



BOLALAR REKLAMA MATNLARIDA DEYKSISNING VOQELANISHI

Eshboltayev Bobur Jo'rayevich

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya. *Mazkur maqolada bolalar reklama matnlarida deytik birliklarning voqelanishi va ularning kommunikativ-pragmatik vazifalari tahlil qilinadi. Tadqiqotda shaxs, makon, zamon va diskurs deyksisi bolalar auditoriyasiga mo'ljallangan reklama matnlarida qanday shakllanishi va qanday psixolingvistik ta'sir ko'rsatishi o'rganiladi. O'zbek, rus va ingliz tillaridagi reklama namunalari asosida qiyosiy tahlil amalga oshirilib, deyksisning bolalar ongiga yaqinlik yaratish, e'tiborni jalb qilish va ishonch uyg'otishdagi roli ochib beriladi. Maqola natijalari bolalar reklamasini yaratish va tarjima qilishda amaliy ahamiyat kasb etadi.*

Kalit so'zlar: *deyksis, bolalar reklaması, shaxs deyksisi, zamon deyksisi, makon deyksisi, pragmatika, psixolingvistika.*

Аннотация. *В статье анализируется функционирование дейктических единиц в детских рекламных текстах и их коммуникативно-прагматическая роль. Рассматриваются особенности реализации личностного, временного, пространственного и дискурсивного дейксиса в рекламе, ориентированной на детскую аудиторию. На материале узбекских, русских и английских рекламных текстов проводится сравнительный анализ, раскрывающий роль дейксиса в формировании эффекта близости, доверия и эмоционального воздействия на детей. Результаты исследования могут быть использованы в практике создания и перевода детской рекламы.*

Ключевые слова: *дейксис, детская реклама, личный дейксис, временной дейксис, пространственный дейксис, прагматика.*

Abstract. *This article explores the realization of deixis in children's advertising texts and its communicative and pragmatic functions. The study examines personal, temporal, spatial, and discourse deixis in advertisements targeted at children, emphasizing their psycholinguistic impact. A comparative analysis of Uzbek, Russian, and English advertising materials reveals how deixis contributes to creating a sense of closeness, trust, and emotional engagement. The findings are relevant for both theoretical linguistics and practical advertising translation.*

Keywords: *deixis, children's advertising, personal deixis, temporal deixis, spatial deixis, pragmatics.*

Zamonaviy reklama diskursida bolalar auditoriyasiga mo'ljallangan matnlar alohida lingvistik va pragmatik xususiyatlarga ega. Bolalar reklamasida til vositalari nafaqat axborot berish, balki hissiy ta'sir ko'rsatish, diqqatni jalb qilish va xulq-atvorni shakllantirish



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



vazifasini ham bajaradi. Shu nuqtai nazardan, deysis reklama matnining eng muhim funksional komponentlaridan biri sifatida namoyon bo‘ladi.

Deysis nutqiy vaziyatga bog‘liq holda ma‘no kasb etuvchi birliklar tizimi bo‘lib, u shaxs, makon, zamon va diskurs ko‘rsatkichlarini o‘z ichiga oladi. Bolalar reklamasida deysis birliklar bolaning nutqiy subyekt sifatida ishtirokini kuchaytirib, unga bevosita murojaat muhitini yaratadi.

Tilshunoslikda deysis tushunchasi Ch.Fillmore, K.Levinson, E.Benvenist kabi olimlar tomonidan chuqur o‘rganilgan. Deytik birliklar nutq egasi, nutq vaqti va nutq makoniga nisbatan aniqlanadi. Pragmatik nuqtai nazardan, deysis nutq ishtirokchilarini kommunikativ jarayonga faol jalb etuvchi vosita hisoblanadi.

Bolalar nutqini o‘rganishga bag‘ishlangan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, bolalar “men”, “sen”, “bu”, “hozir”, “shu yerda” kabi deysis birliklarni erta yoshdanoq faol qo‘llay boshlaydi. Shu sababli reklama matnlarida aynan ushbu birliklardan foydalanish psixologik jihatdan samarali hisoblanadi.

Shaxs deysisi bolalar reklamasida eng faol qo‘llaniladigan deysis turi hisoblanadi. “Sen”, “senga”, “biz bilan” kabi birliklar reklama adresatini bevosita suhbatdosh sifatida ko‘rsatadi. O‘zbek tilidagi “Bu o‘yinchoq aynan sen uchun!” kabi ifodalar bolaning shaxsiy ehtiyojiga murojaat qiladi.

Rus tilida “Ты заслуживаешь лучшее!” shaklidagi murojaat bolaga o‘zini muhim shaxs sifatida his qilish imkonini beradi. Ingliz tilida esa “You will love it!” kabi qisqa va emotsional birliklar keng tarqalgan. Ushbu birliklar reklama va bola o‘rtasida yaqinlik munosabatini vujudga keltiradi.

