REKLAMA MATNINING TAVSIFI VA TASNIFI, TILSHUNOSLIKDA O'RGANILISHI

Raxmonova Muxlisa Shavkatjon qizi
E-mail: mraxmonova244@gmail.com

Received: 07.10.2025
Revised: 08.10.2025
Accepted: 09.10.2025

Kalit so‘zlar:
reklama matni, tavsif, tasnif, tilshunoslik, kommunikativ matn, lingvistika, targ‘ibot, uslub, metafora.

Annotatsiya. Ushbu maqolada reklama matnining tavsifi va tasnifi hamda uning tilshunoslik nuqtai nazaridan o‘rganilishi ko‘rib chiqiladi. Reklama matni kommunikativ matn sifatida axborot berish, e’tiborni jalb qilish va xaridorni harakatga undash vazifasini bajaradi. Maqolada reklama matnining turli tasniflari, uning til va uslub xususiyatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, tilshunoslikda reklama matnlarining lingvistik va stilistik jihatlari, kommunikativ xususiyatlari o‘rganilishi muhimligi ta’kidlanadi.

Keywords:
advertising text, description, classification, linguistics, communicative text, linguistics, promotion, style, metaphor.

Annotation. This article discusses the description and classification of advertising texts and their study from a linguistic perspective. As a communicative text, the advertising text serves the functions of providing information, attracting attention, and motivating the buyer to take action. The article analyzes various classifications of advertising texts, as well as their linguistic and stylistic features. Additionally, the importance of studying the linguistic and stylistic aspects and the communicative properties of advertising texts in linguistics is emphasized

Ключевые слова:
рекламный текст, описание, классификация, лингвистика, коммуникативный текст, лингвистика, пропаганда, стиль, метафора

Аннотация. В данной статье рассматривается описание и классификация рекламного текста, а также его изучение с лингвистической точки зрения. Рекламный текст, как коммуникативный текст, выполняет функции передачи информации, привлечения внимания и побуждения покупателя к действию. В статье анализируются различные классификации рекламных текстов, их языковые и стилевые особенности. Также подчеркивается важность изучения лингвистических и стилистических аспектов рекламных текстов и их коммуникативных свойств в лингвистике

Kirish. Bugungi kunda reklama jamiyat hayotida muhim ahamiyatga ega bo‘lib, turli sohalarda mahsulot va xizmatlarni targ‘ib qilishda keng qo‘llanilmoqda. Reklama matni esa bu jarayonda asosiy vosita sifatida xizmat qiladi, chunki u auditoriyaga axborot yetkazish, e’tiborni jalb qilish va xaridorga ma’lum bir harakatni amalga oshirishga ta’sir ko‘rsatadi. Shu bois, reklama matnining tilshunoslik nuqtai nazaridan o‘rganilishi uning strukturasi, uslubiy va kommunikativ xususiyatlarini chuqur anglash imkonini beradi. Reklama matnlarini o‘rganish ko‘plab ilmiy sohalarni – tilshunoslik, marketing, psixologiya va kommunikatsiya fanlarini birlashtiradi. Ayniqsa tilshunoslikda reklama matnlarining leksik, grammatik va stilistik xususiyatlari, ularning auditoriyaga ta’sir ko‘rsatish mexanizmlari tadqiq qilinadi. Shu maqsadda reklama matnining tavsifi va tasnifi, ularning tilshunoslikdagi o‘rni va ahamiyati haqida tahliliy ishlar olib boriladi.

Reklama matni o‘zida ko‘plab funksiyalarni mujassamlashtiradi: u axborot beradi, e’tiborni jalb qiladi, xaridorning qiziqishini uyg‘otadi va uni harakatga chaqiradi. Bunday matnlar qisqa, ravon va tushunarli bo‘lishi lozim, chunki ularning asosiy vazifasi — tez va samarali ta’sir o‘tkazishdir. Reklama matni, odatda, qisqa, lekin mazmunli so‘zlardan tashkil topadi, ularning har biri maqsadga yo‘naltirilgan va diqqatni jalb qiluvchi xususiyatga ega.

