

СЎЗ САНЪАТИ ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИ

8 ЖИЛД, 1 СОН

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА

ТОМ 8, НОМЕР 1

INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

VOLUME 8, ISSUE 1



СЎЗ САНЪАТИ ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА | INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

№1 (2025) DOI <http://dx.doi.org/10.26739/2181-9297-2025-1>

Бош муҳаррир:

Тўхтасинов Илҳом

п.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Бош муҳаррир ўринбосари:

Главный редактор:

Тўхтасинов Илҳом

д.п.н., профессор (Ўзбекистон)

Заместитель главного редактора:

Editor in Chief:

Tuhtasinov Ilhom

DSc. Professor (Uzbekistan)

Deputy Chief Editor

ТАҲРИРИЙ МАСЛАҲАТ КЕНГАШИ

Назаров Бахтиёр

академик. (Ўзбекистон)

Якуб Умарўгли

ф.ф.д., профессор (Туркия)

Алмаз Улви Биннатова

ф.ф.д., профессор (Озарбайжон)

Бокиева Гуландом

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Миннуллин Ким

ф.ф.д., профессор (Татаристон)

Махмудов Низомиддин

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Керимов Исмаил

ф.ф.д., профессор (Россия)

Жўраев Маматкул

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Куренов Рахиммамед

к.ф.н. (Туркменистон)

Кристофер Жеймс Форт

Мичиган университети (АҚШ)

Умархўжаев Мухтор

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Мирзаев Ибодулло

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Болтабоев Ҳамидулла

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Дўстмухаммедов Хуршид

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Лиходзиевский А.С.

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Сиддикова Ирода

ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

Шиукашвили Тамар

ф.ф.д. (Грузия)

Туробов Бекпулат

масъул котиб, PhD, доцент
(Ўзбекистон)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Назаров Бахтиёр

академик. (Ўзбекистон)

Якуб Умар оглы

д.ф.н., профессор (Туркия)

Алмаз Улви Биннатова

д.ф.н., профессор (Азербайджан)

Бакиева Гуландом

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Миннуллин Ким

д.ф.н., профессор (Татарстан)

Махмудов Низомиддин

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Керимов Исмаил

д.ф.н., профессор (Россия)

Джураев Маматкул

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Куренов Рахиммамед

к.ф.н. (Туркменистон)

Кристофер Джеймс Форт

Университет Мичигана (США)

Умархаджаев Мухтар

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Мирзаев Ибодулло

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Балтабаев Ҳамидулла

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Дустмухаммедов Хуршид

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Лиходзиевский А.С.

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Сиддикова Ирода

д.ф.н., профессор (Ўзбекистон)

Шиукашвили Тамар

д.ф.н. (Грузия)

Туробов Бекпулат

отв. секретарь, PhD, доцент
(Ўзбекистон)

EDITORIAL BOARD

Bakhtiyor Nazarov

academician. (Uzbekistan)

Yakub Umarogli

Doc. of philol. scien., prof. (Turkey)

Almaz Ulvi Binnatova

Doc. of philol. scien., prof. (Azerbaijan)

Bakieva Gulandom

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Minnulin Kim

Doc. of philol. scien., prof. (Tatarstan)

Mahmudov Nizomiddin

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Kerimov Ismail

Doc. of philol. scien., prof. (Russia)

Juraev Mamatkul

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Kurenov Rakhimmamed

Ph.D. Ass. Prof. (Turkmenistan)

Christopher James Fort

University of Michigan (USA)

Umarkhodjaev Mukhtar

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Mirzaev Ibodulla

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Boltaboev Hamidulla

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Dustmuhammedov Khurshid

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Lixodzievsky A.S.

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Siddiqova Iroda

Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

Shiukashvili Tamar

Doc. of philol. scien. (Georgia)

Turobov Bekpulat

PhD Ass. prof. Senior Secretary
(Uzbekistan)

PageMaker | Верстка | Саҳифаловчи: Хуршид Мирзахмедов

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz

ООО Tadqiqot город Ташкент,

улица Амира Темура пр.1, дом-2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: info@tadqiqot.uz

Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz

Tadqiqot LLC The city of Tashkent,

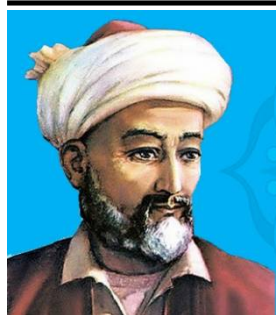
Amir Temur Street pr.1, House 2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: info@tadqiqot.uz

