

ZAMONAVIY MEDIA DISKURSIDA ZAPUSK TILINING LINGVOPRAGMATIK XUSUSIYATLARI

Nizomova Shahlo Sadriddin Qizi

Annotatsiya: Zamonaviy media marketing sohasida yuz berayotgan tub o'zgarishlar, axborot almashinuvi va reklama texnologiyalarining yuksalishi, media bozorida raqobat ortib borishi bilan bevosita bog'liqdir. Raqamli transformatsiya asrida har bir mahsulot, xizmat yoki g'oyani zamonaviy auditoriyaga yetkazishda tezkor, qisqa va samimiy kommunikatsiya uslubiga ehtiyoj kuchayib bormoqda. Ayniqsa, reklama va marketing olamida samarador kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlarda har bir xabar, banner, videorolik va boshqalar orqali auditoriya e'tiborini olib qola olish, uni mahsulot yoki xizmatga yo'naltira olish zamonaviy marketingning muhim yo'nalishlaridan biriga aylangan. Shu o'rinda zapusk tili — bugungi media marketing tilining asosiy jihatlaridan biriga aylangan bo'lib, uning lingvopragmatik xususiyatlarini chuqur o'rganish, tahlil qilish va amaliyotga tadbqiq qilish zamonaviy marketing mutaxassislari oldida dolzarb vazifa hisoblanadi.

Kalit so'zlar: zapusk tili, zamonaviy media marketing, lingvopragmatika, kommunikatsiya, qisqa mazmun, marketing tili, reklama, raqamli madaniyat, axborot muhitiga moslik, normativ-huquqiy hujjatlar, natijadorlik.

Аннотация: Фундаментальные изменения, происходящие в сфере современного медиамаркетинга, напрямую связаны с развитием информационного обмена и рекламных технологий, а также с усилением конкуренции на медиарынке. В эпоху цифровой трансформации возрастает потребность в быстрых, лаконичных и искренних методах коммуникации для донесения любого продукта, услуги или идеи до современной аудитории. Особенно в мире рекламы и маркетинга эффективная коммуникация, способность привлечь внимание аудитории с помощью каждого сообщения, баннера, видеоролика и т. д. в социальных сетях и направить его к продукту или услуге, стала одной из важных областей современного маркетинга. В этом контексте язык запуска стал одним из главных аспектов современного языка медиамаркетинга, и его углубленное изучение, анализ и практическое применение лингвистопрагматических особенностей является актуальной задачей для специалистов по современному маркетингу.

Ключевые слова: язык запуска, современный медиамаркетинг, лингвистопрагматика, коммуникация, короткий контент, язык маркетинга, реклама, цифровая культура, совместимость с информационной средой, нормативно-правовые документы, эффективность.

Abstract: The fundamental changes taking place in the field of modern media

marketing are directly related to the rise of information exchange and advertising technologies, and the increasing competition in the media market. In the age of digital transformation, the need for fast, concise and sincere communication methods is increasing in order to convey every product, service or idea to a modern audience. Especially in the world of advertising and marketing, effective communication, the ability to capture the audience's attention through every message, banner, video clip, etc. on social networks, and to direct it to a product or service, has become one of the important areas of modern marketing. In this regard, the launch language has become one of the main aspects of today's media marketing language, and its in-depth study, analysis and application in practice of its linguopragmatic features is an urgent task for modern marketing specialists.

Keywords: launch language, modern media marketing, linguopragmatics, communication, short content, marketing language, advertising, digital culture, compatibility with the information environment, regulatory and legal documents, effectiveness.

KIRISH

Zapusk tilining asosiy mohiyati, avvalo, qisqa, lo'nda, ta'sirchan, ma'no jihatidan boy va faol harakatga undovchi tildan foydalanishda namoyon bo'ladi. Bunday til namunalarida adabiylik, ifoda ravonligi, aniq va tushunarli mazmun, semantik soddalik, sintaktik ixchamlilik ustuvorlik qiladi. Eng soddashaklda zapusk tili — auditoriyani tezda xabardor qilish, do'stona muhit yaratish, mahsulot yoki xizmat haqida ijobiy tasavvur uyg'otish, harakatga chorlaydigan so'z va jummalarni yaratish uchun xizmat qiladi. Raqamli axborot muhitida auditoriya e'tiborini qisqa vaqt mobaynida jalb qila olish, ular ongida kuchli taassurot qoldirish barcha zamonaviy raqamli marketingning asosiy yutuq omillaridan sanaladi. Lingvopragmatik jihatdan zapusk tilini tahlil qilganda, uning eng asosiy belgilaridan biri — vazifasiga ko'ra funktsional, ya'ni aksiya va natijaga qaratilgan bo'lishidir. Zamonaviy media marketingda har bir matn yoki xabar, poster yoki rolik — o'zida auditoriya ehtiyojlarini, psixologik portretini, madaniy nuqtayi nazarini hisobga olgan holda yaratiladi. Zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlari ham ayni vaqtda kontekstual moslik, soddalik va tez ta'sir etuvchan bo'lishda aks etadi. Kompaniyalar, media agentliklar va kopyrayterlar zamonaviy auditoriyaning informatsion muhitda yashab, juda katta hajmdagi ma'lumotlarga ega, tez to'yadigan, yangilikka muhtoj va talabchanligini hisobga olgan holda, zapusk tili yordamida qisqa lekin g'oyat samarali jumlar orqali kuchli ta'sirga erishishga urinadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA TADQIQOT METODOLOGIYASI

