ТЕРМИЗ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

Илмий-инновацион журнал

Jurnal OAK Rayosatining 2022-yil 30-sentabrdagi 325/6-son qarori bilan filologiya fanlari bo'yicha doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

2021-yildan buyon nashr etiladi

2026 / № 2,2

Termiz – 2026

Muassis:
Termiz davlat universiteti

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

ILMIY-INNOVATSION JURNAL

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 2020 yil 19 oktyabrda 1122 raqami bilan ro'yxatga olingan. Matnlarda foydalanilgan misol, ko'chirma va ma'lumotlar aniqligi uchun mualliflar javobgardir. Jurnaldan ko'chirib bosilganda manba qayd etilishi shart.

Bosishga ruxsat etildi: 20.06.2026
Qog'oz bichimi: 70x85
Bosma tabog'i: 5.94
Ofset bosma. Ofset qog'ozi
Adadi: 100
Bahosi kelishilgan narxda
Buyurtma: 155-son

«TerDU bosmaxonasi»da chop etildi
Termiz shahri, Barkamol avlod ko'chasi, 43-uy

Tahririyat manzili:
190111, Termiz shahri,
Barkamol avlod ko'chasi, 43.
Telefon: +998990 377 77 23,
+99895 986 07 77

E-mail:
philologicalresearch@umail.uz
Rasmiy sayt:
https://journaltersu.uz

BOSH MUHARRIR:
Abduqodir TOSHQULOV,
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

TAHRIR HAY'ATI:

Bekpo'lat Umurqulov, filologiya fanlari doktori, professor (bosh muharrir o'rinbosari)
Shoxista Maxmaraimova, filologiya fanlari doktori, professor (mas'ul muharrir)
O'ral Xoliyorov, f.f.f.d. (PhD), dotsent (O'zbekiston)
Olmos Ulviy Binnatova, f.f.d., professor (Ozarbayjon)
Karl Rayxl, f.f.d., professor (Germaniya)
Vali Savash yelok, f.f.d., professor (Turkiya)
Dorota Silviya, f.f.f.d. (PhD), dotsent (Polsha)
Zabita Mahammad qizi Teymurlu, filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent (Ozarbayjon)
Tarana Imomverdi qizi Xojieva, filologiya fanlari doktori, professor (Ozarbayjon),
Muslihiddin Muhiddinov, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Ibodulla Mirzayev, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Abdi Mamatov f.f.d., professor (O'zbekiston)
Suyun Karimov f.f.d., professor (O'zbekiston)
Muhammadxon Hakimov, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Nafas Shodmonov f.f.d., professor (O'zbekiston)
Dilmurod Quronov, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Murodqosim Abdiyev, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Baxtiyor Mengliyev, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Normat Y o'ldoshev, f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Baxtiyor Xolmuxamedov, f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Bobonazar Murtazayev, f.f.n., dotsent (O'zbekiston)
Asqar Eshmo'minov, f.f.d., professor (O'zbekiston)
Obidjon Shofiyev, f.f.f.d. (PhD), dotsent (O'zbekiston)
Zafar Umurqulov, f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Nurali Amonturdiyev, f.f.f.d. (PhD) (O'zbekiston)
Hakim Ahmedov, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Abdulla Xudoyqulov, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Ahad Shukurov, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Eshnazar Jabborov, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Abdumurod Arslonov, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Sirojiddin Turdimurodov, filologiya fanlari doktori, dotsent (O'zbekiston)
Umida Raximova, f.f.f.d. (PhD) (O'zbekiston)
Gulchehra Begmatova, f.f.f.d. (PhD) (O'zbekiston)
Nargis Qurbonazarova, filologiya fanlari doktori, dotsent (O'zbekiston)
Muyassar Xolova, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Shoira Omonturdiyeva, f.f.d., dotsent (O'zbekiston)
Sherzod Turdiqulov, f.f.f.d. (PhD) (O'zbekiston)
Alibek Omonturdiyev, f.f.f.d. (PhD) (O'zbekiston)
Humayun Nadim Muhammad, f.f.f.d., dotsent (O'zbekiston)

Texnik muharrir: Bahodir To'raliyev

Учредитель:
Термезский государственный университет

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

НАУЧНО-ИННОВАЦИОННЫЙ ЖУРНАЛ

Зарегистрировано Агентством информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан от 19 октября 2020 года под номером 1122.

