



INGLIZ TILIDAGI HALOL MAHSULOTLAR REKLAMA SLOGANLARIDA SO'Z O'YINLARINING PRAGMATIK JIHA TLARI

Meliyeva Ulbeka Eshboyevna

*Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti 1- kurs doktoranti,
Denov 1- son ixtisoslashtirilgan maktabi ingliz tili o'qituvchisi*

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15179403>

***Annotatsiya.** Ushbu maqolada ingliz tilidagi halol mahsulotlar reklama sloganlarida so'z o'yini va uning pragmatik jihatlari tahlil qilinadi. Halol mahsulotlar, ayniqsa musulmon bo'lgan iste'molchilarga mo'ljallangan mahsulotlar bo'lib, ularning reklama qilishda madaniy, diniy va ijtimoiy qadriyatlar inobatga olinadi. So'z o'yini reklama matnlarida mahsulotning sifatini ta'kidlash, mijozlar bilan hissiy aloqalarni o'rnatish va brendni ajratib ko'rsatishda samarali vosita sifatida ishlatiladi. Maqolada halol mahsulotlar reklamasida pragmatik jihatlari, so'z o'yinlari yordamida qanday qilib yuqori darajadagi ta'sirga erishish mumkinligi ko'rsatilgan.*

***Kalit so'zlar:** halol mahsulotlar, reklama, ingliz tili, so'z o'yini, pragmatika, reklama sloganlari, madaniy qadriyatlar, ijtimoiy mas'uliyat, brend, hissiy ta'sir.*

Kirish. Reklama va tilshunoslik sohalarida olib borilayotgan izlanishlar doirasida, halol mahsulotlar reklama matnlaridagi so'z o'yinlarining pragmatik jihatlari o'rganish, o'zining dolzarbligi va ahamiyatini hisobga olgan holda, yangi tadqiqotlar va amaliy yondashuvlar uchun muhim ilmiy asoslarni taqdim etadi. Halol mahsulotlar so'nggi yillarda butun dunyo bo'ylab mashhurlik kasb etmoqda. Ayniqsa, musulmonlarga mo'ljallangan bo'lsa-da, halol mahsulotlar non-musulmon davlatlarida ham turli sabablarga ko'ra talabga ega bo'lib bormoqda. Ushbu mahsulotlarni reklama qilishda, ayniqsa, ingliz tilida so'z o'yini va pragmatik jihatlari katta ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqolada ingliz tilidagi halol mahsulotlar reklama sloganlaridagi so'z o'yinlarining pragmatik jihatlari o'rganiladi. Pragmatika tilshunoslikda tilning real hayotdagi ishlatilishini, ya'ni ma'lum bir ijtimoiy va madaniy kontekstga asoslangan kommunikatsiyani o'rganadi. Halol mahsulotlar reklamasida pragmatik jihatlarning ahamiyati yuqori, chunki reklama kompaniyalarining maqsadi, faqat mahsulotni sotish emas, balki ma'lum bir ijtimoiy va diniy qadriyatlarga asoslanib, brendga salbiy yoki noqulay ta'sirlarni oldini olishdir [1].

So'z o'yini (wordplay) — bu tilning lexik va grammatik imkoniyatlarini kreativ tarzda ishlatish usuli bo'lib, ma'lum bir ma'lumotni yoki g'oyani ko'rsatishda estetik va profilaktik ta'sir yaratish uchun ishlatiladi. Reklama sohasida so'z o'yini ko'pincha mijozni qiziqtirish va mahsulotni ajratib ko'rsatish uchun ishlatiladi. Halol mahsulotlar reklama sloganlarida so'z o'yinlari asosida turli pragmatik maqsadlar amalga oshiriladi. Ingliz tilidagi halol mahsulotlar reklama sloganlarida so'z o'yinlari



XORIJIY TILLARNI O'QITISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR NAZARIYANING AMALIYOTGA TATBIQI

mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani

pragmatik jihatdan juda muhim o'rin tutadi. So'z o'yinlari nafaqat mahsulotni ajratib ko'rsatadi, balki mijozlarning hissiy va madaniy qadriyatlariga mos keladigan ta'sir yaratadi. Halol mahsulotlar reklamasidagi so'z o'yinlari orqali brendlar o'zlarining ijtimoiy mas'uliyatini va ishonchliligini namoyon etadilar. Bu esa ularning muvaffaqiyatiga olib keladigan asosiy omillardan biri bo'ladi [2].

