



**BOSMA REKLAMADA CHIZMA RAMZLARDAN FOTOTASVIR
RAMZLARIGA O'TISH: LITOGRAFIYA TEXNIKASINING VIZUAL
TILNI RIVOJLANTIRISHI**

Gayberdiyeva Nodira Toxir qizi

MRDI 2- kurs KGBF yo'nalishi

Magistratura talabasi

Annotatsiya

Ushbu maqola bosma reklamada chizma ramzlardan fototasvir ramzlariga o'tish jarayonini, xususan, litografiya texnikasining vizual til rivojiga qo'shgan hissasini tahlil qiladi. Ilk davrlardagi chizma va grafik ramzlar qanday qilib yanada realistik va batafsil tasvirlar yordamida almashganligi ko'rib chiqiladi. Shu bilan birga, litografiya texnikasining reklama dizaynida vizual effektlarni kuchaytirishi va auditoriya bilan samaraliroq kommunikatsiya o'rnatishda roli yoritiladi. Maqola reklama va grafik dizayn tarixiga, vizual til nazariyasiga hamda zamonaviy vizual kommunikatsiyalarga oid tadqiqotlardan foydalanadi. Natijada, bosma reklama evolyutsiyasidagi ushbu o'zgarishning zamonaviy dizayndagi ahamiyati ochib beriladi.

Kalit so'zlar: Bosma reklama chizma ramzlar, fototasvir ramzlari, litografiya texnikasi, vizual til, reklama tarixi, reklama dizayni, bosma san'at, grafika va bosma reklama, reklama vizual kommunikatsiyasi, raqamli va an'anaviy reklama uyg'unligi, reklama samaradorligi, reklama estetikasi, marketing va reklama, vizual tilning rivojlanishi.

Аннотация

В данной статье анализируется процесс перехода в печатной рекламе от графических символов к фотореалистичным изображениям, в частности вклад литографической техники в развитие визуального языка. Рассматривается, как ранние графические и схематические образы были постепенно заменены более реалистичными и детализированными изображениями. Также освещается роль литографии в усилении визуальных эффектов рекламного дизайна и в



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th November, 2025

более эффективном установлении коммуникации с аудиторией. В статье используются исследования по истории рекламы и графического дизайна, теории визуального языка и современным визуальным коммуникациям. В результате раскрывается значение данного перехода в эволюции печатной рекламы для современного дизайна.

Ключевые слова: печатная реклама, графические символы, фотореалистичные изображения, литографическая техника, визуальный язык, история рекламы, рекламный дизайн, печатное искусство, графика и печатная реклама, визуальная коммуникация в рекламе, гармония цифровой и традиционной рекламы, эффективность рекламы, эстетика рекламы, маркетинг и реклама, развитие визуального языка.

Annotation

This article analyzes the transition in print advertising from drawn symbols to photographic imagery, particularly focusing on the contribution of lithographic techniques to the development of visual language. It examines how early schematic and graphic symbols were gradually replaced by more realistic and detailed images. The study also highlights the role of lithography in enhancing visual effects in advertising design and in establishing more effective communication with the audience. The article draws upon research in the history of advertising and graphic design, visual language theory, and contemporary visual communications. As a result, it reveals the significance of this transformation in the evolution of print advertising for modern design.

Keywords: print advertising, graphic symbols, photographic imagery, lithographic technique, visual language, history of advertising, advertising design, print art, graphics and print advertising, visual communication in advertising, integration of digital and traditional advertising, advertising effectiveness, advertising aesthetics, marketing and advertising, development of visual language.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th November, 2025

Bugungi axborot asrida reklama inson hayotining ajralmas qismiga aylangan. Ayniqsa, bosma reklama — ya'ni gazeta, jurnal, plakat, afisha yoki bukletlarda chop etiladigan reklama turlari — vizual aloqa vositalari ichida o'ziga xos o'rin tutadi. Bosma reklama matn va tasvirning uyg'unligi orqali inson ongiga ta'sir etadi, mahsulot yoki xizmat haqida hissiy va estetik tushuncha hosil qiladi. Shuning uchun ham u san'at, dizayn va kommunikatsiya o'rtasidagi ko'prik sifatida qaraladi.¹ Vizual til esa ana shu reklama turlarining "tili" bo'lib, unda rang, shakl, kompozitsiya, belgi va ramzlar orqali ma'no ifodalanadi. Bosma reklama tarixi XV asrda Yevropada Iogann Gutenberg tomonidan bosma stanok ixtiro qilinishi bilan bog'liq. Dastlabki reklama shakllari — diniy chaqiriqlar, savdo e'lonlari va jamoaviy tadbirlar haqida xabarnomalar ko'rinishida bo'lgan. XIX asrda esa bosma reklama sanoat inqilobi ta'sirida keng rivojlandi. O'sha davrda rangli litografiya texnologiyasi joriy etilib, reklama plakatlari san'at darajasiga ko'tarildi.²