Авторы несут ответственность за точность приведенных в текстах примеров, отрывков и данных. Необходимо указывать источник при копировании из журнала.

Разрешено к печати: 20.06.2026
Размер бумаги; 70x85
Печатный лист: 5.94
Офсетная печать. Офсетная бумага
Тираж: 100. Цена договорная
Заказ: 155

Печатано в «Типографии ТерГУ»
ул. Баркамол авлод 43, г. Термез

Адрес редакции:
190111, г.Термез, ул. Баркамол авлод, 43.
Телефон: +998990 377 77 23, +99895 986 07 77

E-mail: philologicalresearch@umail.uz

Официальный сайт: https://journaltersu.uz

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:
Абдукадир ТАШКУЛОВ,
доктор экономических наук, профессор

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Бекпулат Умуркулов, доктор филологических наук, профессор (зам. главного редактора)
Шохиста Махмараимова, доктор филологических наук, профессор (ответственный редактор)
Урал Холияров, ф.ф.ф.д. (. PhD), доцент (Узбекистан)
Олмос Улвий Биннатова, д.ф.н., профессор (Азербайджан)
Карл Райхл, д.ф.н., профессор (Германия)
Вали Саваш Елок, д.ф.н., профессор (Турция)
Дорота Сильвия, PhD, доцент (Польша)
Забита Магомед кызы Теймурлу, доктор философии по филологии, доцент (Азербайджан)
Тарана Имамверди гызы Хаджиева, доктор наук, профессор (Азербайджан)
Муслихиддин Мухиддинов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Ибодулла Мирзаев, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Абди Маматов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Суюн Каримов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Мухаммадхон Хакимов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Нафас Шодмонов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Дилмурод Куронов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Мурадкасим Абдиев, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Бахтиёр Менглиев, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Нормат Юлдашев, д.ф.н., доцент (Узбекистан)
Бахтиёр Холмухамедов, д.ф.н., доцент (Узбекистан)
Бобоназар Муртазаев, к.ф.н., доцент (Узбекистан)
Аскар Эшмуминов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Обиджон Шофиев, д.ф.ф.н. (PhD), доцент (Узбекистан)
Зафар Умуркулов, д.ф.н., доцент (Узбекистан)
Нурали Амонтурдиев, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Хаким Ахмедов, д.ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Абдулла Худайкулов, д.ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Ахад Шукуров, д.ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Эшназар Джаббаров, д.ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Абдумурод Арслонов, д. ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Сирожиддин Турдимуродов, доктор наук, доцент (Узбекистан)
Умида Рахимова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Гульчехра Бегматова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Наргис Курбаназарова, доктор наук, доцент (Узбекистан)
Муяссар Холова, д.ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Шаира Амонтурдиева, д.ф.н., доцент (Узбекистан)
Шерзад Турдикулов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Алибек Омонтурдиев, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Хумаюн Надим Мухаммад, д.ф.ф.н., доцент (Узбекистан)

Технический редактор: Баходир Туралиев

Institutor:
Termez State University

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

SCIENTIFIC-INNOVATIONAL JOURNAL

Registered by the Agency for Information and Mass Communications under the President's Administration of the of the Republic of Uzbekistan on October 19, 2020 under number 1122.

The authors are responsible for the accuracy of the examples, passages and data provided in the texts. The source must be specified when copying from the journal.

Approved for printing: 20.06.2026
Size of the paper: 70x85
Printed sheet: 5.94. Offset printing.
Offset paper. Circulation: 100
Price is negotiable
Order: 155. Printed at the «Printing House of the TerSU»
43, Barkamol avlod str. Termez city.

