

## **REKLAMA MATNLARINING O'RGANILISH TARIXI**

**Egamqulova Gulhayo Azamat qizi**  
**ATMU 1-bosqich magistranti**

### **Annotatsiya**

Reklamalarning paydo bo'lishi va rivojlanishi o'ziga xos tarixga ega. Ularning jamiyat hayotidagi o'rni iqtisodiyot, falsafa, psixologiya, shuningdek, tilshunoslik sohalari nuqtayi nazaridan o'rganilgan. Reklama matnlarining o'rganilish tarixi tahlili kopirayterlikning ahamiyati, iqtisodiyot tarmoqlari rivojidadagi o'rni kabi masalalarni aniqlashtirishga ko'maklashadi.

**Kalit so'zlar:** reklama, reklama matni, tilshunoslik, uslubiyat, kommunikatsiya, reklamalar tarixi, kopirayterlik.

**Kirish.** Reklama – zamonaviy jamiyatning ajralmas qismi bo'lib, u iqtisodiy va ijtimoiy hayotda insonlar uchun juda muhim bo'lgan tushunchadir. U orqali ko'plab yangiliklarni bilishimiz hamda rivojlanishimiz mumkin. Reklama matni esa iste'molchiga ma'lumot berish, uni mahsulot yoki xizmatni tanlashga undash vazifasini bajaradi. Bu orqali insonlar ko'p bo'lgan tanlovlar ichidan eng yaxshisi va sifatlisini tez va oson tanlab olishi mumkin. Shu sabab reklama matnlarini lingvistik va kommunikativ jihatdan o'rganish XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab alohida ilmiy yo'nalish sifatida shakllangan. Bundan asosiy maqsad insonlarning tanlovini oson qilish va qulay vaziyat yaratishdir. Reklamalar iqtisodiy samaradorlik masalasida mislsiz vositalar ekanligi isbot talab qilmaydi.

**Adabiyotlar tahlili va metod.** Reklama matnlarining tarixiy ildizlari. Reklama tushunchasi qadimgi davrga borib taqaladi. Aslida bu so'z lotincha "reclamare" so'zidan olingan bo'lib, "chaqirmoq", "baqirmoq", "e'lon qilmoq" degan ma'nolarni anglatadi<sup>1</sup>. Tarixdan bizga ma'lumki, Xitoy savdogarlari o'z mahsulotini reklama qilish uchun e'lon sifatida, ya'ni xalq tezroq ularning mahsulotini xarid qilishi uchun, devor yozuvlari, hayqiriqlar hamda e'lonlardan foydalanishgan. Bunday holat yunon va rim savdogarlari orasida ham kuzatilgan. Misr shaharlarida esa savdogarlar odamlar ko'p va gavjum joyga kelib ovozing boricha baqirishgan bu orqali o'z mahsulotini reklama qilishgan. Bu usul hozirgi kungacha ham mavjud bo'lib, insonlar orasida qo'llanilmoqda va bu yaxshi natija bermoqda. Tarix bugun uchun ustozdir. Reklama matnlari tarixiy yozuvlarini, jumladan, tosh bitiklarida ham uchratamiz. Rim aholisi

---

<sup>1</sup> <https://ru.wikipedia.org/wiki/Реклама> [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 10.10.2025.

o'z mahsulotini chiroyli reklama qilish uchun, xattoki ovozdor insonlardan foydalanishgan ekan, katta-katta bozor va kolizeylarda bu shakldan foydalanib yaxshi natijaga erishgan ekan.

XV-XIX asrlarda esa bosma shakldagi reklamalar paydo bo'la boshlagan. Bunga misol sifatida XV asrda Gutenberg bosma mashinani ixtiro qilganidan keyin, sekin-sekin bosma gazetalar va ularda reklama bosilib chiqa boshlagan. XX asrda reklama rivojlana boshlagan sababi bu davrga kelib radio va televideniyeining paydo bo'lishidir. Reklama endi faqat e'lon, balki ijobiy matn, obraz, brend tushunchalarini shakllantirdi.