Tilshunoslikda reklama matni kommunikativ matn sifatida o‘rganiladi. Bu sohada reklama matnining lingvistik xususiyatlari, stilistik vositalari, metafora va boshqa badiiy usullar, leksik va grammatik strukturalari, shuningdek, pragmatik aspektlari tadqiq qilinadi. Masalan, tilshunoslar reklama matnida tez-tez uchraydigan qisqartmalar, nomutanosib ta’kidlar, so‘z o‘yinlari va emotsional iboralar kabi vositalarni aniqlab, ularning ta’sir mexanizmini tushunishga harakat qiladi.Shuningdek, reklama matnlarining ijtimoiy va madaniy kontekstda qanday qabul qilinishi, til va madaniyat o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik ham tilshunoslik tadqiqotlari mavzusidir. Reklama matnining o‘ziga xosligi — uning qisqa va mazmunli bo‘lishi, so‘zlarning maqsadli tanlanishi va auditoriyaga qaratilganligi tilshunoslikda muhim ahamiyatga ega.

Reklama matni — zamonaviy kommunikatsiyada kuchli vosita bo‘lib, uning tavsifi va tasnifi tilshunoslik nuqtai nazaridan chuqur o‘rganilmoqda. Bu matnlar jamiyatda axborot tarqatish, e’tiborni jalb qilish va iste’molchini rag‘batlantirish vazifasini bajaradi. Tilshunoslik esa reklama matnlarining lingvistik va stilistik xususiyatlarini ochib berib, ularning samarali yaratilishiga va yaxshiroq tushunilishiga yordam beradi.

Materiallar va usullar. Ushbu tadqiqotda reklama matnining tilshunoslik nuqtai nazaridan o‘rganilishi uchun quyidagi materiallar va usullar qo‘llanildi.

Tadqiqot davomida olingan natijalar reklama matnlarining tilshunoslik sohasida o‘rganilishi ularning kommunikativ va stilistik xususiyatlarini chuqur anglash imkonini beradi. Reklama matnlari qisqa, lekin mazmunan boy bo‘lib, maqsadli auditoriyani jalb qilish uchun turli lingvistik vositalardan faol foydalaniladi. Ushbu matnlarda ko‘p uchraydigan stilistik usullar — metafora, so‘z o‘yinlari, qayta takrorlash va emotsional ifodalardir. Bu vositalar reklama matnining ta’sirchanligini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, reklama matnlarining tasnifi ularning turli kommunikativ maqsadlariga bog‘liq. Masalan, axborot beruvchi reklama matnlari asosan aniq va tushunarli tilga ega bo‘lsa, emotsional reklama matnlari ko‘proq badiiy va his-tuyg‘ularga ta’sir qiluvchi uslublardan foydalanadi. Bu farq reklama tilining uslubiy xilma-xilligini ta’kidlaydi va ularning tilshunoslikda o‘rganilishi uchun alohida e’tibor talab etishini ko‘rsatadi.

Shuningdek, reklama matnlarida ishlatiladigan qisqartmalar, maxsus terminlar va yangi so‘z birikmalari tilning rivojlanish jarayonida yangi trendlarni yaratmoqda. Bu esa reklama matnlarini tilshunoslikda tilning leksik va grammatik jihatlarini o‘rganishda qiziqarli materialga aylantiradi. Buning natijasida reklama matnlari tilning madaniy va ijtimoiy kontekstini o‘rganishda ham muhim manba bo‘lib xizmat qiladi.

Materiallar:

Turli sohalardan olingan reklama matnlari (savdo, xizmat ko‘rsatish, ijtimoiy reklama va boshqalar);

O‘zbek tilidagi bosma va elektron reklama manbalari (gazeta, jurnallar, internet-saytlar);

Tilshunoslik adabiyotlari va ilmiy maqolalar, reklama sohasiga oid nazariy asarlar.