Address of Editorial Office:
190111, Barkamol avlod str., 43,
Termez city.
Phone: +998990 377 77 23,
+99895 986 07 77

E-mail:
philologicalresearch@umail.uz

Official website:
https://journaltersu.uz

EDITOR IN-CHIEF:
Abdukodir TASHKULOV,
doctor of economic sciences, professor

EDITORIAL BOARD:

Bekpulat Umurkulov, doctor of philological sciences, professor (Uzbekistan) (deputy chief editor)
Shohista Makhmaraimova, doctor of philological sciences, professor (Uzbekistan) (editor-in-chief)
Ural Kholiyorov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Olmos Ulviy Binnatova, doct.of philol. sciences, professor (Azerbaijan)
Karl Rayxl, doct.of philol. sciences, professor (Germany)
Vali Salvash Elok, doct. of philol. sciences, professor (Turkey)
Dorota Silvia, PhD, associate professor (Poland)
Zabita Magomed kyzy Teymurlu, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Azerbaijan)
Tarana Imamverdi gizi Khadzhieva, Doctor of Sciences, Professor (Azerbaijan)
Muslihiddin Mukhiddinov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Ibodulla Mirzaev, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Abdi Mmatov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Suyun Karimov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Muhammadkhon Khakimov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Nafas Shodmonov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Dilmurod Kuronov, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Muradkasim Abdiyev, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Bakhtiyor Mengliev, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Normat Yuldashev, doct. of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Bakhtiyor Kholmukhamedov, doct. of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Bobonazar Murtazaev, cand.of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Askar Eshmuminov, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Obidjon Shofiev, PhD, associate professor (Uzbekistan)
Zafar Umurkulov, doct. of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Nurali Amonturdiev, PhD (Uzbekistan)
Hakim Akhmedov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Abdulla Khudaykulov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Ahad Shukurov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Eshnazar Jabbarov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Abdumurod Arslonov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Sirojiddin Turdimurodov, Doctor of Sciences, Associate Professor (Uzbekistan)
Umida Rakhimova, Doctor of Philosophy in Philology (Uzbekistan)
Gulchekhra Begmatova, Doctor of Philosophy in Philology (Uzbekistan)
Nargis Kurbanazarova, Doctor of Sciences, Associate Professor (Uzbekistan)
Muyassar Kholova, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Shoira Omonturdiyeva, doct. of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Sherzod Turdikulov, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)
Alibek Omonturdiev, Doctor of Philosophy in Philology (Uzbekistan)
Humayun Nadim Muhammad, Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor (Uzbekistan)

Technical editor: Bakhodir Turaliyev

МУНДАРИЖА

TILSHUNOSLIK

ШАКЕНОВА МАЙГУЛЬ ТУЛЕГЕНОВНА
Прецедентные имена как маркеры культурной памяти в современных медиа Казахстана 7

КОДИРОВА МУКАДДАС ТОГАЕВНА
Синергетическая трансформация узбекского и английского бизнес-дискурса 11

BAYNAZAROV ZOKIR
«Chig'atoy gurungi» va uning o'zbek tilshunosligi tarixidagi o'rni 16

XOLNAZAROV UMID ERKINOVICH
Disleksiya neyrolingvistik muammo sifatida 22

RAHMATOVA GAVHAR OMONOVNA
«Devoni lug'ati-t-turk» asaridagi jangnoma she'rlar va ularning semantikasi 28

RAHIMOV USMONJON ERGASHEVICH
Pragmalingvistika va unga bog'liq hodisalarni antroposentrik nazariya asosida tadqiq etish 33

ABDULLAJONOVA MADINA TO'LANBOY QIZI
Disgrafiyaga xos xatolarning yoshga bog'liq dinamikasi 39

КАЛДЫГОЗОВА С.Е.
Термины-эпонимы в психологических блог-дискурсах 46

ASADOV ALISHER BAHODIROVICH
Preventiv nutqiy aktlarning lingvopragmatik va sotsiopragmatik jihatlari 39

ERIMMATOVA ZUXRA AZIMBOYEVNA
Qo'lyozmalarda kotiblarning (nusxa ko'chiruvchilarning) eng muhim amallari 54

ELOVA DILRABO QUDRATILLAYEVNA
Normativ matn talqinida sintaktik qamrovning o'rni 60

NORMO'MINOV SHERZOD TO'YCHIYEVICH
O'zbek shevalarida leksik tanlovning yosh omili: avlodlararo qatlamlanish 65

