



O‘ZBEKISTON REKLAMA DIZAYNIDA RAQAMLI GRAFIKADAN FOYDALANISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

*Kamoliddin Behzod nomidagi
Milliy rassomlik va dizayn instituti
“Amaliy grafika va badiiy fotografiya”
kafedrasi o‘qituvchisi
Mustaqil izlanuvchi doktorant
Yusupova Nigora Vasikdjanovna
E-mail: nyusupova2018@gmail.com*

Annotatsiya: Tezisdagi O‘zbekiston reklama dizaynida raqamli grafikadan foydalanishning zamonaviy tendensiyalari tahlil qilinadi. Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi reklama kommunikatsiyasining shakli, mazmuni va vizual ifoda vositalariga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli media va mobil platformalarning kengayishi reklama grafikasi oldiga yangi estetik va kommunikativ talablarni qo‘yimoqda. Tadqiqotda raqamli grafikada minimalizm, dinamik kompozitsiya, tipografik ekspressivlik, 3D grafika, animatsiya, sun’iy intellekt texnologiyalari hamda milliy vizual elementlardan foydalanish kabi tendensiyalarning ahamiyati ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, zamonaviy raqamli grafikada milliy o‘ziga xoslik va global dizayn tendensiyalarining uyg‘unlashuvi masalasi yoritiladi.

Kalit so‘zlar: reklama dizayni, raqamli grafika, vizual kommunikatsiya, grafik dizayn, raqamli texnologiyalar.

Kirish.

Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi zamonaviy reklama dizaynining shakllanish jarayoniga katta ta’sir ko‘rsatmoqda. Reklama kommunikatsiyasining an’anaviy shakllari bilan bir qatorda ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli platformalarning keng tarqalishi grafik dizaynning yangi vizual imkoniyatlarini yuzaga keltirmoqda. O‘zbekistonda ham reklama va media makonining raqamli segmenti tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. 2025-yilga oid tahlillarda O‘zbekiston media bozorida raqamli segment ulushi taxminan 30 foizga yetgani qayd etilgan. Bu holat reklama kontentini yaratishda raqamli grafik vositalardan foydalanishning dolzarbligini oshirmoqda. Shu sababli O‘zbekiston reklama dizaynida raqamli grafikadan foydalanishning shakllanishi, rivojlanishi va zamonaviy tendensiyalarini ilmiy jihatdan o‘rganish dolzarb masalalardan biridir.

Raqamli grafika zamonaviy reklama dizaynining asosiy vizual vositalaridan biriga aylanib bormoqda. Uning imkoniyatlari reklama xabarini



statik tasvir orqali emas, balki animatsiya, video, uch o'lchamli modellash va interaktiv elementlar yordamida ifodalash imkonini beradi. O'zbekiston reklama dizaynida kuzatilayotgan zamonaviy tendensiyalarni bir necha asosiy yo'nalishga ajratish mumkin.

1. Minimalistik grafik yechimlarning rivojlanishi. Minimalizm zamonaviy reklama dizaynining muhim yo'nalishlaridan biridir. Ortiqcha dekorativ elementlarni kamaytirish, bo'sh makondan foydalanish, aniq vizual ierarxiya va qisqa kommunikativ xabar yaratish reklama mazmunini tezroq qabul qilishga yordam beradi. Bunda asosiy e'tibor reklama xabarining eng muhim elementiga qaratiladi. Rang, shrift va tasvirlarning o'zaro uyg'unligi orqali sodda, ammo ta'sirchan kompozitsiya yaratiladi. Mahalliy dizayn tadqiqotlarida ham minimalizm, vizual hikoyalash, interaktivlik va foydalanuvchiga yo'naltirilgan dizayn zamonaviy media dizaynining muhim tendensiyalari sifatida qayd etilgan.

2. Raqamli tipografikaning ekspressivlashuvi. Zamonaviy reklama dizaynida tipografika faqat axborotni yetkazuvchi vosita sifatida emas, balki mustaqil grafik obraz sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Katta hajmdagi sarlavhalar, individual shriftlar, noodatiy harf shakllari, kontrast va dinamik tipografik kompozitsiyalar reklama xabarining emotsional ta'sirini kuchaytiradi. Ayniqsa raqamli reklamada matn va tasvirning bir butun vizual kompozitsiyaga aylanishi kuzatilmoqda. Bunday yondashuv reklama brendining o'ziga xos vizual identifikatsiyasini shakllantirishga xizmat qiladi.

3. 3D grafika va vizual chuqurlikdan foydalanish Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi uch o'lchamli grafikadan reklama dizaynida foydalanish imkoniyatlarini kengaytirdi. 3D obyektlar, hajmli tipografika, yorug'lik va soya effektlari mahsulotni yanada realistik va e'tiborni tortuvchi tarzda namoyish etish imkonini beradi. So'nggi grafik dizayn tendensiyalarida ham 3D elementlar, qatlamli kompozitsiyalar va fazoviy effektlarning reklama va brend kommunikatsiyasida keng qo'llanayotgani kuzatilmoqda.

