

REKLAMA: TASHQI REKLAMALARDAGI YUTUQ VA KAMCHILIKLAR

Halimova Sayyora Toshmurod qizi
O‘zbekiston Jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti magistranti

ANNOTATSIYA

Reklama zamonaviy jamiyatning keng tarqalgan elementidir. Uning ta’siridan qochib qutulib bo‘lmaydi, chunki biz uni televizorda, reklama taxtalarida, internetda va hatto mobil qurilmalarimizda uchratamiz. Zamonaviy davrda reklamaning ijtimoiy hayotga sezilarli ta’siri borligini inkor etib bo‘lmaydi. Bizning tanlovimizni shakllantirishdan tortib, intilishlarimizni aniqlashgacha bo‘lgan reklama hayotimiz, munosabatimiz va xatti-harakatlarimizda doimiy taassurot qoldiradi. Shunday qilib, reklamaning ijtimoiy hayotdagi o‘rni, uning iste’molchilarga ta’sirini tushunish juda muhimdir. Ushbu maqolada esa bugungi kunda tashqi reklamalardan olinayotgan ijtimoiy foyda hamda zararlar haqida so‘z boradi.

Kalit so‘zlar: tashqi reklama, ijtimoiy hayot, banner, reklama taxtalari, ijtimoiy normalar.

Bugungi kunda reklamalardagi ba’zi yutuqlar ulardan ijtimoiy hayotda odamlar olayotgan foyda hamda bu sohadagi kamchiliklar ustida ishlash zarur bo‘lgan masalalarni tahlil qilishdan oldin, aslida, reklama hayotimizda qanday rol o‘ynashini bilib olsak. Avvalo, reklama bizga kerak bo‘lgan yoki xohlaydigan yangi mahsulot va xizmatlar haqida ma’lumot manbasi bo‘lib xizmat qiladi. U bizga texnologik asbob-uskunalar, kiyim-kechak va avtomobillar kabi tovarlar va xizmatlar haqidagi eng so‘nggi ma’lumotlarni taqdim etadi. Reklamalar, shuningdek, turli mahsulotlarni solishtirish va baholash uchun uzluksiz platformani taqdim etadi, shunda biz nimani sotib olishimiz haqida ongli qaror qabul qilishimiz mumkin.

Qolaversa, reklamalar jamiyatning munosabatlari va qadriyatlarini shakllantirishga jiddiy ta’sir ko‘rsatadi. Reklama ijtimoiy me’yorlar, gender rollari, jinsiylik va go‘zallik standartlari haqidagi tushunchalarimizga ta’sir qilishi mumkin. Bugungi reklamalarning aksariyati madaniy stereotiplardan foydalanish, his-tuyg‘ular bilan o‘ynash va odamlar yoki vaziyatlarning ideallashtirilgan tasvirini yaratishga tayanadi. Bunday reklamalar haqiqiy bo‘lmagan umidlar va ideallarni keltirib chiqarishi mumkin. Bu esa iste’molchilarda tashvish va o‘z-o‘zidan shubhalanishga olib keladi.

Bundan tashqari, reklama iste'mol madaniyatini shakllantirish va qo'llab-quvvatlashda muhim rol o'ynaydi. Eng so'nggi gadjetlarga ega bo'lish, qimmatbaho kiyim kiyish yoki hashamatli mashinalarni haydash istagi ko'pincha reklama orqali tarqatiladigan xabarlardan kelib chiqadi. Reklama idrok etilgan qiymat tuyg'usini yaratadi, bu bizni jamiyat tomonidan tan olinishi va qabul qilinishi uchun ma'lum mahsulot va xizmatlarni sotib olishga undaydi. Natijada, reklama iste'mol qilish uslublari, istaklari va xatti-harakatlarimizga ta'sir ko'rsatish orqali iste'mol madaniyatimizni shakllantiradi.

Reklamalarning dastlabki ko'rinishlaridan biri bo'lgan tashqi reklamalar odamlarning ijtimoiy hayotida bir qancha foydalarga ham ega. Ularning ba'zilari quyidagilar hisoblanadi. Ijtimoiy hayotimizda tashqi reklama reklamasining bir qancha afzalliklari bor:

Birinchidan, bu odamlarda ogohlikni oshiradi: Tashqi reklamalar turli ijtimoiy muammolar, jumladan, sog'liqni saqlash kampaniyalari yoki davlat xizmati e'lonlari haqida xabardorlikni oshirish uchun ishlatilishi mumkin. Ijtimoiy mavzu reklama taxtalarida ko'rilsa, bu jamiyatimizdagi muhim masalalarni yanada muhimroq xabardor qilish va tushunishga yordam beradi. Ushbu xabarlar bizning munosabatimiz va xatti-harakatlarimizda ijobiy o'zgarishlarga olib kelishi mumkin.