SAMINOV ABDUMALIK INOMJONOVICH
Oksyumoronning sintaktik-stilistik va lingvopoetik xususiyatlari (Shavkat Rahmon she'riyati misolida) 68

FAYZIYEVA AZIZA ANVAROVNA
Axloqiy-hissiy konseptlar: sof hissiy va sof axloqiy konseptlardan farqlanish mezonlari 72

ABDULLAYEV DAVRONBEK DILMUROD O'G'LI
«Maoniy an-nahv» kitobida «na'ti maqtu'» (uzilgan sifat) hodisasi 76

BABAXANOVA DILAROM AXMATXANOVNA
Ona tili boyligi – madaniy nutqni shakllantiruvchi vosita 79

ИСЛОМОВА ДИЛНОЗА УЙГУН КИЗИ
Понятие и функции социальной рекламы в обществе 82

ASATULLOYEVA MUHAYYO ALISHER QIZI
Til birliklarining pragmalingvistik xususiyatlari: informema va pragmema oppozitsiyasida frazeologik birliklarning o'rni 86

МУНДАРИЖА

MURODULLAYEVA SARVINOZ YORQIN QIZI
Xudoyberdi To‘xtaboyev hikoyalarida milliy-madaniy birliklar tarjimasi:
milliy koloritni saqlash strategiyalari 90

O‘ROQOVA MUBORAK
Sud-tibbiy ekspertiza matnlarining diskursiv xususiyatlari 94

TURSINBAYEVA SHAXLOXON ALIMBAYEVNA
Badiiy matnda sharqona muloqot etiketi va nutqiy strategiyalar 97

XALIQULOVA MUSHARRAF EGAMNAZAR QIZI
Ijtimoiy reklama diskursida til, ma’no va madaniyat munosabati 102

ABDUMUMINOVA DILNOZA XOMIT QIZI
Ingliz tilida holat fe’llarining metaforik kengayishi 105

TURAEVA ORASTA
Ways of expressing irony in the heroic dramas of John Dryden 109

ADABIYOTSHUNOSLIK

RAHMATOVA GAVHAR OMONOVNA,
SOTVOLDIYEV SIROJIDDIN MAXAMMADDIN O‘G‘LI
«Devonu lug‘ati-t-turk» asaridagi she‘riy uzindilar badiiyati 116

RAIMOVA SAYYORA ZAITOVNA
Intertekstual birliklarning poetik vazifasi 123

TASHPULATOV MUXRIDDIN RAXMATULLA O‘G‘LI
Jadid dramaturgiyasining g‘oyaviy-badiiy xususiyatlari 127

FAYZULLAYEVA NIGINA SUR’AT QIZI
Badiiy tafakkurda jinoyat va psixologiya o‘zaro aloqadorligining estetik talqini 132

БУРАНОВА ЖАМИЛА АЛИЕВНА
Влияние мифологических мотивов создания и разрушения на сюжет романа 135

МУҲАММАД АБДУЛЛАЕВ
Убайдий ижодида салафлари ижоди таъсири 139

RAMAZON ABDULLAEV
Muizziy qasidalarda lirik mazmun va badiiy mahorat 142

TA’LIM

XALILOVA MUYASSARXON TOLIPOVNA
Bog‘lanishli matn yaratish malakasini rivojlantiruvchi zamonaviy metodlar 145

Filologik tadqiqotlar: til, adabiyot, ta'lim. 2026; 5
ISNN: 2181-1741 (Print)
ISNN: 2181-1725

