qaradawi, 2012, p. 60); Wahba al-Zuhayli esa fiqhiy tizimda joiz, man etilgan va shubhali amallar o'rtasidagi chegaralarni izchil sharhlaydi (Al-Zuhayli, 2004, p. 150). Shundan kelib chiqib, halol turizm terminologiyasining semantik asosi avvalo diniy-huquqiy me'yor bilan belgilanadi. Ya'ni السياحة الحلال birikmasi semantik jihatdan "oddiy turizm"dan farqli ravishda "joiz", "shariatga mos", "taqiqlanmagan" safar va xizmat modelini anglatadi.

Semantik maydonning yaqin periferiyasida diniy normani turizm servisiga ko'chiruvchi birliklar joylashadi. Bular jumlasiga فنادق حلال, مطاعم حلال, الضيافة الحلال, خدمات سياحية حلال, مرافق متوافقة حلال kiradi. Battour va Ismail halal tourismni aynan turli servis komponentlari — ovqatlanish, joylashuv, dam olish va umumiy xizmat muhiti — bilan bog'liq tizim sifatida ta'riflaydi (Battour, Ismail, 2016, p.154). Henderson esa shariatga mos mehmonxonalarni ushbu maydonning alohida amaliy segmenti sifatida ko'rsatadi (Henderson J. C., 2010, pp. 246–254). Demak, semantik maydon ichida umumiy makrokonsept va xususiy subkonseptlar o'rtasida giponimik aloqa mavjud: السياحة الحلال umumiy tushuncha, فندق حلال yoki مطعم حلال esa uning xususiy ko'rinishlaridir.

Ushbu tizimdagi eng muhim terminlararo munosabatlardan biri — "halal tourism" va "Islamic tourism" o'rtasidagi semantik nisbatdir. Jafari va Scott musulmon dunyosi turizmini sharhlar ekan, islom bilan bog'liq turizmni faqat bir xil kategoriya sifatida emas, balki turli mazmunli yo'nalishlar majmui sifatida ko'rsatadi (Jafari, Scott, 2014, pp. 1–19). Al-Hamarneh va Steiner esa "Islamic tourism"ni ko'proq diniy identitet, siyosiy-madaniy strategiya va islomiy qadriyatlar bilan bog'laydi (Al-Hamarneh A., Steiner C., 2004, pp. 173-182). Shu sababli السياحة الإسلامية terminida diniy mansublik va motivatsiya kuchliroq seziladi, السياحة الحلال terminida esa amaliy servis, iste'mol va shariatga mos xizmat standarti ustun turadi. Bu ikki termin bir-biriga yaqin bo'lsa-da, to'liq sinonim emas.

Aynan shu yerda qisman sinonimiya hodisasi kuzatiladi. السياحة الحلال, السياحة الإسلامية, ayrim hollarda السياحة المحافظة bir-biriga yaqin ma'nolarda ishlatilishi mumkin, biroq ularning differensial semalari bor. السياحة المحافظة ko'proq konservativ ijtimoiy-axloqiy muhitni bildiradi; السياحة الإسلامية diniy-ideologik va sivilizatsion mansublikni kuchliroq ifodalaydi; السياحة الحلال esa xalqaro halal industriyasi tiliga yaqinlashgan amaliy termin bo'lib qolmoqda. El-Gohary aynan shu masalani muhokama qilib, "halal tourism"ning xizmat va marketing diskursida alohida termin sifatida mustahkamlanayotganini ko'rsatadi. Shu sababli bu birliklar orasidagi munosabatni sinonimik qator emas, balki differensial semalar asosidagi yaqinlik deb talqin qilish to'g'riroq bo'ladi.

Semantik maydonda oppozitsion munosabatlar ham mavjud. Diniy-huquqiy asosda حلال / حرام juftligi markaziy o‘rin tutadi. Turizm diskursida esa bu oppozitsiya ko‘pincha bevosita emas, balki presuppozitsiya tarzida namoyon bo‘ladi. Masalan, فندق حلال yoki مطعم حلال iborasi yashirin ravishda “boshqa mehmonxona yoki restoranlar har doim ham shariat talablariga mos emas” degan taxmini uyg‘otadi. Levinson va Yule pragmatika doirasida bunday holatni presuppozitsiya va implikatura orqali izohlaydi. Demak, terminlararo munosabatlar semantik maydonda nafaqat sinonimiya va giponimiya, balki qarama-qarshilik va yashirin differensiallashuv asosida ham quriladi.

