



aylantiradi, ularning shaxsiy mas’uliyatini, ijodkorlik salohiyatini va o‘z-o‘zini boshqarish ko‘nikmalarini rivojlantiradi. Interfaol metodlar o‘qituvchi va o‘quvchi o‘rtasida o‘zaro ishonch, hurmat va hamkorlik muhitini yaratadi. Bu esa ta’lim jarayonining samaradorligini oshiradi hamda o‘quvchilarda mustaqil qaror qabul qilish, muammoli vaziyatlarda to‘g‘ri yo‘l topa bilish, tanqidiy va mantiqiy fikrlash kabi hayotiy kompetensiyalarni shakllantiradi.

Eng muhimi, interfaol ta’lim shaxsga yo‘naltirilgan yondashuvni ta’minlab, o‘quvchilarda hayotga tayyor, mustaqil fikrlaydigan, ijtimoiy faol va ongli fuqarolarni tarbiyalashga xizmat qiladi. Shu bois, har bir o‘qituvchi interfaol metodlarni ijodkorlik bilan qo‘llab, dars jarayonini zamonaviy talablarga mos tashkil etishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Nurboyeva D, Ta’limda emotsional intellektning o‘rni va o‘qituvchilarda emotsional savodxonlikni rivojlantirish, 2025y.
2. Abduraximov Z, Interfaol metodlar va ularning ta’lim jarayonidagi mohiyati, “Yangi O‘zbekiston pedagoglari axborotnomasi” jurnali, 2023y
3. Amanova A.N. O‘zbekistondagi gen muhandisligi sohasining istiqbollari va mavzuni o‘qitishda interfaol metodlardan foydalanish. “Journal of Natural Science” №2(7) 2022 y
4. Aynaqulov X, Pedagogikada interfaol metodlarning o‘rni, 2022y.
5. Taxonomy of Educational objectives, Handbook 1: Cognitive Domain 2nd edition Edition, Benjamin S. Bloom.
6. Xasanova Sh, Interfaol metodlarning ta’lim samaradorligini ta’minlashdagi o‘rni, Internation Journal of Recently Scientific Researchers` Theory, 260-264.
7. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 7-iyundagi “Oliy ta’lim muassasalari reytinglarini aniqlash tartibini takomillashtirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi No: 467 – sonli qarori.
8. Mustanov U, Interfaol metodlarning zamonaviy ta’limdagi o‘rni va ahamiyati, Internation Journal of Recently Scientific Researchers, 2025y
9. Maksimova Zeboxon. Til va adabiyot o‘qitishda muammo va yechimlar. Farg‘ona davlat universiteti, 2024-yil.
10. Omonqulov Ulug‘bek Maxsiddin o‘g‘li. Biologiya darslarida iqtidorli o‘quvchilar bilan ishlashda interfaol metodlardan samarali foydalanish. Universal jurnal, 2025-yil.
11. Jizzax davlat pedagogika instituti. O‘zbek tili o‘qitish metodikasidan darslarni interfaol usulda tashkil qilish vositalari. Metodik qo‘llanma, 2024-yil.

REKLAMA MATNLARIDA TIL VOSITALARINING TA’SIRCHANLIK DARAJASI

Kariyeva Sevinch Rustamovna

Chirchiq davlat pedagogika universiteti Turizm fakultet Xorijiy til va adabiyoti yo‘nalishi talabasi

Email: sevinchkariyeva@gmail.com

Alimbayeva Fazilat Rustam qizi

Chirchiq davlat pedagogika universiteti Turizm fakultet Xorijiy til va adabiyoti yo‘nalishi talabasi

Email: fazilatalimbayeva14@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada reklama matnlarida qo‘llaniladigan til vositalarining ta’sirchanlik darajasi, ularning iste’molchiga psixologik, emotsional va kommunikativ ta’siri ilmiy tahlil qilinadi. Muallif reklama matnlarining samaradorligini oshirishda metafora, anafora, alliteratsiya, antiteza, va boshqa lingvopoetik vositalarning o‘rni hamda ularning auditoriyaga ta’sir mexanizmini ko‘rib chiqadi. Maqolada xalqaro va mahalliy reklama namunalari tahlil qilinib, ularning til xususiyatlari qiyosiy tarzda yoritiladi. Natijada reklama matnlarining lingvistik samaradorligini oshirish uchun amaliy takliflar beriladi.