Ma'lumot bilan ta'minlash: Tashqi reklamalar jamoatchilikni tadbirlar va kontsertlardan tortib, mahalliy korxonalar va xizmatlargacha bo'lgan turli mavzularda ma'lumot bilan ta'minlash uchun ishlatilishi mumkin. Misol uchun, reklama taxtalari bo'sh ish o'rinlarini reklama qilish uchun ishlatilishi mumkin. Bu esa o'sha hududda yashovchi odamlar uchun juda zarur bo'lgan ish joylarini ta'minlaydi. Tashqi reklamalardan festivallar, bozorlar yoki konsertlar kabi yaqinlashib kelayotgan tadbirlarni reklama qilish uchun ham foydalanish mumkin, bu bizning jamiyatimizda yanada jonli ijtimoiy hayotni yaratishga yordam beradi.

Ijodkorlikni rag'batlantirish: Tashqi reklamalar rassomlar va ijodkorlarga o'z ishlarini namoyish qilish uchun imkoniyat bo'lib xizmat qilishi mumkin, bu faol omma muhitiga hissa qo'shishi mumkin. E'lonlar taxtasidagi badiiy ko'rgazmalar, devoriy rasmlar va haykallar, munozaralarga sabab bo'ladigan fikr va tuyg'ularni uyg'otishi hamda jamiyatni yanada faol, ijodiy va amaliy jihatdan jipslashtirishi mumkin.

Biroq reklamani eng ko'zga ko'ringan va keng tarqalgan roli uning jamiyatga ta'siri haqida amaliy va axloqiy tashvishlarni keltirib chiqarishidir. Reklamani zaif guruhlardan foydalanish, stereotiplarni davom ettirish va shaxslarni obyektivlashtirish imkoniyatlari ham bahs mavzusidir. Shuning uchun reklamani tartibga solish, uning ta'sirini baholab borish jamiyat qadriyatlarini va ijtimoiy me'yorlariga zarar keltirmasligi uchun muhim ahamiyatga ega. Ko'p hollarda reklama peshtaxtalarida milliy mentalitetimizga zid lavhalarni uchratamiz. Yosh va jins talablariga to'g'ri

kelmaydigan reklamalar jamiyat mafkurasiga jiddiy putur yetkazadi. Shu qatorda, til normalariga javob bermaydigan reklama matnlarini ham ona tili nufuzini obroʻsizlantirish, deya baholash mumkin.

Tashqi reklamalar, oʻz oʻrnida, hududning umumiy koʻrinishi va interyeriga koʻrk vazifasini ham oʻtaydi. Har xil dizayn, ranglar jamlanmasidan tarkib topgan bannerlar, afishalar madaniy muhitga oʻz taʼsirini oʻtkazmay qolmaydi. Eng ahamiyatlisi, mashina boshqaruvida svetafor yoki tirbandlikda qolib ketgan haydovchilar ham bu vaqt mobaynida tashqi reklamadan oʻziga kerakli boʻlgan axborotlarni bemalol olib qolish imkoniga ega boʻladi. Va yana, keksa qatlam vakillarining ayrim qismi zamonaviy gadjetlar foydalanishmaydi, bu esa ularning kundalik hayotlari davomida uyda televizor, radio kabilardan, koʻchada esa tashqi reklamalardan axborot qabul qilishlarini bildiradi.

Boshqa reklama turlari kabi tashqi reklamadan ham har uch tomon birday foyda koʻradi: buyurtmachi oʻz mahsuloti sotuviga erishadi, koʻruvchi oʻziga manfaatli boʻlgan axborotni qabul qiladi, ijrochi, yaʼni maʼlum bir bino yoki tashqi ekran maʼmuriyati bundan yaxshigina daromad oladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, reklama ijtimoiy hayotni axborot bilan taʼminlash, munosabat va qadriyatlarga taʼsir koʻrsatish, isteʼmol madaniyatini shakllantirish xususiyati bilan muhim oʻrin tutadi. Bu bizning tanlovimiz, intilishlarimiz va xatti-harakatlarimizga kuchli taʼsir qiladi. Shunday qilib, bugungi davrda reklama jamiyat qadriyatlari va ijtimoiy meʼyorlariga zarar keltirmasligini taʼminlash uchun reklamaga ehtiyotkorlik va tartibga solingan yondashuv munosabatda boʻlish muhim ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati

1. Pakirdinova, S. (2023). Zamonaviy tilshunoslikda reklama matni va uning oʻziga xos xususiyatlari. *Talqin va tadqiqotlar*, 1(19).
2. Azimova, S. (2023). Reklamalarda stilistik tahlilning oʻrni. *Академические исследования в современной науке*, 2(10), 6366.
3. Ergasheva, B. G. O. (2023). Reklamanning ijtimoiy ahamiyati. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 3(1), 793-799.
4. Gʻolibjonovna, E. B. (2023). Bolalar va yoshlar hayotida reklamanning oʻrni. *Taʼlim fidoyilari*, 10, 220-224.
5. Abdumutaljonovna, P. S., & Bahromjon qizi, B. X. (2023). Reklamada inson ongiga taʼsir qiluvchi omillar. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 15(1), 84-88.