IJTIMOIY REKLAMA DISKURSIDA TIL, MA'NO VA MADANIYAT MUNOSABATI

Xaliqulova Musharraf Egamnazar qizi,
Navoiy davlat universiteti, o'qituvchi

Reklama jamiyatda biron bir mahsulot yoki ijtimoiy dolzarb masala to'g'risida ommaga axborot yetkazish uchun xizmat qiladi. Shu vazifasiga ko'ra, reklamaning asosiy elementi til hisoblanadi. Odatda, reklama matnlari tili boshqa ommaviy axborot nashrlari tilidan ancha farq qiladi. Chunki reklama kontekstida, ayniqsa ijtimoiy reklamalarda til birliklari faqatgina ma'lumot yetkazish uchun emas, balki ommani harakatga undash, fikrga ta'sir o'tkazish uchun xizmat qiladi. Ta'sirli xabarlarni yaratishda esa reklama yaratilayotgan jamiyat til va madaniyatiga alohida e'tibor qaratish lozim. Ijtimoiy reklama matnlarini tahlil qilar ekanmiz, uning ham kommunikativ, ham ijtimoiy, ham lingvomadaniy hodisa ekanligiga guvoh bo'lamiz. Reklama orqali ma'lum ijtimoiy, ma'rifiy yoki madaniy qadriyatlarni uzatishga erishish mumkin. Zero, reklama o'zida aks ettirayotgan davlat fuqarolarining ruhi, psixologiyasi, mentaliteti, shuningdek, madaniyatini ham o'zida mujassamlashtiradi. Reklama matnini o'rganishda nafaqat konseptual, balki diskursiv yondashuv ham talab etiladi. Chunki reklama matni lingvistik hamda kulturologik jihatlar, qadriyatlar bilan hamohang tarzda yaratiladi.

Ijtimoiy reklama matnlarini lingvistik, lingvomadaniy, semantik va diskursiv jihatdan o'rganish zamonaviy tilshunoslikning faol rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ushbu sohada bir qator xorijiy va mahalliy olimlar muhim tadqiqotlar olib borgan. Semantika va ma'no nazariyasi doirasida ingliz tilshunosi J. Lich so'z ma'nolarini denotativ, konnotativ, ijtimoiy, effektiv, reflektiv, kollokativ va tematik turlarga ajratib o'rganadi.[1] Uning ishlari reklama matnlaridagi ma'no qatlamlarini tahlil qilishda asosiy nazariy baza sifatida xizmat qiladi. Zamonaviy lingvomadaniy tadqiqotlarda V. Maslova va V. Krasnix kabi olimlar til birliklarining madaniy kodlar bilan bog'liqligini chuqur tahlil qilgan.[2] Tahlil qilingan adabiyotlar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy reklama matni lingvistik birlik sifatida nafaqat semantik ma'no, balki ijtimoiy va madaniy kodlarni ham o'zida mujassam etadi.

Mazkur tadqiqotda ijtimoiy reklama matnlarining lingvomadaniy xususiyatlarini aniqlash maqsadida semantik hamda diskursiv tahlil metodlaridan foydalanildi. Tadqiqot obyekti sifatida ekologiya, bolalar huquqlari, gender tengligi, sog'lom turmush tarzi va zo'ravonlikka qarshi kurash mavzulariga oid ingliz tilidagi ijtimoiy reklama namunalari tanlab olindi. Jumladan, «Save the Planet», «No Child Marriage», «Stop Domestic Violence», «Say No to Drugs» kabi xalqaro ijtimoiy kampaniyalar reklama matnlari tahlil qilindi.

Tadqiqot materiallari xalqaro tashkilotlar va ijtimoiy kampaniyalarning rasmiy internet sahifalari hamda ommaviy media platformalaridan olindi. Xususan, Save the Children, UNICEF, World Health Organization va UN Women tomonidan e'lon qilingan ijtimoiy reklama materiallaridan foydalanildi. Shuningdek, reklama namunalari YouTube, Instagram va ijtimoiy kampaniyalar arxivlaridan yig'ildi.

Tahlil jarayonida reklama matnlaridagi til birliklari J.Lichning ma'no turlari nazariyasi asosida denotativ, konnotativ, ijtimoiy, effektiv, reflektiv, kollokativ va tematik ma'nolar nuqtai nazaridan o'rganildi. Tadqiqot davomida reklama matnlarining kommunikativ samaradorligi, emotsional ta'siri hamda madaniy xususiyatlari aniqlab berildi.