Kalit so‘zlar: reklama tili, lingvopoetik vositalar, ta’sirchanlik, psixolingvistika, kommunikativ samaradorlik

THE DEGREE OF INFLUENCE OF LINGUISTIC MEANS IN ADVERTISING TEXTS

Kariyeva Sevinch Rustamovna

Student of the Faculty of Tourism, Department of Foreign Language and Literature,
Chirchik State Pedagogical University



Email: sevinchkariyeva@gmail.com

Alimbayeva Fazilat Rustam qizi

Student of the Faculty of Tourism, Department of Foreign Language and Literature,
Chirchik State Pedagogical University

Email: fazilatalimbayeva14@gmail.com

Abstract: This article analyzes the effectiveness of linguistic devices used in advertising texts, focusing on their psychological, emotional, and communicative impact on consumers. The author discusses the role of metaphors, anaphora, alliteration, and antithesis in enhancing the persuasive quality of advertisements. Through the analysis of both local and international advertisement samples, the paper explores the comparative linguistic features of ad texts and proposes practical recommendations for improving linguistic efficiency in advertising discourse.

Keywords: advertising language, linguistic devices, persuasiveness, psycholinguistics, communicative effectiveness

СТЕПЕНЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Кариева Севинч Рустамовна

Студентка факультета туризма, направление «Иностранный язык и литература»,
Чирчикский государственный педагогический университет

Email: sevinchkariyeva@gmail.com

Алимбаева Фазилат Рустам кизи

Студентка факультета туризма, направление «Иностранный язык и литература»,
Чирчикский государственный педагогический университет

Email: fazilatalimbayeva14@gmail.com

Аннотация: В данной статье исследуется степень влияния языковых средств, используемых в рекламных текстах, их психологическое, эмоциональное и коммуникативное воздействие на потребителя. Автор рассматривает роль метафоры, анафоры, аллитерации и антитезы в повышении убедительности рекламного текста. На основе анализа узбекских и зарубежных примеров выявлены особенности рекламного языка и предложены практические рекомендации по повышению его эффективности.

Ключевые слова: язык рекламы, лингвистические средства, убедительность, психолингвистика, коммуникативная эффективность

Kirish

Bugungi globallashuv davrida reklama — nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Raqobat kuchaygan bozor sharoitida reklama matni iste'molchining e'tiborini jalb etish, unga ishonch uyg'otish va xatti-harakatga undashda asosiy vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu sababli reklama matnlarida til vositalarining to'g'ri tanlanishi, ularning ifodaviy va emotsional imkoniyatlaridan oqilona foydalanish reklama samaradorligini belgilaydi.

Tilshunoslikda reklama tili ko'p darajali tizim sifatida o'rganiladi — unda leksik, sintaktik, fonetik va pragmatik vositalar o'zaro uyg'unlikda ishlaydi.[1] O'zbek tilshunosligida ham reklama tilining stilistik imkoniyatlari va uning kommunikativ samaradorligi masalalari so'nggi yillarda faol o'rganilmoqda. [2]

Asosiy muammolar va tahlil

1. Til vositalarining tanlanishi va auditoriyaga mosligi

Reklama matni auditoriya e'tiborini jalb etish uchun eng qisqa va samarali shaklda bo'lishi zarur. Biroq ba'zan reklama yaratuvchilari lingvistik vositalarni haddan tashqari murakkab shaklda qo'llab, asosiy g'oyani yo'qotadilar. Masalan, “Eng ajoyib his — bu biz bilan yashash” kabi umumiy va metaforik jumlar emotsional jihatdan boy bo'lsa-da, aniq maqsadga yo'naltirilmagan bo'lishi mumkin. Shu sababli reklama tili qisqa, ma'noli, lekin ifodali bo'lishi lozim.[3]

Lash tadqiqotida reklama tilining “short, symbolic, and strategic” (qisqa, ramziy va maqsadli) bo'lishi reklama samaradorligini oshiruvchi asosiy omil sifatida ko'rsatilgan.[4] O'zbek tilidagi reklamalarda esa metafora, taqqoslash, so'z o'yini kabi vositalarning to'g'ri tanlanishi iste'molchining eslab qolish darajasini oshiradi.

Yechim: Reklama tili maqsadli auditoriya til darajasi va madaniy qadriyatlariga mos bo'lishi kerak. Til vositalari ma'lumotni soddalashtiruvchi, lekin estetik qiymatini saqlovchi shaklda qo'llanishi lozim.