Mazkur maydonda koordinativ semantik bog‘lanishlar ham muhim o‘rin egallaydi. Masalan, المنتجات الحلال, المأكولات الحلال, الخدمات الحلال, الضيافة الحلال birliklari bir-birining sinonimi emas, balki yagona markaziy konsept — halol — asosida bir maydonning turli segmentlarini tashkil etadi. Bunday tarmoqsimon tuzilma terminologik maydonning ichki murakkabligini ko‘rsatadi: markaz bir, lekin unga ulanadigan semantik yo‘nalishlar ko‘p.

Arab tili lisoniy manzarasida halol turizm birliklarini tahlil qilishda eng muhim lingvistik hodisalardan biri — polisemiya (ko‘p ma‘nolilik) va uning kontekstga bog‘liqligi hisoblanadi. Halol turizm terminologiyasi aynan shu ikki omil orqali shakllanib, dinamik semantik tizim sifatida rivojlanadi.

Polisemiya nazariyasiga ko‘ra, bitta leksema turli kontekstlarda turli, lekin o‘zaro bog‘langan ma‘nolarni ifodalaydi. John Lyons semantik tizimda polisemiya tilning tabiiy xususiyati ekanini va ma‘no ko‘pincha kontekst orqali aktualizatsiya qilinishini ta‘kidlaydi (Lyons, 1977, p. 110). Halol turizm terminologiyasida aynan shu hodisa “halol” leksemasi misolida yaqqol namoyon bo‘ladi.

Dastlab fiqhiy-huquqiy diskursda حلال termini “ruxsat etilgan”, “joiz”, “haromga zid” ma‘nolarini bildiradi. Yusuf al-Qaradawi bu tushunchani musulmon hayotining barcha sohalariga tatbiq etiluvchi universal me‘yor sifatida talqin qiladi (Al-Qaradawi, 2012, pp. 25–60). Wahba al-Zuhayli esa fiqhiy tasnifda halol tushunchasining huquqiy chegaralarini aniq belgilab beradi (Al-Zuhayli, 2004, pp. 112–150). Shu bois diniy kontekstda “halol”ning semantik asosi qat‘iy normativ xarakterga ega.

Biroq zamonaviy turizm diskursida ushbu leksema yangi semantik qatlamlarni o‘zlashtiradi. El-Gohary halal tourism tushunchasini tahlil qilib, “halol” termini marketing va xizmat ko‘rsatish kontekstida kengayib, “ishonchlilik”, “tozalik”, “sifat”, “xavfsizlik”, “oilaviy moslik” kabi qo‘shimcha ma‘nolarni ham ifodalay boshlaganini ko‘rsatadi (El-Gohary, 2016, pp. 124–130). Demak, bu yerda klassik diniy semema zamonaviy iqtisodiy va ijtimoiy sememalar bilan birlashib, ko‘p qatlamli polisemantik struktura hosil qiladi.

Polisemiya ayniqsa quyidagi birliklarda yaqqol ko‘rinadi:

- السياحة الحلال
- الضيافة الحلال
- الخدمات الحلال
- الفنادق الحلال

Bu birliklarda “halol” komponenti har doim bir xil ma’nodan ishlamaydi. Masalan, فندق حلال diniy kontekstda “harom unsurlardan xoli mehmonxona”ni bildirsa, marketing kontekstida u “musulmonlar uchun qulay va xavfsiz xizmat” ma’nosini ham anglatadi. Bu esa polisemiya va pragmatik kengayishning natijasidir.

Kontekst bu jarayonda hal qiluvchi rol o’ynaydi. Stephen Levinson pragmatika nazariyasida ma’no nutq vaziyati, kommunikativ niyat va auditoriyaga bog’liq holda shakllanishini asoslaydi (Levinson, 1983, pp. 97–120). George Yule esa ma’noning katta qismi implikatura orqali yuzaga chiqishini ta’kidlaydi (Yule, 1996, pp. 25–40).