Ijtimoiy mavzudagi reklamalar alohida uslubiy yondashuv talab etadi, chunki ular jamoatchilik fikrini shakllantirish, xulq-atvorni o'zgartirish va ijtimoiy muammolarga e'tiborni jalb qilishga qaratiladi. Bunda lingvistik va nolingvistik vositalar bir-biri bilan o'zaro bog'liq, biri ikkinchisini to'ldiruvchi xususiyatga ega. Reklama matnlarida aks etuvchi barcha so'z, rasm, shartli belgi va simvollar o'zaro yaxlit holda umumiy ma'noni tinglovchi/tomoshabinga yetkazib berish uchun xizmat qiladi. Ya'ni, reklama matni semantikasini to'g'ri tushunish lingvistik va nolingvistik birliklar tanlanishidagi mutanosiblikka bog'liq hisoblanadi.

[1] Leech G. English in advertising: A linguistic study of advertising in Great Britain (English Language Series). London: Longman, 1972. – P. 109.

[2] Красных В.В. Некоторые базовые понятия лингвокультурологии // Русский язык: Исторические судьбы и современность. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. – С. 659–660.

Ingliz tilshunos olimi J.Lich so'z ma'nolari turlarga bo'lib o'rganishni taklif etadi.[1] Tilshunosning ta'kidlashicha, so'z kontekstga ko'ra turli ma'nolarda qo'llanilishi mumkin, so'z ma'nosini turlarga ajratish tahlil qilish uni to'g'ri tushunishda, tilning murakkab va ko'p qatlamli tabiatini yaxshiroq anglashda yordam beradi. U tilshunoslikda so'z ma'nolarini yettita turga ajratib o'rganadi.

Denotativ ma'no (Denotative meaning) bu so'zning to'g'ridan-to'g'ri, lug'aviy, ya'ni asl ma'nosi, kontekst tarkibidan ajratib olinganda o'zida saqlab qoladigan ma'no hisoblanadi. Ba'zi manbalarda so'zning konseptual ma'nosi deb ham yuritiladi. Denotatsiya so'zni bilgan har bir kishi uchun bir xil bo'ladi. Misol uchun «qush» so'zi bu «uchadigan va tuxum qo'yadigan hayvon» ni anglatadi.

Konnotativ ma'no (Connotative meaning) – so'zni ishlatishda unga qo'shilgan qo'shimcha ma'nolar yoki tasavvurlar, so'zning birdan ortiq ma'noga ega bo'lishi, ya'ni konseptual ma'nodan tashqari, kontekstda anglab olinadigan ma'nosidir. Bu ma'no, asosan, hissiy, madaniy yoki shaxsiy qarashlardan kelib chiqadi. Masalan, «qizil» rangining konnotativ ma'nosi bu rang ba'zi madaniyatlarda muhabbat, ehtiros, xavf yoki qasosni anglatishidir. Bunda «qizil» rangining asosiy (denotativ) ma'nosi bilan birga, turli kontekstlarda qo'shimcha ma'nolari (konnotatsiyalar) hosil bo'lishini ko'rishimiz mumkin.

Ijtimoiy ma'no (Social meaning) so'z yoki ifodaning auditoriya yoki tilni ishlatishning maqsadiga qarab o'zgarishi hisoblanadi. Bu ma'no turi tilning ijtimoiy status, guruh yoki ma'lum bir madaniyatga oidligini bildiradi, jamiyatdagi qadriyatlar, me'yor va normalarni aks ettiradi. Ijtimoiy ma'no so'zning ijtimoiy kontekstda qanday qabul qilinishi va uning funksiyasi bilan bog'liq bo'ladi. Masalan, «people» (odamlar) so'zining denotativ ma'nosi biologik mavjudotni ifodalasa, ijtimoiy ma'nosi odamlar o'rtasidagi munosabatlarni, hurmat va tenglikni aks ettiradi. «When we make things accessible, we make things possible for all people» degan jumlada esa ijtimoiy darajasi, shaxsiy qobiliyatlaridan qat'i nazar jamiyat vakillari teng va bir xil huquq-majburiyatlarga ega ekanligini ta'kidlaydi. «Ayol» va «erkak» so'zlarini tahlil qiladigan bo'lsak, bu so'zlar faqat jinsga oid emas, balki ijtimoiy rollarni, o'zaro munosabatlarni ham belgilaydi. «Ayol» va «erkak» so'zlari ma'lum bir yosh va jinsdagi ijtimoiy rollarni anglatsa-da, ularning ijtimoiy ma'nosi jamiyatdagi qarashlar va me'yorlarga qarab farq qiladi. Misol uchun, 'Be a real man' (Haqiqiy erkak bo'ling!) kabi iboralar ijtimoiy normativ va qadriyatlarni ifodalaydi.