2. Emotsional va psixolingvistik ta’sir

Reklama tili inson hissiyotlariga bevosita ta’sir qiladi. Bunda emotsional leksika, intensifikatorlar (“eng”, “ajoyib”, “aql bovar qilmas”), shuningdek, alliteratsiya va ritmik qurilish muhim rol o’ynaydi. Masalan, “Shirin shodlik — Shokiland!” kabi alliteratsion reklamalar esda qolish samaradorligi bilan ajralib turadi. Psixolingvistika nuqtai nazaridan bu tovush takrori iste’molchining ongida ijobiy assotsiatsiyalarni shakllantiradi.[5]

Yechim: Reklama tili hissiy jihatdan muvozanatli bo’lishi kerak: haddan oshgan patetika iste’molchida ishonchsizlik uyg’otadi. Emotsional leksika bilan daliliy ishonchni (masalan, mahsulot afzalliklarini) uyg’unlashtirish zarur.

3. Madaniyatlararo farqlar va global reklama

Xalqaro reklamalarda bir xil til vositalari turli madaniy kontekstlarda turlicha qabul qilinadi. Misol uchun, ingliz tilidagi “Freshness that lasts” iborasi O’zbek tiliga “Yangi nafas uzoq davom etadi” shaklida tarjima qilinsa, semantik noaniqlik yuzaga keladi.

Goddard ta’kidlashicha, reklama tilini tarjima qilishda so’zma-so’zlik emas, balki “semantic adaptation” (mazmuniy moslashtirish) muhim. O’zbek reklama matnlari uchun bu madaniy konnotatsiyalarni saqlab qolgan holda, milliy ifoda vositalarini qo’llashni anglatadi.

Yechim: Reklama tarjimalarida lingvokulturologik moslashtirish usuli qo’llanishi zarur. Mahalliy madaniyat, ramzlar va xalq og’zaki ijodi unsurlaridan foydalanish reklamaning milliy o’ziga xosligini oshiradi.

4. Etika va til manipulyatsiyasi

Ba’zi reklama matnlari auditoriyani manipulyatsiya qilish uchun psixologik bosim vositalaridan foydalanadi. Bu holat reklama tilining axloqiy chegaralarini buzishi mumkin. Cook fikricha, reklama matnlarida manipulyativ elementlar (emotsional da’vat, qo’rquv, mukofot hissi) kommunikativ samara beradi, ammo etik jihatdan bahsli bo’lishi mumkin. Shuning uchun reklama tilida “soft persuasion” (yumshoq ishonitirish) usulini qo’llash tavsiya etiladi.[6]

Yechim: Reklama matni halollik, shaffoflik va ishonchlilik tamoyillariga asoslanishi kerak. Psixologik manipulyatsiyalarni cheklash — brendning uzoq muddatli ishonch kapitalini oshiradi.

Tahlillar shuni ko’rsatadiki, reklama matnlarida lingvopoetik vositalar (metafora, anafora, alliteratsiya, antiteza) reklamaning esda qolish va ta’sirchanlik darajasini sezilarli oshiradi. Ammo bu vositalardan haddan ortiq yoki kontekstsiz foydalanish teskari natija beradi.

Til vositalarining maqsadli auditoriyaga mos tanlanishi reklama samaradorligini oshiradi. Emotsional komponentlar reklamaning esda qolish darajasini oshiradi. Madaniyatlararo moslashtirish reklama tilining global muvaffaqiyatini belgilaydi. Etik til strategiyalari brendga uzoq muddatli ishonch beradi.

Xulosa

Reklama tili – bu so’z san’atining eng amaliy shakli. U nafaqat ma’lumot beradi, balki inson ongiga va hissiyotlariga ta’sir qiladi. Shu sababli reklama matnlarida til vositalarining ta’sirchanligini oshirishda lingvopoetik, psixolingvistik va madaniy omillar birgalikda hisobga olinishi zarur.