XX asr boshlarida bosma reklama faqat mahsulotni emas, balki turmush tarzini, madaniy qadriyatlarni ham targ'ib eta boshladi. Bugungi kunda u raqamli formatlar bilan bir qatorda o'z ahamiyatini yo'qotmagan: jurnallar, afishalar va kataloglarda hali ham kuchli emotsional ta'sirga ega bo'lib qolmoqda.

Insoniyat tarixida vizual aloqa yozuvdan ancha oldin paydo bo'lgan. Eng qadimgi chizma ramzlar g'or devorlariga tushirilgan piktogrammalardan iborat edi. Ular ov, tabiat, diniy marosim yoki kundalik hayotni aks ettirgan. Bu ramzlar orqali odamlar o'zaro muloqot qilgan, axborot uzatgan. Keyinchalik piktogrammalar ideogrammalarga, ya'ni ma'lum bir tushuncha yoki fikrni ifodalovchi belgilar tizimiga aylangan. Shunday qilib, vizual tilning ildizi ana shu chizma ramzlarda yotadi. Zamonaviy reklama dizaynidagi logotip, belgilar va brend ramzlari ham aslida ana shu qadimiy ramziy aloqa an'alarining davomi hisoblanadi. Shu bilan birga visual til ham revozjlandi. Vizual til — bu inson ko'zi orqali idrok qilinadigan belgilar, ranglar, shakllar va obrazlar tizimi bo'lib, uning asosiy vazifasi axborotni tez va samarali yetkazishdir. Reklama dizaynida vizual til nafaqat ma'lumot berish, balki e'tiborni jalb qilish, hissiyot uyg'otish va xulqni shakllantirish funksiyasini

¹ Visual Communication Theory and Research: A Mass Communication Perspective/ "A Print Advertising Walk Through History – Over 100 Years of Ads"

² [https://link.springer.com/book/ Visual Communication Theory and Research: A Mass Communication Perspective](https://link.springer.com/book/Visual+Communication+Theory+and+Research:+A+Mass+Communication+Perspective)



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th November, 2025

bajaradi. Masalan, qizil rang – energiya va harakatni, ko‘k – ishonch va tinchlikni, yashil – tabiat va yangilanishni ifodalaydi. Shuningdek, vizual til orqali brend o‘z identifikatsiyasini yaratadi va iste’molchi bilan hissiy aloqa o‘rnatadi. Shu bois, reklama dizayneri har bir belgining psixologik va madaniy ma’nosini to‘g‘ri tanlashi muhimdir. Shu bilan birga ramzlarning turlaridan biri chizma ramzi bo‘lib visual ifodasini ancha sodallashtirgan holatnini ko‘rishimiz mumkin.

Chizma ramzlar inson tafakkurining vizual ifodasi bo‘lib, ular orqali murakkab tushunchalar sodda shakllarda ifodalanadi. Estetik jihatdan bunday ramzlar minimalizm, uyg‘unlik va muvozanat tamoyillariga asoslanadi. Ularning asosiy go‘zalligi — ortiqcha tafsilotlardan holi, lekin ma’noga boy bo‘lishidadir. Chizma ramzlar (ikonalar, piktogrammalar, logotiplar) dizayn sohasida eng ixcham, ammo kuchli ta’sir ko‘rsatuvchi vositalardan biridir.

Estetik jihatdan ular shakl, chiziq, ritm, proporsiya va rang uyg‘unligi orqali o‘z ta’sir kuchini oshiradi. Masalan, yumaloq shakllar iliqlik va do‘stlikni, burchakli chiziqlar esa qat’iyat va kuchni ifodalaydi. Shu bois, reklama dizaynerlari chizma ramzlarning estetik jihatlarini hisobga olib, ularni auditoriya ruhiyatiga moslashtiradilar. Chizma ramzlarning eng asosiy xususiyati — oddiylik va mavhumlik (abstraktlik)dir. Ular real hayotdagi narsalarni to‘liq ko‘rsatmaydi, balki ularning mohiyatini umumlashtiradi. Masalan, yurak belgisi — sevgi, qush belgisi — erkinlik, lampochka esa — g‘oya yoki ilhom ramzi sifatida qabul qilinadi.³