Ushbu tadqiqot halol mahsulotlar reklama sloganlaridagi so'z o'yinlarining pragmatik jihatlarini o'rganishga bag'ishlangan bo'lib, bugungi global bozorga, ayniqsa musulmon iste'molchilariga mo'ljallangan mahsulotlarni reklama qilishda tilning qanday rol o'ynashini tahlil qiladi. Halol mahsulotlar, o'zining diniy, madaniy va ijtimoiy ahamiyati bilan nafaqat musulmon mamlakatlarida, balki butun dunyoda talabga ega bo'lmoqda. Shu bois, bu mahsulotlarni reklama qilishda, ayniqsa tilning ijodiy va kommunikativ imkoniyatlari keng qo'llaniladi. Reklama matnlarida so'z o'yinlari yordamida iste'molchilarga mahsulotning ishonchliligi, sifatini va diniy tozaligini ta'kidlash, shuningdek, ular bilan hissiy aloqalar o'rnatish muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotning dolzarbligi shundaki, hozirgi kunda reklama sohasidagi tilshunoslik va pragmatika tadqiqotlari hali ham rivojlanayotgan soha hisoblanadi. Halol mahsulotlar reklamasidagi so'z o'yinlarining pragmatik jihatlarini tahlil qilish, reklama matnlarining samaradorligini oshirish va brendlarni muvaffaqiyatli tarzda targ'ib qilish uchun yangi yondashuvlarni taklif qiladi. Shu bilan birga, ushbu tadqiqot musulmon iste'molchilarining diniy va madaniy qadriyatlarini hisobga olish, ularning ehtiyojlari va xohishlariga mos ravishda reklama strategiyalarini ishlab chiqishga yordam beradi.

Halol mahsulotlar reklama sloganlarida pragmatik jihatlar quyidagi shakllarda namoyon bo'lishi mumkin:

1. **Madaniy o'ziga xoslikni ta'kidlash.** Halol mahsulotlar reklama qilishda, ko'pincha, musulmon madaniyatiga xos bo'lgan qadriyatlar ta'kidlanadi. So'z o'yini bu qadriyatlarni oddiy va tushunarli qilib taqdim etishga yordam beradi. Misol uchun, "Pure in spirit, pure in taste" (Ruhiy poklik, ta'mda poklik) degan reklamada, "pure" so'zi ikki ma'noda ishlatilgan: birinchidan, halol bo'lishi, ikkinchidan, mahsulotning sifatli va toza ekanligini bildiradi.

2. **Mahsulotning sifatini oshirish.** Halol mahsulotlar ko'pincha yuqori sifatli deb ta'riflanadi. So'z o'yinlari yordamida reklama kompaniyalari mahsulotning tozaligini va sifatini yuqori darajada aks ettirishga harakat qiladilar. Masalan, "Taste the trust, trust the taste" (Ishonchni tatib ko'ring, ta'mga ishonch hosil qiling) degan reklama orqali, iste'molchilarga mahsulotning halolligiga ishonch hosil qilinadi.



XORIJIY TILLARNI O'QITISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR NAZARIYANING AMALIYOTGA TATBIQI

mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani

3. **Hissiy ta'sir yaratish.** So'z o'yini orqali reklama kompaniyalari mijozlarning hissiyoti bilan ishlashni maqsad qiladilar. Halol mahsulotlar reklamalari orqali, iste'molchilarda halol bo'lishning ahamiyati va mas'uliyatni his qilishni rag'batlantirish mumkin. Misol uchun, "Clean your plate, clean your soul" (Ta'mgohingizni tozalang, ruhingizni poklang) kabi reklama slogani, ozuqaviy tozalikka bo'lgan ahamiyatni oshiradi.