Soddalik va ravonlik zamonaviy zamonda har qanday reklama asli sifatini belgilab beradi. Zapusk tilidagi lingvistik birliklarning aniq tanlanishi, jumlaning qaysi sintaktik usulda tuzilishi hamda unda ishlatilgan leksik vositalarning lo'ndaligini

kuchaytirish nafaqat kommunikatsiya samaradorligini ta'minlaydi, balki auditoriya ongida ishonch, motivatsiya va sadoqat uyg'otadi. Media marketing vositasidagi har bir zapusk formulasi, xabar yoki reklama matni sun'iy uslubdan yiroq, tabiiy, do'stona, sokin, biroq ishonchli va motivatsion bo'lishi kerak. Bu esa har qanday marketing strategiyasining poydevoriga aylanib ulgurgan. Lingvopragmatik nuqtayi nazardan qaraganda, zapusk tili — komunikant va adresat o'rtasida yaxshi kayfiyat, ochiq, murakkablikdan holi axborot muhitini yaratish, mahsulot yoki xizmatdan foydalanishga undash xususiyatlariga ega bo'ladi. Zapusk tili orqali yetkazilgan xabar, har doim oqilona, lo'nda, aniq va ijobiy ifoda topgan bo'lishi talab qilinadi. Bu til namunalarida nadan so'zlar, ortiqcha mantiqiy unsurlar, izohlar, yordamchi iboralar deyarli ishlatilmaydi. Aksincha, har bir so'z, atama yoki ibora ko'p yillik amaliyotdan o'tgan, auditoriya uchun qulay, harakatchan va tushunarli bo'lishi lozim. Zamonaviy media marketingda zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlari, avvalo, uning ijtimoiy-psixologik ahamiyatida ham yaqqol namoyon bo'ladi. Media kommunikatsiya olamida, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, professional sahifalar va boshqa platformalarda qisqa, lo'nda va motivatsiyaga boy ifodalar o'z samaradorligini isbotlagan. Odamlar har qanday reklama, xabar yoki yangilikni zarur vaqt va sharoitda tez qabul qilishi, tezda harakat qilishga tayyor turishi zamonaviy zamon talabidir. Bu esa, zamonaviy marketolog va kopyрайterlardan yaxshi gap tuzish, ravon til, semantik toza, ongli va motivatsion gaplar tuzishni talab etadi [1].

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Zapusk tili ma'lum kommunikatsion format va ma'no birligi hamdir. Zamonaviy mediada undan to'g'ri foydalanish — har bir yangi loyiha, startap, xizmat va mahsulotni qisqa va lo'nda mazmunda, eng yaxshi jihatlarini oshkor etgan holda auditoriyaga yetkazishda asosiy quroldir. Shu bois media marketing sohasida ishlayotgan mutaxassislar bu tilning lingvopragmatik xususiyatlarini chuqur o'rganishlari, jonli, soddalik, harakatchanlik, yaqqollik, zamonaviylik, aniq va ijobiy mazmunni ta'minlashga e'tibor qaratishlari juda muhim. Bugungi kun marketing muhitida zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlari zamonaviy lisoniy jarayonlar, raqamli madaniyat va kommunikatsiya strategiyasi bilan chambarchas bog'liq. Har bir zamonaviy loyiha, mahsulot yoki xizmat yangi iste'molchi, yangi auditoriyani o'ziga jalb etish istagida. Shu jihatdan, qisqa va kuchli zapusk tilidan foydalanish natijasida auditoriya e'tiborini jalb qilish, loyihaga bo'lgan ishonch va sodiqlikni shakllantirish, asosiysi, to'g'ri va samarali kommunikatsiya o'rnatish mumkin bo'ladi. Zamonaviy marketing olami mobaynida har bir kompaniya, brend yoki xizmat innovatsion, ijodiy yondashuv asosida auditoriyaga sifatli, to'liq va soddalik bilan yaratilgan zapusk tilini taqdim etishga harakat qilmoqda [2].

Zamonaviy media marketingda zapusk tilidan foydalangan holda amalga oshirilayotgan kommunikatsiya faolligi ham o'ziga xos mezonlar, tartib va normalar