Phone: (+998-94) 404-0000

1. Raxmatullaeva Guljaxon Normo‘min qizi INSON ICHKI OLAMI NEGATIV KONSEPTLARINING LINGVO-KOGNITIV TAHLILI (g`am-anduh (qayg`u), mahzunlik, iztirob konseptlari misolida).....	5
2. Xamrayeva Zebiniso Xaydarovna A COMPARATIVE STUDY OF THE COMPLEX SYNTACTIC CONSTRUCTIONS BASED ON ENGLISH LANGUAGE MATERIALS.....	11
3. Esanova Zebo Ikrom qizi ZAMONAVIY TILSHUNOSLIKDA DISKURS TUSHUNCHASI VA UNING O‘RGANILISHI.....	17
4. Abdullaeva Sanobar Bakhrillaevna BIBLICAL PHRASEOLOGY DESCRIBING THE SOCIAL POSITION OF A PERSON.....	23
5. Kozieva Iqbol Kamiljonovna METHODS OF ANTHROPOLOGICAL RESEARCH.....	27
6. Эпрашева Т.А. ХАЛҚАРО СОЛИҚ ХУЖЖАТЛАРИДА СОЛИҚ ТЕРМИНОЛОГИЯСИНИНГ ҚИЁСИЙ ВА ТИПОЛОГИК ТАҲЛИЛИНИ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ.....	35
7. Kushatova Nargiza Rustamovna TEODOR DRAYZERNING BAXTIQARO KERRI ROMANIDA XRONOTOP: ZAMON VA MAKONNING POETIK TASVIRI”.....	40
8. Ergashova Baxora Sayfillo qizi, Janna Tsulimova ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАСТОЛЬНЫХ ИГР В ОБУЧЕНИИ ИТАЛЬЯНСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	47
9. Obloqulova O‘g‘iloy Abdurayim qizi MILLIY VA MADANIY QADRIYATLARNING REKLAMA MATNLARDA IFODALANISHI.....	51
10. Rakhimova Nodira Kamolovna INTERTEXTUALITY IN TRANSLATION: THEORETICAL INSIGHTS AND PRACTICAL APPROACHES.....	55
11. Xaydarova Nigora Tuxtasinovna GENDER MULOQOTINING PSIXOLOGIK ASOSLARI.....	66
12. Bekturodova Feruza Dilmurat qizi XITOIY TILIDAGI FIZIK ATAMALAR SHAKLLANISHINING LINGVISTIK TAMOIYILLARI.....	71
13. Boymurodova Dilafruz Dilshod qizi YAPON TILIDA YOZUV TIZIMI RIVOJLANISHI VA HIRAGANA, KATAKANA, KANJILARNING FONETIK KATEGORIYALARI.....	75
14. Gulzor Baxriddin qizi Temirova THE NATURE OF A JOURNALIST'S POSITION IN POLITICAL COMMENTARY AND ITS CONCEPTUAL ASPECTS.....	80
15. Aminova Lola Alimovna TURK TILIDA YAXSHI TILAK BILDIRISH VA ILTIFOT SO‘ZLARI.....	86
16. Najmiyeva Po‘lotoy Tilavmurodovna KELISHIK QO‘SHIMCHALARINING TARIXIY TADQIQI.....	94
17. Tilovova Go‘zal Rustamovna TERMINOLOGIYA VA LUG‘ATSHUNOSLIKNING O‘ZARO BOG‘LIQLIGI.....	99
18. Nilufar Abduraxmonova, Tirkashev Jasurjon Uktam o‘g‘li OTLARNING SEMANTIK TASNIFIDA XALQARO STANDART TEGLAH TIZIMLARIDAN FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	103
19. Shoxida Ulugova Shoxruxovna POETIK NUTQDA INDIVIDUAL METAFORIK KONSEPTLARNING FAOLASHUVI.....	115
20. Lutfillovna Faxriniso Maxmudovna YAPON TILI IYEROGILFLARINING PAYDO BO‘LISH TARIXI.....	120

