

O'ZBEKVAINGLIZTILLARIDAGIIJTIMOYREKLAMALARNINGLINGVOKULTUROLOGIK TADQIQI

M.G'afurova

Anotatsiya: *Maqolada o'zbek va ingliz tillarida yaratilgan ijtimoiy reklamalarning lingvokulturologik tadqiqini yoritish masalalari, hozirgi kunda xalqaro hamjamiyat hayotida yuz berayotgan siyosiy, ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy hayotida muhim o'rin egallagan reklama tushunchasi o'sib boorish masalalariga qaratilganligi bilan dolzarbdir.*

Kalit so'zlar: *semiotika, ijtimoiy reklama, reklamashunoslik, reklama jarayoni, ijtimoiy munosabat*

O'zbek va ingliz tilida yaratilgan ijtimoiy reklamalarning lingvistik xususiyatlari, jumladan, reklama Matnining Jamiyat Hayotida Tutgan o'rni, ma'lumotni yetkazish usuli va vositalarini o'rganishda semiotika muhim o'rin tutgan ligibois, buhaqda to'xtalib o'tishni lozimtopdik.

Semiotikabubelgihaqidaginazariya, fandirbundainsoniyatjamiyatidamuloqotqayy o'sindarivojlanishinio'rganadihamda, ma'lumotqandayusuldayetkazilishini, mazkurvo sitalarqandaytuzilganligini, ularqandayqabulqilinishinivaqandayo'zgarishlargayuztuti shinio'rganadi.⁵

AmerikalikfaylasufCH.Morrisningfikricha, Angliyaempirizmisohasidaizlanisholib boradiganfaylasuflarushbufanningmohiyatigapsixologiknuqtainazardanyondashadi. F.Bekonesakeyinchaliksemiotikanibu“muloqotqilishdagidonolik”**snosk**aberishkerak debnomlaydivaushbujarayonda “pragmatik” yondashuvgakattaahamiyatqaratadi, chunkimuloqotningxususiyatlari, ko'phollarda, ritorikaningxususiyatlarigamoskeladi. «Undaqa'llaniladiganbelgilardanbiri -so'zdir. So'zmoddiyahamiyatgaegabo'lib, boshqamoddiynarsalarningifodaqilishvamohiyatiniochibberishdaishlatiladi.

Insonlaratrofidagimoddiynarsalarninomlashgao'tgandavriengkattakashfiyotsanalgan

Shuninguchunhaminsonningfikrvadunyoqarashinishakllantirishdayordambera digantilo'zholichamavjudbo'laolmaydi, balkiumoddiynarsalaro'rtasidakechadiganhaqiqiyaloqaningaksihisoblanadi »⁶.

Tildagimuayyanbelgisemiotikbosqichlardanano'tgungaqadarbirqatormetamorfozajarayonidano'tadi. Kishilikjamiyatidaquyidagisemiotikjarayonlarmavjud:

1. hulq-atvorvafaoliyatbilanbog'liq;
2. urf-odat va diniy sohaga bog'liq;
3. ilmiy-ijodiy faoliyat bilan bog'liq;
4. badiiy-ijodiy faoliyat bilan bog'liq.

Y.S. Stepanov esa semiotik jarayonlarning ikki turini ko'rsatib o'tadi.

- 1) Tadrijiy semiotik jarayon.

⁵Ирискулов.М.Т –Тилшуносликка кириш тошкент 1992 йил

⁶Гринев-Гриневич С.С., Сорокина Э.А. Основы семиотики. - ФЛИНТА. - М.,2012. 50-51.с.

Bu semiotik jarayonning asosiy turi hisoblanadi. Bunday belgilar doirasida “moddiy narsalar” va “tushunchalar” bir-biri bilan bog‘lanadi. «Umumiy va muayyan holda, “moddiy narsalar” guruhi shu guruhga tegishli bo‘lgan boshqa tushunchalar bilan birikadi, «tushunchalar» esa inson ongida belgi orqali gavdalantiriladi. Shunday qilib, «ibodatxona, butxona» - tashqi nutqiy belgi hisoblanib, “ishonch” bilan bog‘liq tushunchani gavdalantiradi: ma’lum bir «urf-odatlar» esa inson ongida «muhabbat» tushunchasini mujassamlashtiradi.⁷

2) Kishilikjamiyatidaaynibirpaytdayuzagakeladigansemiotik (belgilar) guruh – «paradigmalar», yoki «usullar» hisoblanadi.

