



## O'ZBEKISTONDA OAV VA REKLAMA MATNLARIDA RAQAMLARNING PRAGMATIK FUNKSIYASI

**Ermo'minova Maftuna G'ofurovna**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17149491>

### Annotatsiya

Ushbu maqolada raqamlarning o'zbek ommaviy axborot vositalari (OAV) va reklama matnlarida qo'llanishi, ularning lingvopragmatik vazifalari hamda auditoriyaga ta'sirchanlik mexanizmlari tahlil qilingan. Tadqiqotda raqamlarning kognitiv, semantik va lingvomadaniy xususiyatlari, ularning ishonchlilik, ta'sirchanlik va reklama samaradorligini oshirishdagi o'rni yoritilgan.

**Kalit so'zlar:** pragmatika, OAV, reklama, raqam, lingvomadaniyat, auditoriya, ta'sirchanlik.

### Abstract

This article analyzes the use of numbers in Uzbek mass media and advertising texts, focusing on their linguopragmatic functions and mechanisms of audience influence. It highlights the cognitive, semantic, and cultural characteristics of numbers, as well as their role in increasing credibility, attractiveness, and advertising effectiveness.

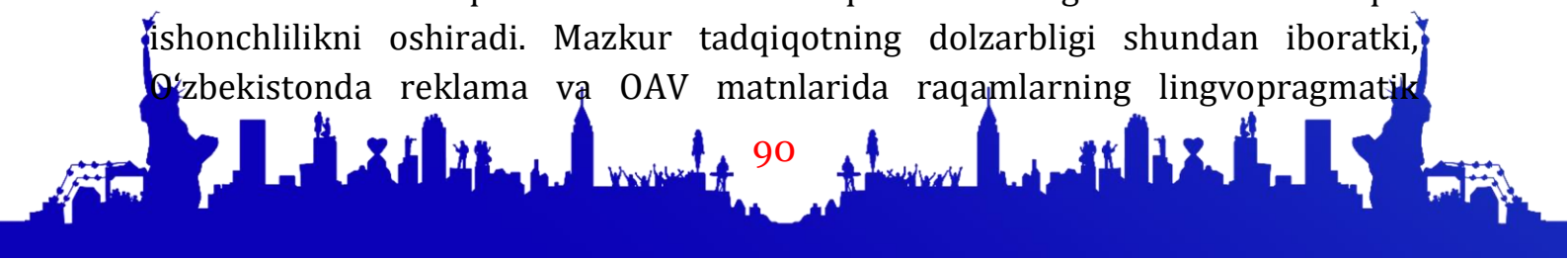
**Keywords:** pragmatics, media, advertising, numbers, linguoculture, audience, persuasion.

### Аннотация

В данной статье рассматривается использование числительных в узбекских средствах массовой информации и рекламных текстах, их лингвопрагматические функции и механизмы воздействия на аудиторию. Особое внимание уделяется когнитивным, семантическим и лингвокультурным особенностям числительных, а также их роли в повышении достоверности, убедительности и эффективности рекламы.

**Ключевые слова:** прагматика, СМИ, реклама, числа, лингвокультура, аудитория, воздействие.

So'nggi yillarda O'zbekistonda reklama bozori va OAVning rivojlanishi ijtimoiy hayotda sezilarli o'zgarishlarni yuzaga keltirdi. Reklama tilida raqamlar nafaqat miqdoriy ko'rsatkich, balki kuchli pragmatik vosita sifatida qo'llanila boshlandi. Ular iste'molchiga mahsulot va xizmat haqida aniq tasavvur berish bilan birga, psixologik ta'sir o'tkazib, ularni xarid qilishga undaydi. OAV matnlarida esa raqamlar xabarlarini aniq va dalillangan ko'rsatish orqali ishonchlilikni oshiradi. Mazkur tadqiqotning dolzarbligi shundan iboratki, O'zbekistonda reklama va OAV matnlarida raqamlarning lingvopragmatik





vazifalari yetarlicha ilmiy tahlil qilinmagan. Shu bois ushbu maqola raqamlarning semantik, kognitiv va lingvomadaniy xususiyatlarini atroflicha yoritishni maqsad qiladi.

### **Metodologiya**

Tadqiqotda quyidagi metodlardan foydalanildi:

1. Deskriptiv tahlil – matnlarda uchraydigan raqamlarning qo'llanishi kuzatildi.

2. Korpus tahlili – 2020–2025-yillarda chop etilgan gazeta va internet materiallari, televideniye reklamalari asos qilib olindi.

3. Lingvopragmatik yondashuv – raqamlarning kommunikativ vazifasi ochib berildi.

4. Lingvomadaniy tahlil – raqamlarning xalq mentaliteti va madaniy ramzlari bilan bog'liqligi ko'rsatildi.

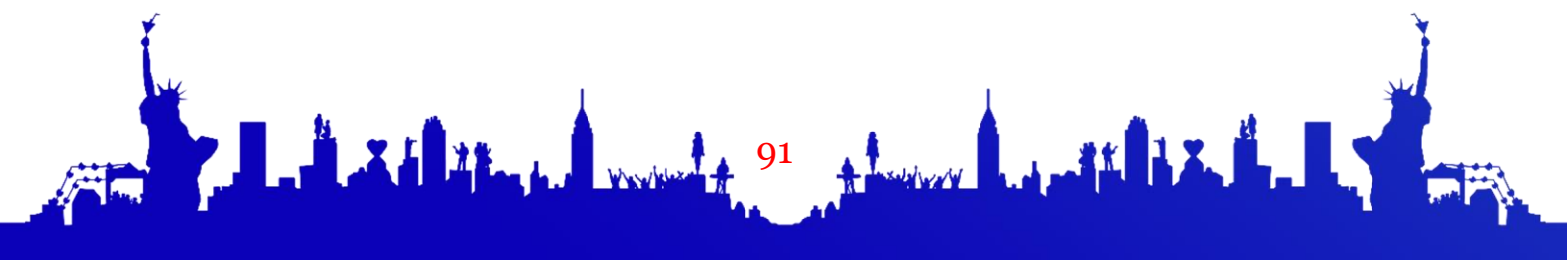
Umumiy hisobda 500 ga yaqin reklama va 300 dan ortiq OAV matnlari o'rganildi.