21. Eshanova Zilolaxon Qo‘chqarovna ISTIQLOL DAVRI O‘ZBEK SHE’RIYATIDA XALQ ERTAKLARI BADIY SINTEZI.....	125
22. Халмурадова Зебинисо Шавкатовна ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНТРОПОНИМОВ В ТЕКСТАХ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	132
23. Умитой Хушвақтова ЁЗУВЧИ ЗУЛФИЯ ҚУРОЛБОЙ ҚИЗИ АСАРЛАРИДА ПАРАЛИНГВИСТИК ВОСИТАЛАР.....	138
24. Alimova Sevara Farxadovna XITOIDA RANG MADANIYATINING KELIB CHIQISH.....	145
25. Fayzullaeva Zebuniso Abdulkarimovna DAS LEHREN DER MODI DER VERBEN DES DEUTSCHEN ANHAND DER TRADITIONELLEN UND NEUEN METHODEN.....	149
26. Razmuxamedova Fotima Jahongir qizi XITOI TILIDAGI QON-QARINDOSHLIK TERMINLARINING LINGVISTIK TAHLILI.....	154
27. Sayyora Tagaeva, SH.Mustanova MADANIYAT, BILIM VA TIL – SEMANTIK TIPOLOGIYA TALQINIDA.....	160
28. Odinoxon Qulmuradova JURNALISTIKADA DIALOGIK JANR TUSHUNCHASI, UNING O'ZIGA XOSLIGI VA TASNIFI.....	164
29. O‘ng‘alova Zulayho Xolboy qizi ASQAD MUXTOR ASALARIDA ZAMON, MAKON VA MUHIT TASVIRI.....	171
30. Xolida Yo‘ldasheva MATN TIPOLOGIYASIGA ANTROPOTSENTRIK YONDASHUV.....	177
31. Ibragimova Shahnoza Xalilovna LINGUOPOETIC AND LINGUISTIC FEATURES OF ERNEST HEMINGWAY’S NOVEL “A FAREWELL TO ARMS”.....	182
32. Sadriddinzoda Safiya Shaxobiddinovna AMPHIBOLOGY IN ENGLISH RELIGIOUS LEXICOLOGY.....	187
33. Esirgapov Mukhiddin Nizomiddinovich THE INFLUENCE OF THE INTERNET AND DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE ENGLISH LANGUAGE....	193



INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

ISSN: 2181-9297

www.tadqiqot.uz

Obloqulova O'g'ilo Abdurayim qizi

Samarqand davlat chet tillar instituti

Yapon filologiyasi kafedrasi stajyor-o'qituvchisi

obloqulova97@mail.ru

MILLIY VA MADANIY QADRIYATLARNING REKLAMA MATNLARDA IFODALANISHI

 [tps://doi.org/10.5281/zenodo.15521331](https://doi.org/10.5281/zenodo.15521331)

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada yapon reklamalaridagi matnlarda aks ettiriladigan milliy va madaniy qadriyatlarning ifodalanishi orqali reklama ko'p yo'nalishga ega bo'lgan, jamiyat hayotining ko'plab sohalariga xizmat qiluvchi va bir necha tarqatish kanallariga ega hodisa sifatida ko'rib chiqiladi. Shuningdek, reklamani boshqa turdagi axborotlardan, xususan, e'lonlardan ajratib turuvchi o'ziga xos xususiyatlarini qiyosiy-chog'ishtirib o'rganish yaponshunoslar uchun muhimdir. Ushbu maqsaddan kelib chiqib mazkur maqolamizda yapon reklamalaridagi milliy va madaniy qadriyatlarning matnlarda ifodalanishiga to'xtalib o'tishni joiz deb bildik.

Kalit so'zlar: reklama, reklama matni, milliylik, madaniy qadriyat, madaniyat.

Облокулова Угиллой Абдураим кизи

Самаркандский государственный

институт иностранных языков

Кафедра японской филологии,

стажёр-преподаватель

obloqulova97@mail.ru

ИЗЛОЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается выражение национальных и культурных ценностей в текстах японской рекламы, через что реклама представляется многогранным явлением, которое служит множеству сфер общественной жизни и имеет несколько каналов распространения. Также важно сравнить и проанализировать характерные особенности рекламы, которые отличают её от других видов информации, в частности, от объявлений. Исходя из этой цели, в настоящей статье будет рассмотрено выражение национальных и культурных ценностей в текстах японской рекламы.

Ключевые слова: реклама, рекламный текст, национальность, культурные ценности, культура.

Obloqulova O'g'iloy Abdurayim qizi

Samarkand State Institute of Foreign Languages

Department of Japanese Philology, Trainee Teacher

obloqulova97@mail.ru

EXPRESSION OF NATIONAL AND CULTURAL VALUES IN ADVERTISING TEXTS

ANNOTATION

This article examines the expression of national and cultural values in Japanese advertisements, viewing advertising as a multifaceted phenomenon that serves various aspects of social life and has multiple distribution channels. Furthermore, it is crucial to study the distinctive features of advertising through comparative analysis, as these characteristics set it apart from other types of information, particularly announcements. With this goal in mind, the article emphasizes how national and cultural values are reflected in the texts of Japanese advertisements.