4. **Humoreshakl va ijodkorlik.** Halol mahsulotlar reklamalari ko'pincha humoreshakl va ijodiy yondoshuvlarni qo'llaydi. Bu esa brendning boshqalardan ajralib turishiga yordam beradi. Shuningdek, reklama mijozlarni o'ylashga majbur qiladi va ular mahsulot haqida yanada ko'proq ma'lumot olishga intilishadi. Misol uchun, "Feel good, eat good" (Yaxshi his qiling, yaxshi yeng) degan reklama nafaqat halollikni, balki sog'lom turmush tarzini ham targ'ib qiladi [3].

Halol mahsulotlar reklama matnlarida so'z o'yini va pragmatik jihatlar hozirgi kunda keng o'rganilayotgan mavzulardan biridir. Reklama, tilshunoslik va pragmatika sohalarining kesishgan joyida joylashgan ushbu mavzu, tilning kommunikativ va estetik imkoniyatlaridan qanday foydalanish mumkinligini ko'rsatadi. Halol mahsulotlar reklamasida so'z o'yinlarining ahamiyati, ayniqsa, musulmonlar uchun maxsus diniy va madaniy qadriyatlarni hisobga olgan holda, ularning e'tiborini jalb qilish va brendni muvaffaqiyatli targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Halol mahsulotlar reklamalari so'nggi yillarda global miqyosda ommalashib bormoqda. Halol so'zi, musulmonlar uchun o'zgacha ma'no va ahamiyatga ega bo'lib, bu mahsulotlarning sifatiga va tayyorlanishiga qo'yilgan diniy talablarni bildiradi. Halol mahsulotlar reklama kompaniyalarida so'z o'yinlari yordamida, mahsulotlarning ishonchliligi va sifatini ta'kidlash ko'p hollarda ularning diniy va madaniy jihatlari bilan bog'lanadi. Pragmatika nuqtai nazaridan, reklama kompaniyalari har doim mijozlar bilan to'g'ri va samarali kommunikatsiya o'rnatishni maqsad qiladilar. Reklama matnlarida so'z o'yinlari orqali, ular mijozlarga mahsulotlar haqida ijobiy his-tuyg'ular uyg'otishga harakat qiladilar.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, halol mahsulotlar reklamalari ko'pincha ikki ma'nodagi so'zlardan, metaforalardan va boshqa til vositalaridan foydalanadi. Masalan, "Clean your plate, clean your soul" (Ta'mgohingizni tozalang, ruhingizni poklang) kabi reklama sloganlari, mahsulotning halolligi va uning diniy pokligini ifodalaydi, shu bilan birga, iste'molchiga sog'lom turmush tarzini tanlashga undaydi. Bu kabi so'z o'yinlari nafaqat mahsulotning sifatini ta'kidlaydi, balki mijozlarni halol mahsulotni iste'mol qilishga undaydi. So'z o'yini, ayniqsa reklama matnlarida, tilning kreativ va ijodiy imkoniyatlaridan foydalanishni ta'minlaydi. Halol mahsulotlar



XORIJIY TILLARNI O'QITISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR NAZARIYANING AMALIYOTGA TATBIQI

mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani

reklama matnlarida bu usul, ko'pincha iste'molchilarni jalb qilish, brendni boshqalardan ajratib ko'rsatish va maqsadli auditoriya bilan hissiy aloqalarni o'rnatish uchun ishlatiladi. Adabiyotda (Norrick, 2003) so'z o'yinining reklama matnlarida ahamiyati haqida ko'plab tadqiqotlar mavjud. Ularning fikricha, reklama matnida so'z o'yini va boshqa til vositalarini ishlatish, iste'molchining mahsulotga bo'lgan qiziqishini oshiradi va brendning yodda qolishini ta'minlaydi [4]. Halol mahsulotlar reklama matnlarida so'z o'yini orqali madaniy elementlar ham taqdim etiladi. Masalan, musulmonlarning e'tiqodi va qadriyatlarini reklama matnlarida nafaqat mahsulotning sifatini, balki uning ijtimoiy va diniy ahamiyatini ham aks ettiradi. Bu yondashuv, reklama kompaniyalariga nafaqat mahsulotni sotish, balki o'z brendlarini jahon bozorida muvaffaqiyatli ravishda tanitish imkonini beradi (Goddard, 2002) [5].