4. Motion-grafika va dinamik reklama. Statik reklama bilan bir qatorda harakatlanuvchi grafikalar — motion design, animatsion bannerlar, qisqa video va kinetik tipografika ham zamonaviy reklama kommunikatsiyasining muhim vositasiga aylanmoqda. Dinamik grafika orqali ma'lumotni ketma-ketlikda berish, vizual hikoya yaratish va tomoshabinning e'tiborini ma'lum bir elementga yo'naltirish mumkin. Bu tendensiya ayniqsa raqamli platformalar uchun yaratiladigan reklama materiallarida muhim ahamiyatga ega.

5. Sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish. Bugungi raqamli dizayn jarayonida sun'iy intellekt asosidagi vositalarning paydo bo'lishi grafik materiallarni ishlab chiqish jarayonini tezlashtirmoqda. Ular g'oya izlash, vizual konsepsiya yaratish, tasvir variantlarini ishlab chiqish va ayrim dizayn



jarayonlarini avtomatlashtirishda qo'llanilishi mumkin. Biroq sun'iy intellektdan foydalanish dizaynning ijodiy va professional qarorini almashtirmasligi, balki yangi vizual imkoniyatlarni yaratishga xizmat qilishi kerak. Shu jihatdan kelajakdagi reklama dizaynida texnologik imkoniyat va insonning badiiy tafakkuri uyg'unligi muhim ahamiyat kasb etadi.

6. Milliy vizual identifikatsiya va raqamli grafikaning uyg'unlashuvi

O'zbekiston reklama dizaynining istiqbolli yo'nalishlaridan biri milliy badiiy meros elementlarini zamonaviy raqamli grafik vositalar yordamida qayta talqin qilishdir. Milliy ornamentlar, an'anaviy ranglar, geometrik naqshlar, tarixiy-me'moriy obrazlar va milliy madaniyatga xos vizual belgilar zamonaviy grafik kompozitsiyalar bilan uyg'unlashtirilishi mumkin. Bunday yondashuv global reklama dizayni tendensiyalaridan foydalanish bilan birga O'zbekiston reklama mahsulotlarining milliy o'ziga xosligini saqlab qolish imkonini beradi. Bu jarayonda milliy elementlarni shunchaki dekorativ bezak sifatida qo'llash emas, balki ularning semantik va estetik imkoniyatlarini zamonaviy kommunikatsiya talablariga moslashtirish muhimdir. Tadqiqot natijalari O'rganilgan tendensiyalar asosida O'zbekiston reklama dizaynida raqamli grafikadan foydalanishning quyidagi asosiy yo'nalishlarini ajratish mumkin: raqamlashtirish — reklama mahsulotlarini raqamli platformalarga moslashtirish; minimalizm — vizual axborotni soddalashtirish va kommunikativ aniqlikni oshirish; dinamiklik — animatsiya va motion-grafikadan foydalanish; 3D grafika va hajmli vizual yechimlarni qo'llash; tipografik ekspressivlik — shriftni mustaqil vizual obraz sifatida ishlatish; texnologik integratsiya — sun'iy intellekt va boshqa raqamli vositalardan foydalanish; milliy identifikatsiya — milliy badiiy elementlarni zamonaviy raqamli grafikaga integratsiya qilish.

Mazkur tendensiyalar bir-biridan alohida emas, balki o'zaro bog'langan holda rivojlanmoqda. Shu sababli zamonaviy reklama dizaynini faqat grafik tasvir yaratish jarayoni sifatida emas, balki estetik, kommunikativ va texnologik omillarni birlashtiruvchi kompleks tizim sifatida ko'rib chiqish maqsadga muvofiq.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston reklama dizaynida raqamli grafikadan foydalanish zamonaviy kommunikatsiya muhitining rivojlanishi bilan chambarchas bog'liq holda shakllanmoqda. Minimalistik kompozitsiya, ekspressiv tipografika, 3D grafika, motion design, sun'iy intellekt texnologiyalari va milliy vizual elementlarning raqamli muhitga integratsiyasi ushbu sohaning muhim tendensiyalarini tashkil etadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston reklama dizaynining kelajakdagi rivojlanishida global raqamli dizayn tendensiyalarini mexanik ravishda takrorlash emas, balki



ularni milliy madaniy-estetik xususiyatlar bilan uyg'unlashtirish muhim ilmiy-amaliy yo'nalish hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, raqamli grafikada milliy vizual kodlarni zamonaviy texnologiyalar asosida qayta talqin qilish O'zbekiston reklama dizaynining o'ziga xosligini kuchaytiruvchi muhim omil bo'lishi mumkin.

MANBALAR

1. Karimova M.N. KarimovX.A. -"Raqamli marketingning mamlakatimizda hozirgi holati va uni rivojlantirish yo'llari", Toshkent, 2024
2. "Digital marketing in Uzbekistan", 2025.
3. Dörk, M., Carpendale, S., & Williamson, C. (2019). The role of AI in visual communication. Springer.
4. Karimov, B. (2021). Raqamli dizayn va reklama madaniyati O'zbekistonda. Toshkent: O'zMU Nashriyoti.
5. Lupton, E. (2014). Graphic Design and Visual Communication. Princeton Architectural Press.
6. Manovich, L. (2017). The Language of New Media. MIT Press.
7. Veale, T. (2020). Computational Creativity and AI in Advertising. Journal of Advertising Research, 60(2), 123–135.
8. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-zbekistonda-reklamaning-estetikasi-va-vizual-tili-an-ana-va-innovatsion-texnologiyalar>