Effektiv ma'no (Effective meaning) so'z yoki iboralar orqali ifodalangan hissiy holat yoki tuyg'ularni anglatadi. So'zlarning affektiv ma'nosi odatda gapiruvchining hissiyotlari yoki ruhiy holatini aks ettiradi. Masalan, «Bu juda yomon!» iborasi effektiv ma'nosi orqali gapiruvchining noroziligi yoki g'azabini bildiradi. Bu ma'no so'zlovchi ovozining ohangi va intonatsiyasiga bog'liq.

Reflektiv ma'no (Reflective meaning) so'z yoki ifodaning ikki yoki undan ortiq ma'nolarni anglatishi va bu ma'nolarning bir-birini tasdiqlashidir. Reflektiv ma'no tilni ishlatishda semantik ko'pma'nolilikni ko'rsatadi. Bunda bir ma'no ikkinchi ma'noni keltirib chiqaradi. Aniqroq qilib aytganda, bir narsa ikkinchi narsaga ta'sir o'tkazadi. Misol uchun «yorug'lik» so'zini olaylik, bir tomondan «nurlanish»ni anglatsa, boshqa tomondan «bilish yoki tushunish»ni anglatadi. Bu ma'nolar bir-birini reflektiv ravishda to'ldiradi. Bundan tashqari, so'z yoki iboraning individual yoki ijtimoiy tajriba asosida bog'langan qo'shimcha tasavvurlarini anglatishi ham reflektiv ma'noga kiradi. Bu ma'no biror so'zning boshqa narsalar bilan bog'liq bo'lishi mumkinligiga ishora qiladi. Masalan, «yashil» rangining assotsiativ ma'nosi «tabiat», «bahor» yoki «yangi boshlanishlar» bilan bog'lanishi mumkin.

Kollokativ ma'no (Collocative meaning) bu so'zlarning birgalikda ishlatilishidagi tabiiylik va o'rinliligini anglatadi. So'zlarning boshqa so'zlar bilan birikib, hosil qiladigan ma'nosi hisoblanadi. Bunda bir so'z boshqa bir so'z bilan o'zaro munosabatga kirishib, ma'noli va ta'sirli gap hosil qiladi. So'zlar o'rtasidagi muntazam tabiiy kombinatsiyalar tilga xos bo'lib, bular ijtimoiy kontekstlarda, ayniqsa reklama matnlarida, muhim rol o'ynaydi. Kollokatsiyalar reklama xabarlarida ko'pincha maqsadli auditoriya bilan samarali muloqot qilish uchun ishlatiladi, chunki ular ehtiyotkorlik bilan tanlangan so'zlar yordamida ma'lumotni aniq va esda qolarli tarzda yetkazadi. Reklama matnlarida kollokativ ma'no orqali ijtimoiy mavzularni ilgari surish ko'pincha tomoshabinlarning hissiyotlarini uyg'otish va ularning e'tiborini tortish uchun ishlatiladi. Misol uchun «Save the planet» (Sayyorani saqlang) jumlasini olaylik. «Save» va «planet» so'zlari ko'pincha birga ishlatiladi va bu kombinatsiya ekologik kampaniyalar uchun keng tarqalgan kollokatsiya hisoblanadi. Bu so'zlar birgalikda tabiiy va odatiy eshitiladi, shuning uchun auditoriya ular orqali ekologik masalalarga bo'lgan e'tiborni jalb qiladi.

Tematik ma'no (Thematic meaning) matndagi asosiy mavzu yoki g'oyani anglatadi, suhbatning umumiy mazmuni va yo'nalishini ko'rsatadi. «Protect the nature» (Tabiatni himoya qiling) rekla-

[1] Leech G.N. Semantics: The Study of Meaning, Harmondsworth, Middlesex, England; New York, N.Y., U.S.A.: Penguin. 1981, -P.42.

masi ekologik muammolarga e'tibor qaratadi va atrof-muhitni saqlash, tabiiy resurslarni himoya qilish kabi muhim g'oyalarni ilgari suradi.