Keywords: advertising, advertising content, nationality, cultural values, culture.

Yapon tilshunosligida reklama matnlarini milliy va madaniy qadriyatlar nuqtayi nazaridan tadqiq qilish o'ziga xos, chunki yapon reklamalarida milliy va madaniy o'ziga xosliklar reklama matni va obrazlarida muhim o'rin tutadi. Reklama nafaqat mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish, balki yapon xalqining qadriyatlari, urf-odatlar, dunyoqarashi va estetik tamoyillarini ifodalash vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Bu reklamalarning iste'molchi bilan o'zaro muloqotida samimiyligni oshiradi va milliy xususiyatlarni global reklama sanoatida integratsiyalash imkonini beradi.

Milliy va madaniy qadriyatlarning reklama matnlarda ifodalanishi - Yapon reklamalarida ko'pincha milliy ramzlar va an'anaviy motivlarning keng qo'llanilishi kuzatiladi. Yapon reklama matnlari milliy va madaniy qadriyatlarni turli lingvistik va semiotik vositalar orqali aks ettiradi. Ushbu qadriyatlarning asosiy ifoda shakllariga quyidagilar kiradi:

Til va yozuv tizimi - Yapon tili yozuvi (kanji, hiragana, katakana va romaji) reklama matnlarining asosiy qismi bo'lib, u milliy o'ziga xoslikni ta'kidlaydi.

- **Kanji:** Reklama mazmunini chuqurroq ifodalashda ishlatiladi, masalan, harmoniya (和) yoki tabiat (自然) kabi tushunchalar reklama uchun mos kontekstda keltiriladi.

- **Katakana:** G'arb so'zlari va zamonaviy tushunchalarni kiritishda qo'llaniladi. Bu usul madaniy moslashuvchanlik va globallashuvni ko'rsatadi.

- **Hiragana:** Reklama matnlarini iliq va samimiy ko'rsatish uchun, ayniqsa, mahalliy bozor uchun mo'ljallangan reklamalarda qo'llaniladi.

An'anaviy madaniy ramzlar - Reklamalarda sakura (gilos gullari), fuji tog'i, kimonolar, yapon choy marosimi kabi an'anaviy madaniy ramzlardan foydalanish keng tarqalgan. Ushbu elementlar milliy faxr tuyg'usini uyg'otadi va iste'molchining e'tiborini jalb qiladi.

Mavsumiylik va tabiatga hurmat - Yaponiyada fasllar o'zgarishi reklamalarda muhim o'rin tutadi. Reklama kompaniyalari mahsulot yoki xizmatlarni mavsumiy jihatlarga mos holda targ'ib qilishadi. Masalan, bahor fasli reklamalarda gilos gullari, yozgi reklamalarda dengiz manzaralari ishlatiladi. Bu mavsumiy uyg'unlik (季節感) tamoyilini yoritadi.

Madaniy qadriyatlar va reklama mazmuni - Reklamalarda madaniy stereotiplar ham tez-tez uchraydi, bu esa o'z navbatida milliy identifikatsiyani mustahkamlaydi va kuchaytiradi. Misol uchun, samuray va ninja kabi tarixiy qahramonlar kuch, matonat va sodiqlik kabi qadriyatlarni namoyish etadi, shuningdek, Yapon oshxonasining elementlari bo'lgan sushi va sashimi madaniyatning noyob jihatlari ta'kidlaydi. Yapon reklamalari milliy qadriyatlarni ta'kidlash orqali xalqning jamiyatdagi roli va majburiyatlarini ko'rsatishga intiladi.

a) Jamoaviylik va uyg'unlik - Yapon jamiyatida wa (和) — jamoaviylik va uyg'unlik qadriyatlari muhim ahamiyatga ega. Reklama matnlari ushbu qadriyatlarni mustahkamlash uchun ishlatiladi. Masalan:

- Mahalliy mahsulotlarni reklama qilishda ularning jamiyat uchun foydaliligi ta'kidlanadi.