Masalan:

- ilmiy diskursda: السياحة الحلال — terminologik tushuncha
- marketing diskursida: — sifat va ishonch belgisi
- diniy diskursda: — normativ kategoriya

Demak, bir xil termin turli kontekstlarda turli funksional yuklama oladi. Bu holat kontekstual polisemiya deb ataladi.

Xulosa. Mazkur tadqiqot arab tili lisoniy manzarasida halol turizm bilan bog’liq birliklarning semantik tizimini kompleks tarzda tahlil qilish imkonini berdi. O’rganish natijalari shuni ko’rsatadiki, halol turizm terminologiyasi oddiy leksik birliklar majmui emas, balki diniy, madaniy va ijtimoiy omillar ta’sirida shakllangan murakkab va ko’p qatlamli semantik tizim hisoblanadi.

Umuman olganda, tadqiqot quyidagi asosiy ilmiy xulosalarni ilgari suradi:

- halol turizm birliklari ko’p qatlamli semantik tizimni tashkil etadi;
- “halol” konsepti semantik kengayish va transformatsiya jarayonida;
- terminologiya kontekstga bog’liq ravishda o’zgaradi;
- tizim ichida sinonimiya, polisemiya va differentsiallashtiruv mavjud;
- halol turizm terminologiyasi hali to’liq standartlashmagan;
- ushbu birliklar diniy va zamonaviy diskurslar kesishmasida shakllanadi.

Mazkur tadqiqot arab tilshunosligi, semantika va terminologiya yo’nalishlarida muhim ilmiy ahamiyatga ega bo’lib, turizm lingvistikasi sohasini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Al-Hamarneh, A., Steiner C. (2004). Islamic tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab world after September 11, 2001. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 24(1), 173–182. – Durham, NC: Duke University Press. (in English)
2. Al-Qaradawi, Y. (2012). *The Lawful and the Prohibited in Islam. Al-halal wa al-haram fi al-Islam*. – Cairo: Maktabat Wahba, p. 25-60. (in Arabic)
3. Al-Zuhayli, W. (2004). *Islamic Jurisprudence and Its Evidences. Al-fiqh al-Islami wa adillatuhu*. – Damascus: Dar al-Fikr. p. 112–150. (in Arabic)
4. Battour, M., Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, p. 150–154. – Amsterdam: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008> (in English)
5. Begmatova B.M., Mutalova G.S., Kasimova S.S. (2023). The direct object and its use in Arabic language // *Boletin De Literatura Oral -The Literary Journal*, Vol. 10 No. 1. – Pp. 3601-3609. (in English)
6. Benveniste, E. (1971). *Problems in general linguistics*. – Miami: University of Miami Press. 317 p. 145–178. (in English)
7. El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, p. 124–130. – Amsterdam: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013> (in English)
8. Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (3), London: SAGE Publications, p. 246–254. (in English)
9. Jafari, J., Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19. – Amsterdam: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011> (in English)
10. Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. – Cambridge: Cambridge University Press. p. 97–120.
11. Lyons, J. (1977). *Semantics (Vols. 1–2)*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 50–120. (in English)
12. Rustamov A.E. (2025). Features of conditional constructions in the Arabic language. *Arab tilida shartni ifodalovchi konstruktsiyalar xususiyatlari // Oriental Journal of Philology*, Vol 05, Issue 03. – Pp. 561-567. DOI: <https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-05-03-64> (in Uzbek)

13. Rustamov, A. (2020). Syntactic properties of conditional prepositions (hurufu-sh-shart). Shart yuklamalari (hurufu-sh-shart)ning sintaktik xususiyatlari. Eastern torch, 1(1), 108-116. Retrieved from <https://inlibrary.uz/index.php/eastern-torch/article/view/13273> (in Uzbek)

14. Rustamov, A.E. (2022). The characteristics of the interaction between the conditional verb and the response verb in the conditional compound sentence in Arabic. Arab tilida shart ergash gapli qo'shma gapda shart fe'li va javob fe'lining o'zaro bog'lanish xususiyatlari // Eurasian Journal of Social Sciences, Philosophy and Culture. Volume 2, Issue 13. – Pp. 35-42. (ISSN: 2181-2888) (<https://doi.org/10.5281/zenodo.7416928>) (in Uzbek)

15. Yule, G. (1996). Pragmatics. – Oxford: Oxford University Press. p. 25–40. (in English).