Kelgusida reklama tilining multimodal (matn, rasm, tovush) darajadagi ta’siri, sun’iy intellekt yordamida yaratilgan reklamalarda til etikasi, hamda kognitiv metafora nazariyasining reklama tahlilida qo’llanilishi bo’yicha tadqiqotlar olib borish maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Cook, G, The Discourse of Advertising. London: Routledge, 2001.
2. Goddard, A, The Language of Advertising. London: Routledge, 2002.
3. Kövecses, Z, Metaphor: A Practical Introduction. Oxford University Press, 2010.
4. Lash, S, Cultural Economy and Consumer Persuasion. Journal of Communication Studies, 18(4), 56–68, 2020.
5. Yo’ldoshev, B, “O’zbek reklama matnlarining lingvistik xususiyatlari.” Filologiya masalalari jurnali, 2(5), 34–40, 2021.
6. Qosimova, N, “Reklama tilining stilistik vositalari.” Tilshunoslik va jamiyat, 1(2), 22–27, 20023.
7. O’rmonjonov Azizbek Muhammadjon o’g’li. (2025). INKLYUZIV TA’LIM SHAROITIDA MUSIQA SAVODXONLIGINI SHAKLLANTIRISHDA MULTIMODAL YONDASHUVNING PEDAGOGIK IMKONIYATLARI. *TA’LIM VA TARAQQIYOT*, 4(4), 380-388.



8. R.A.Tursunov. (2025). IJTIMOIIY ONG VA MA’NAVIYAT UYG‘UNLIGINING IJTIMOIIY MUHITGA TA’SIRI. ZAMONAVIY FAN: INNOVATSION YONDASHUVLAR VA YOSH TADQIQOTCHILARNING DOLZARB IZLANISHLARI, 1(1), 16-19.

ВЛИЯНИЯ ДРАМАТИЧЕСКИХ КРУЖКОВ НА ОВЛАДЕНИЕ АНГЛИЙСКИМ ЯЗЫКОМ СТУДЕНТАМИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Ибрагимова Дилафруз Шухратовна

старший преподаватель кафедры

«Практического английского языка», Ферганского государственного университета

E-mail: ibragimovadilafruz74@gmail.com

ORCID ID 0000-0003-4221-7964

Аннотация. В статье рассматривается влияние драматических кружков на овладение английским языком студентами высших учебных заведений. Актуальность исследования определяется современными тенденциями в образовании, направленными на поиск инновационных методов, способствующих развитию коммуникативной компетенции, критического мышления и творческого потенциала студентов.

Ключевые слова: драматические кружки, театральная деятельность, обучение английскому языку, коммуникативная компетенция, творческий потенциал, инновационные методы, высшее образование

THE IMPACT OF DRAMA CLUBS ON UNIVERSITY STUDENTS’ MASTERY OF THE ENGLISH LANGUAGE

Ibragimova Dilafruz Shukhratovna

Senior Lecturer, Department of Practical English,

Faculty of English Language and Literature, Fergana State University

E-mail: ibragimovadilafruz74@gmail.com

ORCID ID 0000-0003-4221-7964

Abstract. The article examines the impact of drama clubs on university students’ mastery of the English language. The relevance of the research is determined by modern educational trends aimed at finding innovative methods that contribute to the development of communicative competence, critical thinking, and students’ creative potential.

Keywords: drama clubs, theatrical activities, English language learning, communicative competence, creative potential, innovative methods, higher education

DRAMA TO‘GARAKLARINING OLIY TA‘LIM MUASSASASI TALABALARINING INGLIZ TILINI O‘ZLASHTIRISH JARAYONIGA TA’SIRI

Farg‘ona davlat universiteti Ingliz tili va adabiyoti fakulteti

Amaliy Ingliz tili kafedrasida katta o‘qituvchisi,

Ibragimova Dilafruz Shuxratovna

E-mail: ibragimovadilafruz74@gmail.com

ORCID ID 0000-0003-4221-7964

Annotatsiya. Maqolada oliy ta’lim muassasalari talabalari tomonidan ingliz tilini o‘zlashtirish jarayoniga dramatik to‘garaklarning ta’siri ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotning dolzarbligi kommunikativ kompetensiyani, tanqidiy fikrlashni va talabalarning ijodiy salohiyatini rivojlantirishga xizmat qiluvchi innovatsion usullarni izlashga yo‘naltirilgan zamonaviy ta’lim tendensiyalari bilan belgilanadi.

Kalit so‘zlar: drama to‘garaklari, teatr faoliyati, ingliz tilini o‘rganish, kommunikativ kompetensiya, ijodiy salohiyat, innovatsion usullar, oliy ta’lim

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире наблюдается переосмысление методов обучения, и разработка эффективных подходов к изучению иностранных языков занимает одно из ведущих мест в системе