REKLAMA MATNLARINING VAZIFASI VA O'RNI

Marhabo Qodirova
Buxoro innovatsion ta'lim va tibbiyot universiteti 2-bosqich magistranti

Qabul qilindi: 19.01.2026
Ko'rib chiqildi: 20.01.2026
Tasdiqlandi: 21.01.2026
Kalit so'zlar:
reklama, iqtisodiyot, istemolchi, mahsulot, madaniyat, rag'batlantirish, axborot berish.

Annotatsiya. Reklama matnlari bozor iqtisodiyoti va ommaviy kommunikatsiyada muhim ahamiyat kasb etadi. Ular iste'molchiga mahsulot yoki xizmat haqida axborot berish, uni xarid qilishga ishontirish, brendni targ'ib qilish va ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarda ta'sir ko'rsatish kabi funksiyalarni bajaradi.

Reklama matnlari mahsulot yoki xizmat haqida aniq va lo'nda axborot yetkazishga xizmat qiladi, shu jumladan uning nomi, narxi, xususiyatlari va mavjudligi haqida ma'lumot beradi. Bu iste'molchilarga ongli qaror qabul qilish imkonini yaratadi.

Reklamalarning axborot berish vazifasi reklamaning eng asosiy funksiyalaridan biridir. Bu vazifa reklama orqali iste'molchilarga mahsulot, xizmat yoki brend haqida kerakli, aniq va tushunarli ma'lumotlarni yetkazishni o'z ichiga oladi. Buni quyidagicha tushuntirish mumkin:

1. Mahsulot yoki xizmat haqida ma'lumot berish

Reklama iste'molchilarga mahsulotning turi, narxi, tarkibi, xususiyatlari, foydalanish usuli kabi ma'lumotlarni taqdim etadi. Masalan, yangi telefon modeli reklamasida uning batareyasi, kamerasi va boshqa texnik xususiyatlari aytiladi.

2. Yangi mahsulot yoki xizmatni tanishtirish

Bozorga yangi kelgan mahsulot yoki xizmatni iste'molchilarga ma'lum qilish. Masalan, yangi shirinlik brendi haqida reklama chiqarish orqali odamlar uni qayerdan sotib olish mumkinligini biladi.

3. Iste'molchida tushuncha hosil qilish

Reklama mahsulotning afzalliklari, qo'llanish sohasi yoki raqobatchilardan farqi haqida axborot beradi. Bu iste'molchiga tanlov qilishda yordam beradi.

4. Savol va shubhalarni bartaraf etish

Reklama orqali iste'molchi mahsulot yoki xizmatga oid savollariga javob topadi: "Bu nima uchun foydali?", "Qayerda sotiladi?", "Qanday ishlatiladi?" kabi.

5. Axborotning turli shakllari

Reklama matni, video, banner, ijtimoiy tarmoqlar postlari yoki plakatlar orqali axborot berishi mumkin. Axborot berish oddiy va tushunarli bo'lishi muhim.

Reklama matnlari iste'molchilarning hissiyotlariga ta'sir qilib, ularni xarid qilish yoki xizmatdan foydalanishga undashga mo'ljallangan. Bu shiorlar, ijobiy obrazlar, ekspert fikrlari yoki dalillar orqali amalga oshiriladi.

Reklama mijozni mahsulot yoki xizmatga ishonch hosil qilishga undaydi. Bu vazifa quyidagi jihatlarda namoyon bo'ladi:

• Mahsulot sifati va foydasi haqida ma'lumot berish: Masalan, "100% tabiiy" yoki "5 yillik kafolat" kabi ma'lumotlar iste'molchiga xavfsizlik va sifat hissini beradi.

• Brend obro'sini oshirish: Tanilgan kompaniya yoki ekspert fikri bilan bog'liq reklamalar ishonchni kuchaytiradi.

• Dalillar va faktlardan foydalanish: Statistika, sertifikatlar yoki mijozlar sharhlari orqali ishonch yaratish.Misol:

"O'zbekiston bozorida eng ko'p sotilgan mahsulot" — bu ifoda mahsulotning mashhurligi orqali ishonch uyg'otadi.

Reklama matnlari brendni iste'molchining yodida saqlashga yordam beradi va mahsulotni raqobatchilardan ajratib ko'rsatadi. Brend imidjini yaratish ham reklama matnining muhim funksiyalaridan biridir.

Reklama mijozning qaroriga ta'sir ko'rsatadi, ya'ni u xarid qilish, xizmatdan foydalanish yoki xatti-harakatini o'zgartirishga undaydi. Bu vazifa quyidagicha amalga oshadi:

• Emotsional ta'sir: Kulgi, hayajon, quvonch yoki qo'rquv orqali iste'molchining hissiyotiga murojaat qilish.

• Qiziqish uyg'otish: Reklama mahsulotning noyob jihatlarini yoki foydali tomonlarini ko'rsatadi.

• Chaqiriq yoki rag'batlantirish: "Cheklangan taklif", "Faqat bugun" kabi iboralar xarid qilishga undaydi.Misol:

"Bugun xarid qilsangiz, 20% chegirma!" — bu xarid qilish qaroriga bevosita ta'sir qiladi.

Reklama matnlari nafaqat iqtisodiy jarayonlarni faollashtiradi, balki til va madaniyat rivojiga ham ta'sir ko'rsatadi. Ular bozorni rag'batlantiradi, iste'molchining ijtimoiy qarorlariga ta'sir qiladi va lingvistik tadqiqotlar uchun mustahkam manba bo'ladi.

Reklama matnlari zamonaviy jamiyat va bozor iqtisodiyotida muhim rol o'ynaydi. U axborot beruvchi, ishontiruvchi, brendni targ'ib qiluvchi va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega vosita sifatida ishlaydi. Reklama matnlarini tahlil qilish nafaqat lingvistik, balki iqtisodiy va madaniy nuqtai nazardan ham dolzarbdir.

Reklamaning axborot berish vazifasi – iste'molchilarga to'g'ri va yetarli ma'lumot berish orqali ularni xabardor qilish, mahsulotni tanlashga yordam berishdir. Shu bilan birga, axborot berish vazifasi reklamaning boshqa vazifalari (e'tiborni jalb qilish, xaridga undash) bilan birga ishlaydi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Abdisamatov, A. J. "Ingliz va o'zbek tillaridagi reklama matnlarida frazeologik transformatsiya". Educational Research in Universal Sciences, 2022.
2. Axmadaliyeva, S. M. "Reklamalarda verbal va noverbal vositalarning ahamiyati". Ta'lim innovatsiyasi va integratsiyasi.
3. Pakirdinova, S. A. "The function and peculiarities of advertising text in linguistics". 2022.
4. Mirzayeva, H. B., & Siddiqova, I. A. "Reklama matnlarining lingvomadaniy jihatlari va ularning tarjimadagi ahamiyati". Educational Research in Universal Sciences, 2023.
5. Yunusova, S. M. "Paraphrases related to the language of advertising". International Journal of Linguistics, Literature and Culture.
6. Phartenadze, N. "Linguistic means of advertising text". Language and Culture.
7. Reklama matnlari axborot birligi sifatida. IQRO Indexing.