

Mahsulot bozorda o'z egasini tezroq topishi uchun unga reklama zarur. Reklama ta'sirli bo'lishi uchun reklama matnlari juda ahamiyatlidir. Reklama matnlarining asosini esa sloganlar, ya'ni shiorlar tashkil etadi.

Har qanday marketing kampaniyasining muhim qismi bo'lgan reklama shiori maqsadli auditoriyaga ongli ravishda yoki ongsiz ravishda ta'sir qilishi mumkin. O'z shiorlaridan to'g'ri foydalana oladigan kompaniyalar eng katta foyda keltiradi, shuning uchun reklama iste'molchilar tomonidan qabul qilingan xarid qarorlariga ta'sir qilishning eng samarali vositalarini o'rganishga bag'ishlangan fanga aylandi. Aslida, bu marketing va lingvistik vositalarning aralashmasi. Birinchisi reklama shiori yaratishni boshlaydi, ikkinchisi esa lingvistik vositalar to'plamini (fonologik, leksik, semantik, stilistik va sintaktik) taqdim etadi. Ikkalasining kombinatsiyasi reklamaning ishonchliligini kuchaytirishi mumkin, bu esa reklama tilini murakkab va ko'p qirrali qiladi.

Samarali bo'lishi uchun shior quyidagi talablarga javob berishi kerak:

- a) iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirishni va'da qiladigan yuqori hissiy taranglik bilan nisbiy ixchamlik;
- b) tijorat taklifining mohiyatini jamlash;
- v) oson yodlanadigan va bundan tashqari chet tillariga oson tarjima qilinadigan sodda til<sup>2</sup>.

Xaridorni reklama orqali ma'lum bir mahsulotni sotib olishga ko'ndirish uchun qo'llaniladigan juda ko'p lingvistik usullar mavjud. Hech shubha yo'qki, ularning har biri shior tomonidan yaratilgan yakuniy ta'sirga o'ziga xos ta'sir ko'rsatadi, ammo ba'zi jihatlar boshqalarga qaraganda foydaliroq ekanligi isbotlangan<sup>3</sup>.

Reklama kuzatuvchilari, odatda, brend nomi va sloganni albatta yodda saqlab qoladilar. Bunday esda qolarli jumlar tayyorlashda eng muhim vosita bu - til. Kuzatishlarimiz davomida sloganlardagi lisoniy omillarga e'tibor qaratdik.

**1.Fonologik jihat.** Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, fonologik darajada quyidagi stilistik vositalar va nutq shakllari eng ko'p qo'llanilgan.

**Qofiya** - satrlar oxirida ma'lum bir tovush naqshini yaratishga asoslangan fonologik uslub. Dilmurod Qur'onovning adabiyotshunoslik lug'atida qofiyaga quyidagicha ta'rif berilgan: QOFIYA (ar. - misra oxiridagi so'zlarning bir-biriga mos bo'lishi) - she'riy misralar oxiridagi qo'shimcha, so'z, ba'zan so'z birikmalarining ohangdosh bo'lib kelishi, aniqrog'i, ularning tarkibidagi tovushlar guruhining ohangdoshligi<sup>4</sup>.

Bu usuldan foydalanishning sababi shundaki, ovozli naqsh shior eslab qolishni ancha osonlashtiradi, shuning uchun uni yanada samaraliroq qiladi. Bunday shiorlardan namunalar :

- 1.*Tinch bola,*  
*Xotirjam ona.* (Espumizan, dori)
- 2.*Diareya keldi,*  
*Diareya ketdi.* (Enterol, dori)
- 3.*Sening tomog'ing*

*Sening kuching.* (Septolete total, dori)

4. *Qorin dam bo'lsa agar,*

*Espumizan yordamga shoshar.* (Espumizan, dori)

5. *Virus qochar har tomon*

*Sizda bo'lsa Amizon.* (Amizon, dori)

6. *Yo'taldan topay desangiz da'vo*

*Yordamga kelar Ambro.* (Ambro, dori)

7. *Yo'tal qiynasa agar*

*Bromgeksin yordamga shoshar.* (Bromgeksin, dori)

8. *Paradik gel bo'lsa yoningda,*

*Og'riq qolar bir zumda.* (Paradik, gel)

Assonans (lot. *assonare* - uyg'un jaranglash; fr. *Assonance* - ohangdoshlik) bir xil unlilar takroriga asoslangan ifodaviylikni kuchaytiruvchi vosita, takrorning fonetik sathdagi ko'rinishi; she'rga xushohanglik baxsh etadi, musiqiylikni kuchaytiradi<sup>4</sup>.

Assonansdan sloganlarning oson eslab qolishiga, yoqimli jaranglashiga yordam beradi. Shu sababli ham sloganlar tuzishda assonansdan samarali foydalanish yaxshi natija beradi. Quyida mashhur reklama matnlarining sloganlaridan namunalarda buni ko'rishimiz mumkin.

Ba'zi sloganlarda assonans aniq ko'rinadi, borligi sezilib turadi:

1. SAS! SAS! SAS!
2. Yo'tal bizga kerakmas. (SAS, dori).
3. Koka kola - rohatbaxsh ta'm. (Coca cola, ichimlik)
4. Quvnoq ta'm, sladokda mujassam. (sladok, pecheniy).