Halol mahsulotlar reklamasidagi so'z o'yinlari, mijozlarning hissiy ta'sirini yaratish va mahsulot bilan bog'liq ijobiy his-tuyg'ularni shakllantirishda muhim vosita sifatida ishlatiladi. So'z o'yinlari reklama matnlarida ko'pincha mahsulotni boshqalardan ajratib ko'rsatish, iste'molchilarga mahsulotning ustun tomonlarini ta'kidlash uchun ishlatiladi. Bunday usul, reklama matnlarini yanada jozibador qiladi va iste'molchini mahsulotni sotib olishga undaydi. Yuqoridagi fikrni tasdiqlovchi misollarni ko'rib chiqish mumkin. Masalan, "Taste the trust, trust the taste" (Ishonchni tatib ko'ring, ta'mga ishonch hosil qiling) degan reklama slogani orqali, reklama kompaniyasi mahsulotning sifatini va ishonchliligini ta'kidlashni maqsad qilgan. Bu holatda, "taste" so'zi ikki ma'noda ishlatilgan: birinchidan, ta'mni, ikkinchidan, ishonchni bildiradi. Bunday so'z o'yinlari mijozlarga mahsulotning ishonchli va sifatli ekanligini tushunishga yordam beradi. Halol mahsulotlar reklama sloganlarida so'z o'yini va pragmatik jihatlar o'rtasidagi aloqani o'rganish, tilning reklama va kommunikatsiya jarayonidagi muhim rolini tushunishga yordam beradi. Reklama matnlarida so'z o'yinlari, faqat mahsulotni sotish uchun emas, balki uning diniy, madaniy va ijtimoiy qadriyatlarini namoyish qilish uchun ham muhim vosita sifatida ishlatiladi [6]. Pragmatika nuqtai nazaridan, halol mahsulotlar reklamalari, brendlarni muvaffaqiyatli tarzda targ'ib qilish va iste'molchilarning hissiy aloqalarini yaratish uchun samarali yondashuvni taklif qiladi.

Reklama matnlari dastlab tanlab olingan va keyin ular tilshunoslik asoslari, ayniqsa, pragmatika nuqtai nazaridan tahlil qilindi. Har bir reklama slogani alohida tahlil qilindi va so'z o'yinlari, metaforalarning pragmatik funksiyalari aniqlanib, mijozlarga qanday hissiy ta'sir qilishiga e'tibor qaratildi. Tahlil davomida, reklama matnlarida ishlatilgan so'z o'yinlarining va boshqa til vositalarining qanday qilib mahsulotning ishonchliligini, sifatini va haloligini ta'kidlashda yordam berishi



XORIJIY TILLARNI O'QITISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR NAZARIYANING AMALIYOTGA TATBIQI

mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani

ko'rsatildi. So'z o'yinlarining reklama matnlaridagi pragmatik jihatlarini yanada chuqurroq tahlil qilish uchun har bir tahlil qilingan reklama sloqanining pragmatik natijalari, xususan, mijozlarning ehtiyojlarini qanday qondirish va ularni qanday his-tuyg'ularni uyg'otish bilan bog'liq asosli izohlar keltirildi. Shuningdek, so'z o'yinlarining qanday qilib brendlarni ajratib ko'rsatishga yordam berishi, va halol mahsulotlar brendining ishonchliligini qanday shakllantirishi o'rganildi. Tadqiqotda ishlatilgan metodologiya reklama matnlaridagi so'z o'yinlarining pragmatik jihatlarini samarali o'rganishga imkon berdi. Bu yondashuv, halol mahsulotlar reklamasida so'z o'yinlarining ahamiyatini yanada chuqurroq tushunishga yordam berdi va reklama strategiyalarini ishlab chiqishda qo'llanilishi mumkin bo'lgan samarali metodlarni taklif qildi [7].