Buguruhesaturlixil“tadrijiyguruhga”tegishlibo‘lgan,ammobirdavrgataalluqlimada niyunsurhodisalaribir-biribilanbog‘laydi.

Shutarzda,bog‘lashqonuniyatisifatidafaqatvaqtni,aynan,birpaytningo‘zidabo‘lishyoki baravarigasodirbo‘lishnitushunishmumkin.⁸

Reklamadamatnmuhimo‘rinegallaydi.Matnibelgidebbilishsemiotikafaniningaso siyamaqsadhisoblanib,uushbufansohasidaanchakengtarzdataalqinetiladivako‘phollarda, “matn” iborasiog‘zakiketma-ketliknianglashma’nosidaqo‘llaniladi. “Matn” so‘ziningkelibchiqishi (buso‘zto‘g‘ridan-to‘g‘ritarjimaqilinganda “aloqa, tutashish” ma’nolariniberadi) mazkurterminnikengma’nodatushunishkerakligigaishoraqilib, “matn”

so‘zimazmuniybirlikkavarasmanaloqadorlikkaegaaniqtartibbilantuzilganistalغانbelgi larjamlanmasiganisbatanhamqo‘llaniladi.

Bundanshunianglashkerakki,reklamamatnianiqlavo‘ndabo‘lishi,mazmuniesatus hunarlibo‘lib, so‘zlartakrorlanmasligikerak.

Semiotika fanida matn tushunchasi tabiiy til bilangina bog‘lanib qolmagan. Ma’no va umumiy butunlikka ega bo‘lgan har qanday til birligiga matn deyiladi. Shuning uchun semiotik nuqtai nazardan qaraganda, matn deganda suratlar, jadvallar, notalar, urf-odatlar, kinofilmlar va boshqalar tushuniladivabureklamadahammuhimo‘rinegallaydi.

Shundayqilib, matninsonningkundalikmoddiyvama’naviyehitoyjlariniqondirishuchunyaratilgan. Shuninguchunmatnlardegandainsonotomonidanbiromaqsadnio‘ylab, maxsustarzda vaongliravishdayaratilganistalغانbelgilitizimlarnitushunishimizmumkin Reklamalarniyoritishdavauninginsonongigayetibborishinitalashdamatnmuhimo‘ri negallaydi.Ijtimoiyreklamalarningmazmunvamohiyatiniochibberishdamatnasosiyahamiyatkasbetadi.

To‘liq kreollashgan matnlarda og‘zaki qismning o‘zi alohida mavjud bo‘lmaydi, har ikki qismlar o‘rtasida esa mazmuniy munosabatlar o‘rnatilgan bo‘ladi. Shu tariqa, reklama janri o‘zining murakkab terminologik tuzilishi, uning birliklarining o‘zaro bir-birlari bilan ta’sir

⁷ Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Изд. 3-е, испр. и доп. М. : Академический Проект, 2004. - 21 с.

⁸ Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Изд. 3-е, испр. и доп. М. : Академический Проект, 2004. - 22 с.

kuchiga ega bo'lishi va mazkur tizimning o'ziga xosligi bilan ajralib turadi. Reklama uni qabul qiluvchisiga nisbatan ma'lumot berish, ishonтира olish va eslatish kabi bir qator vazifalarni bajaradi va o'znavbatida uning qiziqishlarini shakllantiradi hamda uning ongiga ta'sir o'tkazadi.⁹

Reklamada iste'molchiga biror mahsulot yoki xizmat turlari yetib borishi va uning ongiga va tasavvuriga imkoni boricha ko'proq ta'sir o'tkazish uchun ham oshkora ham yashirin tarzda turli xil ifoda vositalaridan foydalaniladi.

Ko'p hollarda, reklamada keng xalq ommasi bilan birgalikda o'zaro ta'sir doirasiga ega bo'lish va unga ta'sir ko'rsatishning eng samarali vositalaridan foydalanib, ma'lumotlarni ketma-ket, ifodali tarzda, qisqa va imkoni boricha barcha aholi qatlamiga yetib borish choralari ko'riladi.

Reklamaning o'ziga xos turi ijtimoiy reklamadir. Reklamaning boshqa turlariga qaraganda ijtimoiyreklama jamiyatning hulq-atvor meyorlarini tartibga soluvchi vazifani bajaradi. Ijtimoiyreklamakiribborgandoirako'lamianchakengbo'lib, jumladan, yo'lharakatiqoidalarinitartibgasolish, sog'liqnisaqlashvasog'lomturmushtarzinitarg'ibqilish, jumladan, chekish, noto'g'riovqatlanishvanarkotikmoddalarningvayronkoronata'sirlarinikamaytirishdafaolishtiroketish dauninghissasikatta.