bilan tartibga solinadi. Amaldagi mahalliy normativ-huquqiy hujjatlar, bu borada reklama va marketing faoliyatining tashkiliy-huquqiy asoslarini belgilaydi. Bunday tartibot, zamonaviy media marketingda zapusk tilidan foydalanishda amalga oshiriladigan barcha jarayonlarning qonuniy, madaniy va axloqiy mezonlarga muvofiq bo'lishini kafolatlaydi. Axborot makonida faollik oshib borayotgan bir paytda, soha vakillari reklama, axborot va kommunikatsiyaning normativ-huquqiy, madaniy va axloqiy masalalariga katta e'tibor qaratishlari lozim. Mahalliy normativ-huquqiy hujjatlar zamonaviy media marketingda zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Har qanday mustaqil davlatda, axborot va reklama, media va kommunikatsiya sohasidagi faoliyatni tartibga solishda, ijtimoiy mas'uliyat, shaffoflik, axloqiy zaminga sodiqlik, e'tiqod va inson huquqlarini hurmat qilish, milliy qadriyatlarni asrash, yetakchi tamoyillar sifatida e'lon qilingan. O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida, xususan, "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida", "Reklama to'g'risida", "Axborot erkinligi prinsiplariga rioya qilish to'g'risida", "Elektron tijorat to'g'risida" kabi qonunlarda zamonaviy media marketing faoliyati va unda ishtirok etayotgan shaxslarning asosiy huquq va majburiyatlari, kommunikatsiya prinsip va normalari, axborot va reklama matnlarida, jumladan zapusk tilidan foydalanish tartibi belgilab qo'yilgan. Yana bir muhim jihat — zamonaviy marketing va informatika taraqqiyoti, jamiyatda raqamli madaniyat va kommunikatsiyaga bo'lgan talab ortib borayotganini hisobga olgan holda, zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlariga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bunda har bir kommunikatsiya komponenti, zamonaviy lisoniy vositalar, stilistik inshootlar, pragmatik vazifasiga mos holda tuziladi. Media marketing tilida gap ko'proq natijadorlik, aniqlik, ta'sirchanlik va dolzarblikdan iborat bo'ladi. Marketing sohasida zamonaviy lingvistik va kommunikativ talablarga javob bera oladigan zapusk tilining ilmiy asoslanganligini ta'minlash esa, zamon va soha talabidir [3].

Bugungi raqamli axborot muhitida zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlarini atroflicha o'rganish, zamonaviy auditoriya tahlili, lisoniy vositalarni tanlash va ularning motivatsion-psixologik asoslarini aniqlash, yangi marketing strategiyalarini yaratish uchun muhim nazariy va amaliy manba vazifasini bajaradi. Media marketing samaradorligi, brendning ijtimoiy tarmoqlardagi obro'si, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan ishonch darajasi, bevosita zapusk tilining lingvopragmatik sifati va ifoda kuchiga bog'liqdir. Rivojlangan raqamli madaniyatli jamiyatda zamonaviy marketing tilining asosiy vazifasi — auditoriyaga eng to'g'ri, qisqa, lo'nda va doring kommunikatsiya yo'li bilan mahsulot yoki xizmatga e'tiborini qaratishdan iborat. Shu bois zapusk tilini rivojlantirish, unga lingvopragmatik va stilistik yondashuvlarni chuqur o'rganish, zamonaviy raqamli sohada muvaffaqiyatli marketing yuritishning muhim kalitlaridan hisoblanadi. Bugungi o'zgaruvchan, tezkor va raqamli muhitda o'z o'rnini topgan, auditoriya ongiga to'g'ri yetib borgan, aniq va lo'nda zapusk tiliga ega

bo'lgan kompaniya va brendlar doimo yutuqqa erishadi, yangi iste'molchilarni o'ziga jalb eta oladi [4].

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy media marketingda zapusk tilining lingvopragmatik xususiyatlari bugungi kun kommunikatsiya jarayonlarining eng muhim bo'g'iniga aylangan. U orqali marketing jarayonining har bir bosqichi, mahsulot yoki xizmatni auditoriyaga to'g'ri va samarali yetkazish strategiyasi, aloqa samaradorligi, jamoatchilik nigohidagi brend obro'si va kompaniyaning muvaffaqiyati belgilanadi. Zamonaviy raqamli jamiyatda zapusk tilining to'g'ri, aniqligi ta'minlangan, lo'nda va zamonaviy mazmunda yaratilishi nafaqat marketing samaradorligini oshiradi, balki xalqimiz axborot madaniyatiga, iste'molchi huquqlariga hurmat bilan yondashishga ham zamin yaratadi. Bugungi ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy o'zgarishlar fonida ushbu tilning lingvopragmatik xususiyatlarini nazariy va amaliy jihatdan o'rganish zamonaviy media marketingning eng dolzarb vazifalaridan biri bo'lib qolaveradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Eshonqulov D.T. Zamonaviy media kommunikatsiyalarda lisoniy jarayonlar. – Toshkent: Fan, 2022.
2. Nurmatova D.X. Media tilshunosligi asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.
3. Axmedov S. Marketing sohasida kommunikatsion texnologiyalar. – Toshkent: O'qituvchi, 2021.
4. Arslonov M.X. Lingvopragmatika va kommunikatsiya nazariyasi. – Toshkent: Universitet, 2019.
5. Rustamova R. Zamonaviy reklama tillari va ularning lingvopragmatik xususiyatlari. – Samarqand: SIESI, 2021.
6. Crystal, D. Language and the Internet. Cambridge University Press, 2011.
7. Kotler, P., Keller, K.L. Marketing Management. Pearson, 2016.
8. Danesi, M. Brands and Their Surprising Journey Through Everyday Life. Palgrave Macmillan, 2015.