Sloganlarning ayrimlarida assonansni ilg'ab olish qiyinroq, lekin aynan, assonans sababli yoqimli ohang hosil bo'ladi:

1. Siz nima yesangiz, farzandingiz ham shuni yeydi. (chocotello, shokoladli qaymoq)
2. Onalar farzandlariga nima kerakligini bilishadi. (chocotello, shokoladli qaymoq)
3. Eng yaxshi kayfiyat chokotella bilan boshlanar. (chocotello, shokoladli qaymoq)
4. Modani qayta tanlang. (perwoll, kir yuvish vositasi)
5. Allergiyasiz baxtli onlar. (Zodak, dori)
6. Maksvel haus - oxirgi tomchisigacha yaxshi. (Maxwell house, bo'yoq)
7. Fanta iching, quvonchga to'ling. (Fanta, ichimlik)

"Konsonans" so'zi "hamohang eshitilmoq", "uyg'unlashmoq" degan ma'nolarni anglatadi. Tilshunoslikda bu termin ingliz olimi Kaddonning fikriga ko'ra: "bir xil undosh tovushlarning turli unlilardan oldin va keyin yaqindan takrorlanishi". Reklama matnlaridagi sloganlarda konsonasdan unumli foydalaniladi.

Masalan: **SAS! SAS! SAS! Yo'tal bizga kerakmas.**

Alliteratsiya, assonans, konsonans, qofiya reklama matnlaridagi sloganlarni esda qolarli bo'lishiga xizmat qiluvchi vositalar hisoblanadi.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Leech Geoffrey N. Reklamada ingliz tili: Buyuk Britaniyada reklamaning lingvistik tadqiqoti/ Geoffrey N. Leech// Ingliz tili seriyasi. London: Longman, 1972. 210b
2. Dilnoza Rasulovna Sobirova TIBBIY REKLAMA MATNLARINI YARATISH USULLARI // Academic research in educational sciences. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tibbiy-reklama-matnlarini-yaratish-usullari> (дата обращения: 09.12.2022).
3. M. Solijonov, REKLAMA MATNLARIDA TURG'UN BIRIKMALARNING LINGVISTIK XUSUSIYATLAR, Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies (CARJIS) ISSN (online): 2181-2454 Volume 2 | Issue 3 | March, 2022 DOI:10.24412/2181-2454-2022-3-535-539
4. D. Nu'Monova, U. Qo'Ziyev Badiiy matnni lingvostatistik tomondan tahlil qilish // Oriental Art and Culture. 2020. №1 (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/badiiy-matnni-lingvostatistik-tomondan-tahlil-qilish> (дата обращения: 09.12.2022).
5. Кузиев У. Я. About sociolects and their place in glossaries (in example Uzbek language and dictionaries) //Научные исследования: теория, методика и практика. – 2017. – С. 281-286.
6. Mamirova D. O'zbek tilidagi reklamalarning sotsiolingvistik tadqiqi: magistrlik dissertatsiyasi. - Samarqand, 2012.
7. Qo'ziyev Umidjon Yandashaliyevich, Sobirova Madina Mahmudjon Qizi SO'Z O'ZLASHTIRISHDA AKKUMULYATSIYA HODISASI // SAI. 2022. №Special Issue 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/so-z-o-zlashtirishda-akkumulyatsiya-hodisasi> (дата обращения: 09.12.2022).

## СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ НОВОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНОГО ПЕРЕДАТОЧНОГО МЕХАНИЗМА СИММЕТРИЧНЫМ ПЕРЕМЕЩЕНИЕМ ЦЕНТРОВ ВРАЩЕНИЯ ВЕДУЩИХ И ВЕДОМЫХ ЗУБЧАТЫХ КОЛЕС И ЕГО МОДИФИКАЦИИ

**Рахмонов Хушнудбек Нурмухаммад ўғли**

*Ассистент Андижанского машиностроительного института.*

**Раимохунов Бахромжон Боходиржон ўғли**

*Студент Андижанского машиностроительного института.*

**Аннотация:** Одним из основных направлений развития отечественной техники является совершенствование и создание высокопроизводительных, ресурсосберегающих устройств и механизмов прокатных технологических машин. Это особенно часто встречается в машинах с симметричным движущимся роликом, центром вращения свободно вращающегося вала, и поэтому является очень важной проблемой в этой области машиностроения.

**Ключевые слова:** пар, звено, плоскость, судорожный, степень, линейным, колец, рычаг

**Annotation:** One of the main directions in the development of domestic machinery is the improvement and creation of high-performance, resource-saving devices and mechanisms of rolled technological machines. This is especially common in machines with a symmetrical moving roller, the center of rotation of the free-running shaft, and is therefore a very important issue in this field of mechanical engineering.

**Keywords:** steam, link, plane, convulsive, power, linear, rings, lever arm

При структурном анализе существительных их звенья (невозбуждаемые и возбуждаемые) и кинематические пары определяются их структурной схемой. Идентифицированные звено нумеруются по порядку. Согласно определению мексанизма, в нем есть только два фиксированных звено. Ведущие звено более чем одного механизма называются мексанизмами, где дифференциал или степень свободы больше единицы [1, 2, 3, 4, 5].

Если все звенья в составе мексанизмов движутся в одной плоскости или в параллельных плоскостях, то такие мексанизмы называются мексанизмами, которые движутся в плоскости [6, 7, 8, 9, 10].

Формула строения таких слогов определена русским академиком П. Л. Чебишевым, доказана в 1869 году. Эта формула формулировки записывается следующим образом:

$$W = 3n - 2P_5 - P_4$$

$W$  - уровень свободы плоского механизма.

$n$  - число судорожных звеньев в структуре плоского механизма.