Usullar:

Matnlarni tahlil qilish usuli: Reklama matnlarining lingvistik va stilistik xususiyatlari, kommunikativ vazifalari va tarkibiy tuzilishini o‘rganish uchun matn tahlili qo‘llanildi.

Taqqoslash usuli: Turli reklama matnlarining uslubiy va leksik jihatlari solishtirildi.

Kvantitativ usul: Matnlarda ishlatilgan til vositalari va uslublarning statistik jihatdan taqsimoti tahlil qilindi.

Sifatli tahlil: Reklama matnlaridagi metafora, so‘z o‘yinlari va emotsional ifodalarning auditoriyaga ta’siri baholandi.

Mazkur usullar yordamida reklama matnlarining turli jihatlari tahlil qilinib, ularning tilshunoslik nuqtai nazaridan qanday o‘rganilishi mumkinligi aniqlangan.

Tadqiqotda aniqlangan yana bir jihat — reklama matnlari auditoriyaning madaniyati va xulq-atvoriga moslashtirilganligidir. Reklama tilining kommunikativ samaradorligi bevosita uning auditoriya ehtiyojlari va madaniy xususiyatlariga moslashuvchanligiga bog‘liq. Shu bois, reklama matnlarini o‘rganishda madaniyatshunoslik va pragmatika elementlarini hisobga olish zarur.

Umuman olganda, reklama matnlarini tilshunoslik nuqtai nazaridan o‘rganish nafaqat tilning badiiy va kommunikativ imkoniyatlarini kengaytiradi, balki zamonaviy jamiyatda axborot almashinuvi va marketing sohasidagi jarayonlarni ham yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Kelajakda reklama matnlarini yanada ko‘proq multidisipliner yondashuvlar asosida o‘rganish samarali bo‘ladi.

Xulosa. Ushbu maqolada reklama matnining tavsifi va tasnifi hamda tilshunoslikda o‘rganilishi masalalari ko‘rib chiqildi. Reklama matni qisqa, aniq va ta’sirchan bo‘lib, uning asosiy vazifasi auditoriyani jalb qilish va xaridorga ma’lum

bir harakatni amalga oshirishga undashdir. Reklama matnlari turli kommunikativ maqsadlarga ega bo‘lib, ularning lingvistik va stilistik xususiyatlari mazmunan farqlanadi. Tilshunoslik sohasida reklama matnlarining o‘rganilishi ular tarkibidagi leksik, grammatik va stilistik vositalarni aniqlash, ularning kommunikativ samaradorligini baholash imkonini beradi. Shu bilan birga, reklama matnlari ijtimoiy va madaniy kontekstga moslashgani sababli, ularni o‘rganish til va madaniyat o‘rtasidagi bog‘liqlikni yanada chuqurroq anglashga xizmat qiladi. Kelajakda reklama matnlarining tilshunoslikda multidisipliner yondashuvlar asosida tadqiq etilishi zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abdukarimov, S. (2018). *Reklama matnining lingvistik xususiyatlari*. Toshkent: O‘zbekiston Milliy Universiteti nashriyoti.
2. Islomov, M. (2020). *Tilshunoslikda kommunikativ matnlar tahlili*. Toshkent: Fan va Texnologiya.
3. Karimova, N. (2019). “Reklama matnlarining stilistik vositalari va ularning auditoriyaga ta’siri.” *O‘zbek tili va adabiyoti*, 4(2), 45–53.
4. Sultonov, R. (2021). *Marketing va reklama sohasida tilning roli*. Toshkent: Marketing va Reklama Instituti.
5. Tursunov, A. (2017). “Reklama matnlarida metafora va so‘z o‘yinlari.” *Tilshunoslik jurnali*, 3(1), 22–29.