• Omoiyari (思いやり) — boshqalarga g'amxo'rlik tushunchasi orqali reklama mazmuni yanada iliqlik bilan yoritiladi.

b) Minimalizm va estetikani qadrlash - Yapon madaniyatida sodda va chiroyli narsalarga bo'lgan hurmat reklamalarda ham o'z aksini topadi. Minimalizm uslubidagi reklamalarda qisqa, ammo mazmunli matnlar, nozik grafikalar va rang uyg'unligi qo'llaniladi.

c) Tabiiylik va sog'lom turmush tarzi - Reklama matnlari milliy qadriyat sifatida sog'lom va tabiiy hayot tarzini targ'ib qiladi. Masalan, oziq-ovqat mahsulotlari reklamasida tabiiy ingredientlar, organiklik va ekologik tozalik ta'kidlanadi.

Yapon reklamalarida tilning qo'llanilishi, ayniqsa keigo (hurmat til) kabi hurmat darajasini ifodalovchi lingvistik elementlar orqali, ijtimoiy hierarxiya va madaniy qadriyatlarni ifodalashda muhim rol o'ynaydi. Masalan, mahsulot uchun ishlatiladigan "oyakusoku" ("vada beramiz") so'zi xizmat sifatini ta'kidlash uchun ishlatiladi. Bu tizim Yapon madaniyatida katta yoshdagi shaxslar yoki ustozlarga nisbatan ko'rsatiladigan hurmatni ta'minlaydi va reklama matnlarida ham keng qo'llaniladi. Reklama matnlarida yapon tilining o'ziga xos lingvistik jihatlari foydalaniladi:

Metaforalar va aforizmlar: Milliy qadriyatlarni aks ettirishda metaforalar keng qo'llaniladi. Masalan, "Har bir uchrashuv noyobdir" (Ichigo ichie), "Hayot oqimi" (命の流れ) yoki "To'lin oy" (満月) kabi iboralar reklamalarda poetik kayfiyat beradi.

Onomatopiya: Yapon tilida tovushlarni ifodalovchi so'zlar reklamalarda iste'molchining hissiyotlariga ta'sir qilish uchun ishlatiladi, masalan, fuwa-fuwa (yumshoqlikni) yoki pika-pika, kira-kira (yaltirashni) bildiradi.

Reklamalar Yaponiyadagi ijtimoiy qadriyatlarni va madaniy qarashlarni ham aks ettiradi. Masalan, mahsulotlar va xizmatlar taqdimotida yoshlar va kattalarni jalb qilishda foydalaniladigan til, uslub va kontent Yapon jamiyatining turli avlodlariga bo'lgan hurmatni ko'rsatadi. Shuningdek, Yapon reklamalarida korporativ ijtimoiy mas'uliyat tashabbuslari keng tarqalgan bo'lib, bu kompaniyalarning jamiyatga bo'lgan mas'uliyatini namoyish etadi.

Milliy va Madaniy Qadriyatlar

1. **Emansipativlik:** Yapon reklamalarida shaxslar o'rtasidagi tenglik va individual erkinlik qadriyati katta ahamiyatga ega. Bu qadriyat reklama matnlarda shaxslarning o'zini anglab olish va o'zini ifoda qilish imkoniyatini ta'kidlaydi.

2. **Moslashuvchanlik:** Yapon madaniyatida moslashuvchanlik qadriyati o'zgarishlarga moslashish va o'zini takomillashtirishga urg'u beradi. Reklama matnlarda bu qadriyat yengil va aniq til, vizual komponentlar va madaniy refleksiyalarni o'z ichiga oladi.

3. **Madaniy Qadriyatlar:** Yapon madaniyatida turli e'tibor qaratilgan madaniy qadriyatlar mavjud. Masalan, harmoniya, respektsizlik va uy qadriyatlari reklama matnlarda o'z aksini topadi. Bu qadriyatlar reklama matnlarning mazmuni va uslubini aniqlaydi.

Globalizatsiya sharoitida Yapon reklamalari xalqaro auditoriyaga ham ta'sir qilishga intiladi, bu esa madaniyatlararo muloqot va ta'sirchanlikning o'ziga xos jihatlarni o'rganishni talab qiladi. Reklamalar orqali Yapon madaniyatining global madaniyatlarga qanday ta'sir qilishi va qanday qabul qilinishi kabi masalalar tilshunoslik tadqiqotlarining diqqat markazida turadi. Yapon reklamalari global madaniyat elementlarini milliy qadriyatlar bilan uyg'unlashtiradi. Masalan:

— G'arbiy uslubdagi reklamalarda ham yapon madaniyatining unsurlari saqlanib qoladi.

— Lotin alifbosidan foydalanish orqali xorijiy iste'molchilarni jalb qilishga intilish, biroq yaponcha o'ziga xoslikni yo'qotmaslikka harakat qilinadi.