Oddiy shakl va mavhum mazmun reklama tili uchun juda qulay: bu orqali auditoriya tezda ma’noni anglaydi va u ongda uzoq saqlanadi. Biroq haddan tashqari mavhumlik reklama xabarining aniqligini pasaytirishi mumkin, shu sababli dizaynda ramzning semantik muvozanatini saqlash muhim. Ya’ni, u ham vizual jihatdan taniladigan, ham ma’nosini anglatadigan darajada soddalashtirilgan bo‘lishi kerak. Reklama uchun chizma ramzlarning afzalliklari va cheklovlarini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak : afzalliklari – ularning universalligidir. chizma ramzlar til to‘siqlarini yengadi, ya’ni har xil millat va madaniyat vakillari uchun tushunarli bo‘ladi. Yana ularni eslab qolish ham juda yengil bo‘lib, ramzlar estetik ko‘rinish berib, reklama

3

Josephson, S.; Kelly, J.; Smith, K. (ed.) 2020 Routledge <https://doi.org/10.4324/9780429491115>



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th November, 2025

mahsulotini zamonaviy va ixcham qiladi⁴. Yana bir yaxshi tomoni logotiplar, piktogrammalar yoki afishalarda turli o'lchamlarda ishlatilsa ham, o'z ta'sir kuchini saqlaydi. Cheklovlari madaniy tafovutlar bo'lib bir ramz turli madaniyatlarda turlicha talqin qilinishi mumkin (masalan, oq rang G'arbda poklik, Sharqda motam timsoli), Mavxumlik haddan oshsa ma'no yo'qolib reklama xabari tushunarsiz bo'lib qoladi.

Reklama dizaynida grafik elementlar — chiziq, rang, shakl, tekstura, joylashuv va tipografika — asosiy kommunikativ vosita hisoblanadi. Ularning har biri ma'lum funksiyani bajaradi:

Chiziq - harakat va yo'nalishni ko'rsatadi. Egri chiziqlar yumshoqlikni, tik chiziqlar barqarorlikni, diagonal chiziqlar esa dinamizmni ifodalaydi.

Rang - emotsional fonni yaratadi. Har bir rang muayyan psixologik ta'sirga ega: qizil - energiya, ko'k - ishonch, sariq - quvonch, qora - kuch va hashamat timsoli.

Shakl - kompozitsiyaning tuzilishini belgilaydi va e'tiborni boshqaradi.

Tipografika - matn va belgilar uyg'unligini saqlab, reklamaning o'qilishi va idrokini osonlashtiradi. Grafik elementlarning muvofiqlashtirilgan qo'llanilishi reklama xabarining samaradorligini belgilaydi. Shu bois, dizayner uchun ularning nafaqat estetik, balki psixologik va kommunikativ rolini ham chuqur tushunish muhimdir.⁵

Litografiya — bu tasvirni silliq tosh yoki metall plastina yuzasiga kimyoviy yo'l bilan tushirish asosiga qurilgan bosma texnikadir. U XVIII asr oxirida paydo bo'lib, XIX asrda bosma san'at va reklama sohasida inqilob yasagan. Litografiya texnikasi tufayli rangli bosmalar, plakatlari, e'lonlar va badiiy nashrlar ommaviy ishlab chiqarila boshlandi. Shu jarayon reklama dizayni tarixida muhim burilish nuqtasi bo'ldi, chunki tasvirlar endi qo'lda emas, balki texnik yo'l bilan, aniq va chiroyli shaklda ko'paytiriladigan bo'ldi. Litografiyaning asosiy printsipli "suv va yog' bir-biriga aralashmaydi" degan fizik hodisaga asoslanadi. Bosma jarayon quyidagicha kechadi:

⁴ 2022

"Visual Health Analysis of Print Advertising Graphic Design"

⁵ Reklama faoliyatini tashkil etish bo'yicha o'quv qo'llanma (NamDU). Reklama xabarining vizual va matnli elementlari, reklama ishonchliligi va zamonaviy talablari.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th November, 2025

Rassom tasvirni maxsus yog‘li siyoh bilan silliq toshga chizadi.

Tosh sirtiga kimyoviy modda (masalan, azot kislotasi eritmasi) surtiladi.

Bosma paytida tosh suv bilan namlanadi — suv faqat bo‘yalmagan joylarda qoladi.

Siyoh esa faqat chizilgan (yog‘li) joylarda yopishadi.