Zamon deysisi bolalar reklamasida “hozir”, “bugun”, “hoziroq” kabi birliklar orqali ifodalanadi. Bunday birliklar bolaning vaqtni konkret va hozirgi holat bilan bog‘lab qabul qilish xususiyatiga mos keladi. O‘zbek tilidagi “Hozir o‘yna, hozir quvon!” kabi ifodalar tezkorlik va faollikni targ‘ib qiladi.

Ingliz tilida “Now it’s your turn!” shaklidagi reklama iborasi bolaning hozirgi lahzaga bo‘lgan e‘tiborini kuchaytiradi. Rus tilida esa “Прямо сейчас!” kabi birliklar dinamik ta’sirga ega.

Makon deysisi bolalar reklamasida ko‘pincha vizual komponentlar bilan uyg‘unlashgan holda namoyon bo‘ladi. “Bu yerda”, “mana bu”, “shu joyda” kabi birliklar reklama matnini real yoki virtual muhit bilan bog‘laydi. O‘zbek reklama matnlarida “Mana bu rangli qalamlar bilan chiz!” kabi ifodalar ko‘rgazmalilikni oshiradi.

Ingliz va rus tillarida ham “here”, “this”, “вот” kabi birliklar reklama obyektini bolaning idrok maydoniga yaqinlashtiradi.

Diskurs deysisi reklama matnining ichki tuzilishini boshqaradi. “Mana endi”, “yana bir bor”, “qarang” kabi birliklar bolaning e‘tiborini muayyan nutqiy bo‘lakka qaratadi. Bu esa reklama xabarining asosiy g‘oyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Bolalar reklamasida diskurs deysisi ko‘pincha o‘yin elementlari bilan uyg‘unlashib, bolaning ishtirokini faollashtiradi.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatadiki, o'zbek reklama matnlarida shaxs deyxisi ko'proq samimiylik va mehrga yo'naltirilgan bo'lsa, ingliz tilidagi reklamalarda individualizm va mustaqillik g'oyasi ustuvorlik qiladi. Rus reklama matnlarida esa deyktik birliklar didaktik va rag'batlantiruvchi xarakterga ega.

Bolalar reklama matnlarida deyxis kommuunikativ-pragmatik jihatdan muhim vosita bo'lib, u reklama adresati bilan bevosita muloqot muhitini yaratadi. Shaxs, zamon, makon va diskurs deyxisining to'g'ri va maqsadli qo'llanilishi reklama samaradorligini oshiradi. Tadqiqot natijalari bolalar reklamasi yaratish va tarjima qilishda deyktik birliklarga alohida e'tibor qaratish zarurligini ko'rsatadi.

ADABIYOTLAR:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – Москва: Советская энциклопедия, 1966.
2. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. – Москва: Наука, 1977.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – Москва: Наука, 1987.
4. Леонтьев А. А. Психолингвистика. – Москва: Смысл, 2003.
5. Cook G. The Discourse of Advertising. – London: Routledge, 2001.
6. Goddard A. The Language of Advertising. – London: Routledge, 1998.
7. Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. – London: Routledge, 2006.
8. O'rinboyev B. Reklama matnining lingvistik xususiyatlari. – Toshkent: Fan, 2015.
9. Yo'ldoshev M. Matn va uning lingvistik tahlili. – Toshkent: Akademyashr, 2018.
10. Shomaqsudov Sh., Rasulov I. Hozirgi o'zbek adabiy tili. Leksikologiya. – Toshkent: Fan, 1980.
11. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
12. McQuarrie E. F., Mick D. G. Figures of Rhetoric in Advertising Language. – Journal of Consumer Research, 1996.
13. Yarashova N. THREE GREAT GENIUS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 521-524.
14. Yarashova N. LINGUOPOETIC CHARACTERISTICS OF OBSOLETE WORDS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 525-529.
15. Yarashova N. SOCIOPRAGMATIC STUDY OF HISTORICAL WORDS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 1216-1219.
16. Yarashova N. METAPHORS AS METHODOLOGICAL TOOLS (IN THE EXAMPLE OF ABDULLA ORIPOV'S POETRY) //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 1220-1223.
17. Yarashova N. DYSLALIA AND ITS OCCURRENCE //Modern Science and Research. – 2023. – Т. 2. – №. 10. – С. 1093-1095.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



18. Yarashova N. J. TARIXIY SO'ZLARNING SOTSIOPRAGMATIK TADQIQI. – 2024.

19. Madraimov, A., Isakulova, N., Xoshimova, D., Rasulova, I., Kurbaniozova, R., & Yarashova, N. (2025, April). Chrono Linguistic Modelling through AI Driven Conceptual Frameworks. In 2025 International Conference on Computational Innovations and Engineering Sustainability (ICCIES) (pp. 1-5). IEEE.

20. Yarashova, Nasiba Jumaevna. "Linguopsychological Characteristics of Children's Quasidological Speech."

21. Yarashova, Nasiba. "DYSLALIA AND ITS OCCURRENCE." Modern Science and Research 2.10 (2023): 1093-1095.

22. Jumaevna, Nasiba Yarashova. "Psychological Characteristics of Preschool Children." International Journal of Human Computing Studies 4.2 (2022): 24-29.

