



**VI-SHO'BA:
FILOLOGIYA VA
ADABIYOTSHUNOSLIKDA
ZAMONAVIY YONDASHUVLAR: TIL
VA MADANIYAT INTEGRATSIYASI;**

O'ZBEK TILIDAGI REKLAMA MATNLARINING LINGVISTIK XUSUSIYATI

Qodirova Marhabo O'ktam qizi

Buxoro innovatsion ta'lim va tibbiyot
universiteti magistranti

e-mail:

marhaboqodirova55@xmail.ru

Annotatsiya. Reklama matnlarining lingvistik tahlili orqali reklama matnlarining ko'rsatilayotgan mahsulotga til uslublari jihatdan muvofiq yoki muvofiq emasligi, reklama matnlarining ta'sirchanligini oshiruvchi lingvistik xususiyatlar va til vositalar haqida bayon qilingan

Kalit so'zlar. Reklama matnlari, fonetik vositalar, marketing, uslubiyat, imlo qoidalar, matn va lingvistika.

Reklama va zamonaviy kommunikatsiyaning eng muhim vositalaridan biridir. U faqat mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish bilan cheklanmay, balki til orqali jamiyatga ma'naviy va madaniy ta'sir ko'rsatadi. Hatto, marketing hamda reklamaga oid faoliyatni yuritishning yuksak axloqiy mezonlarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha talablarni belgilaydigan qoidalar to'plamidan iborat bo'lgan reklama amaliyoti kodekslarini O'zbekiston Respublikasining qonunchiligi asosida, o'zini o'zi tartibga soluvchi qonunlarda ham aytib o'tilgan [1,1].

Reklama matnlarida qo'yilgan bir qator talablar mavjud. Xususan:

1) O'zbekiston Respublikasi hududida reklama O'zbekiston Respublikasining davlat tilida tarqatilishi;

2) milliy va oilaviy an'analarga, shuningdek axloq va ma'naviyatning umum qabul qilingan normalariga zid bo'lgan shakllar, iboralar va obrazlardan foydalanish;

3) qonuniylik, aniqlik, ishonchlilik, reklamadan foydalanuvchiga zarar, shuningdek ma'naviy zarar yetkazmaydigan shakllar va vositalardan foydalanish reklamaga doir asosiy talablardir.

Reklama kommunikatsiya shakllarining xilma-xilligi tufayli uni quyidagi turlarga ajratish mumkin:

- Televizion reklama.
- Radio reklama.
- Internet marketing. Internetdagi reklama.
- Tashqi reklama
- Ichki reklama.
- Tranzit reklama.
- Reklamani chop etish.[2, 56]

Har qanday reklamaning o'ziga xos usulda odamlarga yetkaziladi. Ammo har qanday reklama turining maqsad – reklama qilinayotgan mahsulot haqida odamlarga chiroyli ma'lumot yetkazish va xaridorlar oqimini oshirish. Biroq, xabaringiz ko'proq odamlarga yetib borishini istasangiz, so'zlarning ma'nosini buzmaganda holda, hamma tushunarli bo'lgan iboralardan foydalanishingiz lozim.

Xususan, o'zbek tilidagi reklama matnlari o'ziga xos lingvistik qurilmalarga, stilistik usullarga va milliy tafakkurni aks ettiruvchi xususiyatlarga ega. Bular quyidagilar:

1. Soddalik va ravonlik

O'zbek reklama matnlarida soddalik va ravonlik muhim o'rin tutadi. Reklama matnlari keng auditoriyaga mo'ljallangani bois, unda murakkab grammatik konstruktsiyalardan qochiladi. Masalan:

"Hayotingizni osonlashtiring – "Payme" ilovasi bilan!"

"Uzum karta bor – pul bor"

Bu kabi soddalashtirilgan tuzilmalar matnni tez anglashga yordam beradi.

2. Ijobiy ma'no va emotsional ta'sir

Reklama matnlarida ijobiy konnotatsiyali so'zlar (ya'ni ijobiy bo'yoqdor so'zlar) keng qo'llaniladi. Bu orqali iste'molchida mahsulotga nisbatan iliq munosabat shakllantiriladi

"Tabiiy lazzat – sog'lom hayot kaliti!"

"Tabiat bag'rida hordiq"

3. Sloganlar (reklama shiori) bir marta yoki bir qancha reklama roliklari bannerlarida ishlatilishi mumkin. Bu slogan xuddi "Apple"ning "Think Different" shiori kabi faqatgina vaqtinchalik ishlatilgan bo'lishi mumkin. Yoki "Nike" brendining "Just Do It" shiori kabi yillar davomida, turli reklamalarda ishlatilishi mumkin) Reklama tili qisqa, lo'nda va esda qolarli bo'lishi kerak. Shu sababli reklamalarda shiorlar muhim rol o'ynaydi:

"Toza suv – toza hayot!" "Hamyonbop narx, yuqori sifat!"

Bunday iboralar orqali brend yoki mahsulot xotirada mustahkamlanadi.

4. Imperativ (buyruq) shakllari

Reklama matnlarida auditoriyani harakatga chaqirish uchun buyruq fe'llar ishlatiladi:

"Bugunoq buyurtma bering!"

"Shoshiling mahsulot soni cheklangan!"

Bu til vositasi orqali iste'molchi faol harakatga undaladi.

5. Kod-miksing (til aralashuvi)

Globalizatsiya va yoshlar auditoriyasiga mo'ljallangan reklamalarda inglizcha yoki ruscha so'zlarning aralashuvi tez-tez uchraydi:

"Trenddagi obrazingizni yarating!"

"Online buyurtma qiling!"

"O'zingizni real komfort bilan ta'minlang."

Bu hodisa zamonaviy kommunikativ ehtiyojlar bilan bog'liq.

6. Fonetik vositalar

Reklama matnlarida sinonim soʻzlardan foydalanib qofiyalash, alliteratsiya va soʻz oʻyinlari qoʻllash, matnning esda qolarli boʻlishi taʼminlaydi.

"Mazali, foydali, totli – barchasi bir paketda!"

"Zamonaviy, ishonchli, qulay – “Anorbank” bilan!"

Xulosa. Oʻzbek tilidagi reklama matnlari lingvistik jihatdan rang-barang boʻlib, ularda milliy mentalitet, zamonaviy til oʻzgarishlari va stilistik vositalar uygʻunlashgan. Bunday matnlar nafaqat savdo-sotiq, balki til madaniyatining shakllanishida ham muhim rol oʻynaydi. Reklama tili orqali nafaqat mahsulot targʻib qilinadi, balki til imkoniyatlari namoyon etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. “ Reklama toʻgʻrisidagi” qonun. 07.06.2022
2. Karimov, A. "Reklama matnlari stilistikasi", Toshkent, 2018.
3. Joʻrayev, D. "Til va marketing", Toshkent, 2020.
4. www.uzreklama.uz,
5. www.adme.uz.
6. Lex.uz