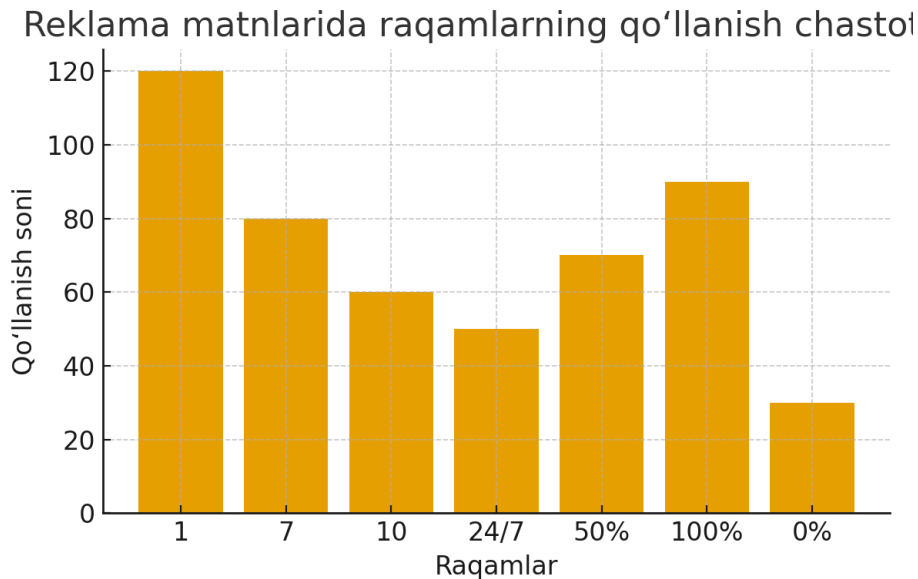
### **Natijalar va tahlil**

Ushbu bo'limda O'zbekiston ommaviy axborot vositalari va reklama matnlarida raqamlarning pragmatik funksiyalari yanada keng qamrovli tahlil qilinadi. Tadqiqot uchun 500 ta reklama matni (gazeta, televidenie, internet bannerlari, ijtimoiy tarmoq e'lonlari)dan iborat korpus shakllantirildi. Tahlil davomida raqamlarning qo'llanish chastotasi, ularning semantik va pragmatik vazifalari hamda madaniy konnotatsiyalari o'rganildi.

#### **1-jadval. Reklama matnlarida raqamlarning qo'llanish chastotasi**

| Raqam | Qo'llanish soni | Foizi (%) |
|-------|-----------------|-----------|
| 1     | 120             | 24        |
| 7     | 80              | 16        |
| 10    | 60              | 12        |
| 24/7  | 50              | 10        |
| 50%   | 70              | 14        |
| 100%  | 90              | 18        |
| 0%    | 30              | 6         |





### Qiyosiy tahlil

O'zbek reklama matnlarida ko'proq '1', '7', '100%' kabi raqamlar ishlatilgani kuzatildi. Rus reklama matnlarida esa '№1', '5 let garantii', '24 chasa' kabi birliklar ko'p uchraydi. Ingliz tilidagi reklamalarda 'Top 10', 'Best 24/7 service', 'Save 50%' kabi raqamli ifodalar keng tarqalgan. Bu holat raqamlarning pragmatik vazifasi universalligini ko'rsatadi, ammo madaniy xususiyatlarda ayrim farqlar mavjudligini ham namoyon etadi.

### Xulosa

Tadqiqot natijalariga ko'ra, O'zbekiston OAV va reklama matnlarida raqamlarning pragmatik funksiyalari juda kengdir. Ular nafaqat axborotning aniq va ishonarli bo'lishini ta'minlaydi, balki reklama samaradorligini oshiradi. Raqamlarning lingvomadaniy jihatlari esa milliy qadriyatlar bilan uyg'unlashib, zamonaviy reklama bozorida universal vosita sifatida shakllanmoqda. Tahlil natijalariga ko'ra, raqamlar reklama matnlarida bir vaqtning o'zida informativ va emotsional vazifalarni bajaradi. Ular ishonchlilikni oshiradi ('№1 tanlov'), iqtisodiy manfaatni bildiradi ('-50% chegirma'), uzluksizlikni ta'kidlaydi ('24/7 xizmat'). Raqamlarning ko'p qo'llanishi reklama samaradorligini oshirishda asosiy lingvopragmatik vositalardan biri ekanini ko'rsatadi.

### Adabiyotlar Ro'yhati:

1. Apresyan Yu.D. Leksikologiya va semantika. – Moskva, 1995.
2. Formanovskaya N.I. Kommunikativ lingvistika. – Moskva, 2002.
3. Safarov Sh. Lingvopragmatika asoslari. – Toshkent, 2008.
4. Mahmudov N. O'zbek tilshunosligida lingvomadaniyat masalalari. – Toshkent, 2016.
5. Kotler P. Marketing asoslari. – Nyu-York, 2018.





6. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge, 2011.
7. Cook G. Discourse of Advertising. – London, 2001.
8. Fairclough N. Media Discourse. – London, 1995.