Qog‘oz toshga bosiladi va tasvir ko‘chiriladi.⁶

Natijada, juda tiniq, detalli va badiiy tasvir hosil bo‘ladi. Bu usul san‘at, matbuot va reklama sohasida tez orada mashhur bo‘lib ketdi. Litografiya texnikasi o‘z davrida ko‘p rangli bosmalar, katta formatdagi plakatlar, nozik detallarni aniq ifodalash imkonini yaratdi. Shu sababli u nafaqat reklama, balki badiiy grafika, xaritalar, o‘quv darsliklari va qadoqlash dizaynida ham keng qo‘llanildi.

Inson vizual kommunikatsiyasida chizma ramz (ikon, piktogramma), odatdagidan ko‘ra sodda, abstrakt shakllar bilan ifodalanadi. Vaqt o‘tishi bilan bosma reklama va matbaa texnologiyalarining rivojlanishi bilan, ramzlar real tasvirga — ya‘ni fototasvirga yaqinroq shakllarga o‘tish jarayonini boshlab berdi. Litografiya texnikasining taraqqiyoti bosma reklama uchun yangi imkoniyatlar yaratdi. Bu texnika nafaqat rangli fototasvirlarni bosishda, balki turli xil effektlar, teksturalar va noyob grafika yaratuvchi uslublarni qo‘llashda ham muhim vosita bo‘ldi. Natijada, bosma reklama turli makonlarda, shu jumladan jurnallar, billboardlar, plakatlar va bannerlarda keng tarqaldi.⁷

Bugungi kunda esa litografiya texnikasi raqamli bosma texnologiyalari bilan birlashtirilib, reklama sanoatini yanada boyitmoqda. Ammo uning bosma reklamadagi vizual tilni rivojlantirishdagi asosiy roli tarixda muhim o‘rin tutadi.

1. Bugungi kungacha bosma reklamada fototasvir ramzlariga o‘tish bilan bog‘liq ayrim muammolar mavjud. Ularning eng asosiylari quyidagilardan iborat:
2. Vizual axborotning to‘g‘ri yetkazilmasligi: Fototasvirlarning aniqligi va sifatini oshirish uchun yuqori sifatli chop etish texnologiyalari talab etiladi. Ko‘plab kichik va o‘rta bizneslarda bu imkoniyatlar cheklangan bo‘lishi mumkin.
3. Moslashuvchanlik va innovatsiya yetishmasligi: Zamonaviy raqamli texnologiyalar ko‘paygan bo‘lsa ham, bosma reklamada litografiya va boshqa

⁶ Fuchs & Lang Manufacturing (New York) - 1911 nashri. gallery.library.vcu.edu+2bookfusion.com+2

⁷ Litografiya - Vikipediya. Litografiyaning tarixi, usullari va bosma san‘atdagi roli haqida qisqacha ma‘lumotlar.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th November, 2025

an'anaviy usullarni zamonaviy elementlar bilan uyg'unlashtirish yetarlicha rivojlanmagan.

4. Bosma va raqamli reklama o'rtasidagi uyg'unlik: Raqamli reklama ko'proq ommalashgan hozirgi davrda, bosma reklamaning samaradorligini oshirish va uni raqamli formatlarga moslashtirish masalalari hali to'liq hal qilinmagan.⁸

Bu kabi muammolarga yechim sifatida aytmoqchimanki bosma reklama texnologiyalarini raqamli bosma va yuqori aniqlikdagi (HD) chop etishga moslash orqali fototasvirlarning sifatini yaxshilash mumkin. Hamda chizma ramzlar va fototasvirlarni uyg'unlashtirish, yangi vizual elementlar yaratish orqali reklamani yanada jalb qiluvchi qilish mumkin. Undan tashqari bosma reklama va raqamli reklama vositalarini birgalikda ishlatib, mijozlarga keng qamrovli va samarali vizual ta'sir ko'rsatish va reklama sohasida ishlovchi mutaxassislar uchun litografiya va zamonaviy bosma texnologiyalarini o'rganish va qo'llash bo'yicha treninglar tashkil qilish ham bugungi kundagi muammolarni anchagina bartaraf qilgan bo'lamiz

Xulosa qilib aytganda, bosma reklamada chizma ramzlardan fototasvir ramzlariga o'tishda litografiya texnikasi juda katta ahamiyatga ega bo'ldi. Bu texnika reklama tasvirlarining sifatini oshirish bilan birga, vizual tilni yangilash va rivojlantirishga katta hissa qo'shdi. Natijada, reklama nafaqat ma'lumot etkazish vositasi sifatida, balki estetik va amaliy qulayliklarga ega kommunikatsiya vositasiga aylana boshladi

⁸ Grafika - Vikipediya. Litografiya va grafik uslublarning bosma reklamada o'rni haqida ma'lumot.