

**PESHLAVHA, REKLAMA VA TIJORIY YOZUVLARNING
LEKSIK-SEMANTIK XUSUSIYATLARI**

Eshqulov.S.A

Guliston davlat universiteti tayanch doktoranti

eshqulovsunnat804@gmail.com

Annotatsiya: *Reklama, peshlavha va tijoriy yozuvlar matnlarini lisoniy jihatdan tahlil qilish orqali ularning ko'p qirrali jihatlarini ochib berish, tilshunoslik rivojida o'rnini va jamiyatga bo'lgan ta'sirini o'rganish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Bunday matnlarning leksik-semantik strukturasi tahlil qilish, ya'ni matnlarning grammatik tuzilishi, sintaktik shakllanishi va leksik-semantik xususiyatlarini tizimli o'rganish, matnning ta'sirchanligini oshirish uchun samarali lingvistik modellarni ishlab chiqish zarur.*

Kalit so'zlar: *semantika, neologizmlar, konnotativlik, ko'chma ma'no, emotsional-ekspressiv birliklar, psixolingvistik, diskurs.*

Bugungi kunda peshlavha, reklama va tijoriy yozuvlarning xalqaro darajada davlat tilida va yuqori saviyada ishlatilishi mamlakatning jahon miqyosida ham obro'sini oshiradi, milliy o'ziga xoslikni targ'ib qiladi. Bunday matnlar tilshunoslikda tilning kommunikativ, uslubiy va madaniy jihatlarini o'rganishda muhim ahamiyat kasb etadi. Jamiyatda kechayotgan siyosiy, iqtisodiy va madaniy o'zgarishlar ham bunday matnlarda o'z ifodasini topadi. Peshlavha, reklama va tijoriy yozuvlar matnlarini tahlil qilishda leksik-semantik, stilistik, psixolingvistik, diskurs va struktural tahlil usullaridan kompleks tarzda foydalaniladi. Bu tadqiqot usullari ham amaliy, ham nazariy jihatdan samarali natijalar beradi.

Bunday matnlarning bir qancha leksik xususiyatlari mavjud. Masalan:

- Qisqalik va serma'no so'zlar: Reklama va peshlavhalarda yuqori semantik zichlikka ega qisqa so'zlar qo'llaniladi (masalan: "Tez!", "Chegirma!", "Yangi!")

- Neologizmlar va brendsozlik: Tijoriy yozuvlarda yangi soʻzlar yoki modifikatsiyalangan leksik birliklar yaratilib, mahsulot nomi yoki xizmat konsepsiyasi bilan bogʻlanadi. [1]

- Emotsional-ekspressiv birliklar: “Ajoyib narx!”, “Hayratlanarli sifati bilan!”, “Ishonchli tanlov!” kabi emotsional boʻyoqli soʻzlar keng ishlatiladi.

Shu bilan bir qatorda semantik xususiyatlariga toʻxtalsak, bir qancha jihatlatni

koʻrishimiz mumkin :

- Konnotativlik: Soʻzlar faqat denotativ (toʻgʻri) maʼnoda emas, balki hissiy, baholovchi maʼnolar bilan yuklanadi.

- Maʼno koʻchishi (metafora, metonimiya): Reklamalarda koʻpincha metaforik obrazlar orqali mahsulotning sifatlari oshirib koʻrsatiladi. Masalan: “Koʻchma quvvat manbai” (telefon uchun).

- Imperativ semantika: Soʻzlar orqali xaridor ongiga taʼsir oʻtkazuvchi semantik strukturalar tuziladi: “Sotib oling!”, “Oʻylamang, harakat qiling!” Leksik-semantik vositalar reklama va peshlavhalarning stilistik oʻziga xosligini belgilaydi. [2]

Peshlavha, reklama va tijoriy matnlarning leksik-semantik xususiyatlari ularning auditoriyaga tez va samarali taʼsir koʻrsatishini taʼminlaydi. Bu matnlarda soʻzlar nafaqat axborot uzatadi, balki inson hissiyotiga taʼsir qiladi, fikr uygʻotadi va hatti-harakatga chorlaydi. Shuning uchun ularning lingvistik jihatdan chuqur tahlili reklama samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Peshlavha, reklama va tijoriy yozuvlarda leksik-semantik vositalar nafaqat kommunikativ samaradorlikni oshiradi, balki madaniy, ijtimoiy va psixologik omillarni oʻzida mujassam etgan kuchli axborot vositasi boʻlib xizmat qiladi. [3] Bu matnlar orqali til — iqtisod, madaniyat va ommaviy ongga bevosita taʼsir qiluvchi vositaga

aylanadi. Ularning lingvistik jihatdan tahlili zamonaviy tilshunoslikda pragmatika, sotsiolingvistika, kognitiv tilshunoslik va marketologik yondashuvlar bilan bog'liq holda olib borilishi maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mamirova D.Sh. O'zbek reklama matnlarining sotsiolingvistik xususiyatlari Filologiya fanlari bo'yicha falasafa doktori (PhD) dissertatsiyasi Samarqand 2022. B – 163.
2. Chiniqulov N.J. Peshlavhalarning lisoniy xususiyatlari. Monografiya. – Toshkent: “Navoiy universiteti” nashriyot matbaa uyi, 2019. –B. 120
3. Shermatov A.A. Ingliz va o'zbek badiiy matnlarida diskurs deysisining qiyosiy tahliliga doir ayrim mulohazalar // Tilshunoslikdagi yangi yo'nalishlar va ularning muammolari. –Toshkent, 2013. – B. 235
4. https://uz.wikipedia.org/wiki/reklama_lingvistikasi.