Shuningdek, uningyordamidaoiladaayollarganisbatanqilinayotganzo'rvonlik, hayvonlargag'amxo'rlikqilish, nafaqaxo'rlarvajamiyatnikeksayoshvakillariganisbatang'amxo'rlikko'rsatish, atrofmuhitnimuhofazaqilish, ommao'rtasidakitobxonliknitarg'ibeti shvashukabimuammolarkengyoritiladi.

Xulosaqilibaytganda, biz tadqiqetayotgan ijtimoiyreklamamavzusiasosankreollashganmatnlarasosidatahliletildi.

Buboradajamiyatdako'tarilayotganmuammolarniimkoniyatdarajasidaengsamaralitarz dabartarafetishuchunhamog'zakihamboshqausullardayaratilganijtimoiyreklamalard anfoydalanishjamiyatuchunfoydalideganfikrbildiramiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1. Abramovich I.M. Ob individualno-avtorskiy preobrazovaniyax frazeologizmov i otnoshenii k nim frazeologicheskogo slovaryu // Problemi frazeologii. – M.– JL: Nauka, 1964. – S. 213-219.

2. Abdulkadirova P.M. Frazeosemanticheskiye gruppi somaticheskix FE v darginskoy i angliyskoy yazykax // Mir nauki, kulturi, obrazovaniya. № 6 (49), 2014.

3. Abdullayev SH.D. Tarjima asarlarda frazeologizmlar semantikasi (T. Qayipbergenov asarlarining o'zbekcha tarjimasida): Filol. fan. nomz. ... diss. avtoref. – Toshkent: 2006. – 21 b.

⁹ Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.

4. Abdunazarov A.
Nekotoriyevoprosirazvitiyaleksikiifrazeologiiuzbekskogoliteraturnogoyazika 20-xgodov (na materialesatiricheskogojurnala “Mushtum”): Avto-ref. dis. ... kand. filol. nauk. – Tashkent, 1968.
5. AbdurahimovM. O‘zbekcha-ruscha aforizmlarlug‘ati. Ikkinchinashri. – Toshkent, O‘qituvchi, 1986. – 216 b.
6. Abdusaidov A. Frazeologizmlar – matbuottilida ta’sirchanvosita. – Samarqand: SamDUNashri, 2001. – 48 b.
7. AvalianiY.Y., RozeynonL.I.
Orazgranicheniisinonimikiivariativnostivoblastifrazeologicheskixyedinitis // Voprosifrazeologiiisostavleniyafrazeologicheskixslovarey. – Baku, 1968. – S.72.
8. Averbux K.Y. Leksicheskiye i frazeologicheskkiye aspekti perevoda: uchebnoye posobiye. – Moskva: Akademiya, 2009. – 176 s.
9. Alefirenko N.F. Frazeologiya v svete sovremennix lingvisticheskix paradigm: monografiya. – Moskva, 2008. – S. 62.
10. Alefirenko N.F. Frazeologiya v sisteme sovremennogo russkogo yazika. Volgograd: Peremena, 1993. 149 s.
11. Alefirenko, N.F. Sovremenniye problemi nauki o yazike. – Moskva: Flinta: Nauka,2005. – 416 s.
12. Alexina A.I. Frazeologicheskayayedinitisa islovo. – Minsk, 1991. – 184 s.
13. Almatatova SH.T. O‘zbektilifrazemalariningkomponentitahlili: Filol. fan.Nomz. ... diss. avto-ref. – Toshkent, 2008. – B.4-18.
14. Amosova N.N. Osnovi angliyskoy frazeologii. – Leningrad, 1963. – S.68-71.
15. Amosova N.N. Osnovi angliyskoy frazeologii. – Leningrad: Izd-vo Leningradskogo universiteta, 1983. –20 s.
16. Amosova N.N.Osnovi angliyskoy frazeologii. – Leningrad: Izd-vo Leningr. un-ta,1963. – 316 s.
- Anisimova Z.N. Leksiko-frazeologicheskkiye varianti prilagatelnix. Uch. Zap. 1-goMGPIIYA, T.X.M., 1956,S. 21-22.