**Muhokama.** O'zbek tilshunosligida reklama matnlarining o'rganilishi. O'zbek tilida reklama matnlarini o'rganish mustaqillik yillaridan boshlab faol tahlil qilina boshlandi. Reklama tili bo'yicha dastlabki ilmiy ishlar 1990-yillardan boshlangan. So'nggi yillardan boshlab esa reklama matnlarining leksik, grammatik, pragmatik tomonlarini o'rganish boshlangan. Reklama matnlaridagi turlichalik til unsurlaridan to'g'ri foydalanish borasida ham qator ishlar amalga oshirilmoqda. Masalan, reklamalarda so'zlarning antonimik to'g'ri qo'llanganligi yoki punktuatsion ishoralardan o'rinli foydalanish, so'z o'yinlarining nima maqsadda qo'llash, omonim so'zdan o'rinli foydalanish, eng muhimi orfografik tamoyildan to'g'ri qo'llash borasida qator olimlarimiz ilmiy izlanishlar olib borishmoqda. Zamon rivojlanib borgani sayin reklamaga bo'lgan ehtiyoj ortib bormoqda, chunki tadbirkorlik borasida aql bovar qilmas ishlar amalga oshirilmoqda. Chet eldan mahsulot xarid qilishgacha imkoniyat borligi va unda qanday lisoniy vositalardan foydalanayotgani ilmiy izlanishlar jarayonida olimlarga ma'lum bo'lmoqda. O'zbek olimlari bu borada reklama tilining ijtimoiy-funksional vazifasini, shuningdek, uning milliy madaniyat bilan bog'liqligini tahlil qilganlar. Xususan, o'zbek tilshunosligida so'nggi 30 yil ichida reklama tili yuzasidan bir qancha ilmiy izlanishlar amalga oshirilgan. Z.Qodirova uning tadqiqoti "Reklama matnlarining lingvistik xususiyatlari" (2020) asarida reklama matnlarida qo'llanadigan til birliklarining vazifalarini o'rgandi. Sh.Tursunova tadqiqoti reklama tilidagi milliy mentalitet va madaniy kodlarni tahlil qilgan. G.Shodiyeva internet va ijtimoiy tarmoqlardagi reklama matnlarini lingvistik jihatdan o'rgangan. O'zbek tilshunosligida ham reklama matni yuzasidan juda ko'plab ilmiy ishlar amalga oshirilmoqda.

**Natijalar.** Zamonaviy reklama tili va raqamli kommunikatsiya. Bugungi kunda reklama matnlari internet ijtimoiy tarmoqlari hamda raqamli platformalar orqali ham tarqatilmogda bu esa insonlar uchun juda qulayligi bilan ajralib turishidan dalolatdir. Bunday holat zamonaviy til bilan aytganda, yangi tushunchalarning ham paydo

bo'lishiga sabab bo'lmoqda. Jumladan, quyidagi reklama janrlarining paydo bo'lishi zamonaviylik va internet bilan bog'liq bo'lgan tushunchadir. *Onlayn-banner, video-reklama, influencer-marketing* matnlarining shakllanishiga sabab bo'ldi. Shunday qilib reklama tili raqamli madaniyat ta'sirida shiddat bilan rivojlanib bormoqda. Bu esa insonlar qulaylikni, vaqtdan yutishni, uzoq masofani yaqin qilishni, iqtisodiy narx-navoning oshmaslini oldini oluvchi omildir. Insonlarga qulaylik yaratish maqsadida raqamli reklamalar sonining oshishi tom ma'noda yaxshi ekanligini bugungi kun farzandi biladi. XXI asrda reklama internet, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar orqali keng tarqaldi. Jumladan, Google, Facebook, Instagram platformalaridagi reklamalar marketingni eng samarali shakllaridan hisoblanadi.

**Xulosa.** Reklama matnlarini o'rganish tarixi insoniyatning iqtisodiy, madaniy taraqqiyoti bilan chambarchas bog'liqdir. Dastlab amaliy maqsadda shakllangan reklama hozirda lingvistika, psixologiya, marketing va madaniyatshunoslik kabi ko'plab fanlar kesishmasida o'rganilmoqda. O'zbek tilida esa reklama matnlarini o'rganish dolzarb masala bo'lib qolmoqda. Shuning uchun ham reklama matni tushunchasining xalq ichiga to'g'ri kiritmoq zarur. Nima maqsadda reklama beryapti, qanday xatoliklar qilyapti, bu borada alohida izlanish olib borayotgan ma'lum tilshunoslik kafedralari faoliyat yuritishlari kerak. Chunki ko'chalardagi reklama bannerlaridagi xatoliklar har bir savodli insonning ta'bini xira qiladi, tilshunos olimlarimiz bu borada ham ko'p izlanish olib borishi lozim. Reklama tili bu raqamli texnologiyalar rivojlangan bir davrda eng muhim bo'lgan tushunchadir. Berilayotgan reklamaning milliy madaniyatimizga xos bo'lishi eng muhim masaladir. Hayotimizni reklamalarsiz tasavvur qila olmaymiz, reklama matnlarida insonni o'ziga tortuvchi jumla yoki inson uchun kerak ekanligini anglatuvchi tomoni bo'lishi kerak. Reklama matnlari kerak faqat undan unumli foydalanish shart, aldanib qolmaslik kerak. Ongli inson buni farqlay oladi va o'z foydasi uchun foydalani. Tarixdan mavjud bo'lgan reklama matni tushun chasi bugun va erta uchun ham muhim .

#### **Adabiyotlar ro'yxati:**

1. Barthes R. Mythologies. – Paris: Seuil, 1957. – 239 p.
2. Ogilvy D. Confessions of an Advertising Man // Atheneum, London. 1963.
3. Leech G. English in Advertising. – London: Longman, 1966
4. Xudoyberganova D. Reklama tili va uslubi. – Toshkent: O'qituvchi, 2015.
5. Qodirova Z. Reklama matnlarining lingvistik xususiyatlari // So'z san'ati xalqaro jurnali, 2020. №3. – B.182-185.
6. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Реклама> [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 10.10.2025.