Xulosa qilib aytganda, J.Lichning ma'no turlari tilshunoslikda tilning o'zgaruvchan va murakkab xususiyatlarini tushunishga yordam beradi. Har bir ma'no turi tilning turli jihatlarini, masalan, hissiy holatlar, ijtimoiy kontekstlar, reflektiv va assotsiativ bog'lanishlar kabi aspektlarni ko'rsatadi. Bu turlarni o'rganish, tilning semantik va pragmatik nuqtayi nazardan yanada chuqur tushuncha hosil qilishga yordam beradi. Tadqiqot davomida ijtimoiy reklamalarda qo'llanilgan til birliklari auditoriyani muayyan ijtimoiy muammolarga e'tibor qaratishga, fikrlashga va harakat qilishga undashi aniqlandi. J. Lichning ma'no turlari nazariyasi asosida olib borilgan tahlil reklama matnlarida ma'nolar o'zaro uyg'un holda qo'llanishini ko'rsatdi. Ayniqsa, konnotativ va affektiv ma'nolar reklama xabarining emotsional ta'sirchanligini oshirishda muhim rol o'ynashi kuzatildi.

Ijtimoiy reklama matnlarida lingvistik va nolingvistik vositalarning birgalikda qo'llanishi reklama samaradorligini ta'minlaydi. Reklama matnlari orqali ma'lum bir jamiyatning madaniy qadriyatlari, ijtimoiy me'yorlari va mentaliteti aks etishi tadqiqotning lingvomadaniy ahamiyatini belgilaydi.

Tadqiqot natijalari ijtimoiy reklama matnlarini semantik, diskursiv va lingvomadaniy jihatdan o'rganishda nazariy hamda amaliy ahamiyatga ega bo'lib, kelgusida reklama tilini tadqiq etishga oid ilmiy izlanishlar uchun muhim manba bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Rezyume. Mazkur maqolada ingliz tilida ijtimoiy reklama matnlarining lingvomadaniy xususiyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda reklama tilining jamiyat ongiga ta'siri, semantik va diskursiv jihatlari yoritilgan. Mavzuning dolzarbligi ijtimoiy reklamaning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o'rni bilan izohlanadi. Tadqiqot jarayonida semantik, diskursiv va lingvomadaniy tahlil metodlaridan foydalanildi hamda J.Lichning ma'no turlari nazariyasiga murojaat qilindi. Natijalar ijtimoiy reklama matnlarida til birliklari nafaqat axborot yetkazish, balki auditoriyaga ta'sir o'tkazish vazifasini ham bajarishini ko'rsatdi. Ushbu tadqiqot ishi reklama matnlarini lingvistik va madaniy jihatdan o'rganishda nazariy hamda amaliy ahamiyatga ega.

Resume. This article analyzes the linguistic and linguocultural features of social advertising texts. The study examines the influence of advertising language on public consciousness, as well as the semantic and discursive aspects of advertisements. The relevance of the topic is explained by the important role of social advertising in shaping public opinion. Semantic, discursive, and linguocultural analysis methods were applied in the research, together with J. Leech's theory of meaning types. The results showed that language units in social advertising texts serve not only to provide information but also to influence the audience. The study has theoretical and practical significance in the linguistic and cultural analysis of advertising texts.

Резюме. В данной статье анализируются лингвистические и лингвокультурологические особенности текстов социальной рекламы. В исследовании рассматриваются влияние языка рекламы на общественное сознание, а также семантические и дискурсивные аспекты рекламы. Актуальность темы объясняется важной ролью социальной рекламы в формировании общественного мнения. В ходе исследования были использованы методы семантического, дискурсивного и лингвокультурологического анализа, а также теория типов значения Дж. Лича. Результаты показали, что языковые единицы в текстах социальной рекламы выполняют не только информативную, но и воздействующую функцию. Исследование имеет теоретическое и практическое значение в изучении рекламных текстов с лингвистической и культурологической точек зрения.