Yapon tilshunosligida reklama matnlarining tadqiqi, til va madaniyatning o'zaro ta'sirini chuqurroq tushunishga yordam beradi va shu orqali Yapon jamiyatining madaniy xususiyatlarini va global kontekstdagi o'rnini yanada yaxshi anglash imkonini beradi. Tom McNamara (2005): "Japanese Ads: How the Japanese Advertise to Themselves" – Bu tadqiqot yapon reklamalari qanday yaratilgani va qanday qabul qilinganini o'rgangan. Ian Condry (2013): "The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story" – Ushbu kitob yapon media va reklama industriyasi haqida batafsil ma'lumot beradi. Nancy Snow (1998): "Japan's Information War" – Yaponiyaning reklama va media strategiyalari haqida ma'lumot beradi.

Yapon tilshunosligida yapon reklamalaridagi matnlarni o'rganish ko'p qirrali va chuqur ilmiy yo'nalishdir, bu til, madaniyat va kommunikatsiya o'rtasidagi murakkab o'zaro bog'liqlikni tahlil qilishga qaratilgan. Reklama matnlari tilni nafaqat mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilishda, balki madaniy qadriyatlar va ijtimoiy me'yorlarni shakllantirishda ham qanday ishlatilishini tushunishga imkon beradi.

Shu sababli, yapon tilshunosligida reklama matnlarini o'rganish jamiyatning lingvistik va madaniy rivojlanish jarayonlarini chuqurroq tushunish imkonini beradi. Yapon reklamalarida milliy va madaniy o'ziga xosliklar o'zining ko'p qirrali ifodasi bilan ajralib turadi. Ular iste'molchilarni milliy qadriyatlar va madaniy boyliklar bilan bog'laydi. Reklama yaratishda madaniy unsurlarning mohirona qo'llanilishi nafaqat mahsulot yoki xizmatni targ'ib qiladi, balki madaniyatning global sahnada keng tarqalishiga hissa qo'shadi. Yapon reklamalarida milliy va madaniy o'ziga xosliklar reklama matnining semantik, vizual va hissiy qatlamlarida chuqur aks etadi. Ular nafaqat iste'molchini jalb qilish, balki yapon xalqining boy madaniy merosini kengroq ko'rsatishga xizmat qiladi. Zamonaviylik va an'anaviylikni uyg'unlashtirish orqali yapon reklamasi madaniy aloqa vositasi sifatida ham o'zining betakrorligini saqlab qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Karrieva Yo.K., Nematova I.U., Masharipova A.A., Egamberdiyev Yo.I., Abdurahimov S.N., Baxronov A.Sh. Reklama faoliyatini tashkil etish: O'quv qo'llanma.-T.: TDIU, 2009.
2. Abdullaev Yo., Tulyaganova Sh. Menejment va marketing asoslari: O'quv qo'llanma.-T.: TMI, 2006.
3. Nematov I.U. Reklama faoliyatini tashkil etish: O'quv qo'llanma.-Toshkent: "VORIS NASHRIYOT", 2014.
4. Abdullayeva Sh., Nosirov P. Marketing – bozor iqtisodiyoti asosi.-Toshkent, 1994.
5. Алпатов В. М. Япония: язык и общество. – М. : Муравей, 2003.
6. В.В. История рекламы / В.В. Учёнова, Н.В. Старых.– М., 2002.
7. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. У. Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. - СПб.:Издательство "Питер", 2010.
8. Edwards Ch. Mundy.Retail Advertising and Sales Promotion. – N.Y., 2001
9. Formanek S. Traditional Concepts and Images of Old Age in Japan // The Demographic Challenge: A Handbook about Japan. – Leiden : Brill, 2008.
10. 増田太次郎は「口上広告」という表現を用いる増田 2011
11. 藤森弘子 (2005) 「日本語学習者に見られる『弁明』、意味公式の形式と使用—中国人・韓国人学習者の場合—」 『日本語教育』
12. 蒙韞 (2008) 「中国人日本語上級学習者の語用論的転移の一考察—依頼に対する断り表現のポライトネスの表し方から—」 『国際開発研究フォーラム』

СЎЗ САНЪАТИ ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИ

8 ЖИЛД, 1 СОН

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА

ТОМ 8, НОМЕР 1

INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

VOLUME 8, ISSUE 1

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz

ООО Tadqiqot город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: info@tadqiqot.uz

Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz

Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: info@tadqiqot.uz

Phone: (+998-94) 404-0000