Xulosa. Ushbu tadqiqot ingliz tilidagi halol mahsulotlar reklama sloganlarida so'z o'yinlarining pragmatik jihatlarini o'rganishga bag'ishlangan bo'lib, reklama matnlarida so'z o'yinlarining samarali qo'llanilishining tilshunoslik va pragmatika sohalaridagi ahamiyatini ochib berdi. Tadqiqot davomida, so'z o'yinlari yordamida reklama matnlarida mahsulotning sifatini, halolligini va diniy tozaligini qanday ta'kidlash mumkinligi, shuningdek, mijozlar bilan hissiy aloqalarni qanday o'rnatish imkoniyatlari ko'rsatilgan. Halol mahsulotlar reklamalari, nafaqat mahsulotning ozuqaviy sifatlarini, balki uning diniy va madaniy qadrlarini ham aks ettiradi. So'z o'yinlari yordamida reklama kompaniyalari mahsulotning ishonchliligi va tozaligini ta'kidlash bilan birga, iste'molchiga o'z diniy va axloqiy qadriyatlariga mos mahsulotni tanlash imkoniyatini taqdim etadi. Tadqiqotda shuningdek, reklama matnlaridagi so'z o'yinlarining mijozlarga psixologik va hissiy ta'sir ko'rsatishi ham ko'rsatilgan. Reklama sohasida so'z o'yinlarining samarali qo'llanilishi, brendlarning muvaffaqiyatli targ'ib qilinishiga yordam beradi. Halol mahsulotlar reklamalari, faqat musulmon bo'lgan iste'molchilar uchun emas, balki global bozorga mo'ljallangan mahsulotlar sifatida, o'z brendlarni dunyo miqyosida tanitishda yirik rol o'ynaydi. Tadqiqot natijalari, halol mahsulotlar reklama matnlaridagi so'z o'yinlari va pragmatik yondashuvlar asosida yangi yondashuvlarni ishlab chiqish imkoniyatlarini ko'rsatdi. Shu bilan birga, tadqiqotda ko'rsatilgan tahlillar, reklama matnlarining nafaqat tijorat maqsadida, balki ijtimoiy va madaniy qadriyatlarni aks ettirishdagi ahamiyatini yana bir bor tasdiqladi. Kelgusi tadqiqotlar, boshqa tillardagi halol mahsulotlar reklamalari va ularning pragmatik jihatlarini o'rganish, shuningdek, so'z o'yinlarining global miqyosdagi reklama strategiyalaridagi o'rnini yanada chuqurroq tahlil qilish imkonini beradi.



XORIJIY TILLARNI O'QITISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR NAZARIYANING AMALIYOTGA TATBIQI

mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Shukurov, A. (2015). Ingliz Tilida Reklama Slogani: Tilshunoslik va Madaniyat Bilan Bog'lanish. Tashkent: Nizomiy nomidagi Toshkent Davlat Pedagogika Universiteti nashriyoti.
2. Ibrohimov, O. (2002). Tilshunoslikka Kirish. Toshkent: O'zbekiston Respublikasi Fanlar Akademiyasi.
3. Raximov, M. (2016). Til va Reklama: Tilshunoslik Asoslari. Toshkent: O'zbekiston Yozuvchilar Uyushmasi.
4. Goddard, A. (2002). The Language of Advertising: Written Texts. Routledge.
5. Norrick, N. R. (2003). The Pragmatics of Humor. Mouton de Gruyter.
6. Krennmayr, T., & Hempelmann, C. F. (2011). The Pragmatics of Wordplay: A Critical Review. Pragmatics, 21(1), 1-19.
7. G'ulomov, T. (2017). Ingliz Tili va Reklama: Tilshunoslik Perspektivasi. Toshkent: Ilm Ziyo nashriyoti.
8. Beshimov, K. (2014). Reklama va Ijtimoiy Madaniyat. Toshkent: O'zbekiston Oliy Ta'limi nashriyoti.