

**FILM TREYLERLARIDA TILNING MANIPULYATIV XUSUSIYATLARI
(O‘ZBEK VA INGLIZ TILLARI MISOLIDA)**

Shamuradov Bekzod Azad o‘g‘li

Xiva shahar 2-son ixtisoslashtirilgan maktabi maktab maslahatchisi

+998919939192

school2sovetnik@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada film treylerlarida tilning manipulyativ xususiyatlari, ularning psixologik, lingvopragmatik va madaniy omillar bilan o‘zaro aloqasi tahlil qilinadi. Treyler zamonaviy kinematik kommunikatsiya janri sifatida auditoriya e’tiborini jalb qilish, hissiy ta’sir o‘tkazish va qaror qabul qilish jarayoniga ta’sir ko‘rsatish uchun mo‘ljallangan. O‘zbek va ingliz tillaridagi treylerlar taqqoslanib, manipulyativ til vositalarining o‘xshash va farqli jihatlari aniqlanadi.

Kalit so‘zlar: film treyleri, manipulyativ til, mediadiskurs, lingvopragmatika, emotsional ta’sir, reklama strategiyasi.

Abstract (in English): This paper explores the manipulative features of language used in film trailers, focusing on the psychological, linguopragmatic, and cultural factors influencing the discourse. Trailers, as a form of modern cinematic communication, aim to attract attention, evoke emotions, and affect decision-making. The study compares Uzbek and English film trailers to identify similarities and differences in linguistic manipulation strategies.

Keywords: film trailer, manipulative language, media discourse, linguopragmatics, emotional impact, advertising strategy.

Kirish. XXI asrda kino va media sanoati jadal rivojlanmoqda. Ayniqsa, film treylerlari nafaqat e’lon vositasi, balki mustaqil kommunikativ hodisa sifatida o‘rganilmoqda. Ular qisqa muddatda film mazmunining eng diqqatga sazovor qismini taqdim etish, hissiy ta’sir o‘tkazish va tomoshabinda qiziqish uyg‘otishni maqsad qiladi. Shu bois, treylerlarda manipulyativ til vositalari muhim o‘rin tutadi.



Lingvistik manipulyatsiya — bu tinglovchi yoki tomoshabinning fikrini, qarorini yashirin yo‘l bilan o‘zgartirishga qaratilgan nutqiy strategiyalar majmuasidir [1]. Film treylerlari buni turli darajada amalga oshiradi: leksik, sintaktik, fonetik va vizual elementlar uyg‘unligi orqali.

Asosiy qism

1. Manipulyativ tilning nazariy asoslari

Tilning manipulyativ tabiati asosan kommunikativ pragmatika va kognitiv lingvistika doirasida o‘rganiladi [2]. Norman Feyrklouf manipulyatsiyani ijtimoiy kuch vositasi sifatida baholab, til orqali nazorat va ta’sir mexanizmlarini tahlil qilgan [3].

Film treylerlarida bu ta’sir:

- a)Emotsional leksika,**
- b)Buyruq maylidagi gaplar,**
- c)Intonatsion kuchaytirish,**
- d)Vizual-verbial uyg‘unlik orqali amalga oshadi.**

2. Emotsional va baholovchi so‘zlar

Treylerlarda “unforgettable adventure”, “a story that will change your life”, “the most powerful film of the year” kabi ifodalar ko‘p uchraydi. O‘zbek tilida esa “ta’sirli voqealar silsilasi”, “ko‘ngilni larzaga soluvchi hikoya”, “sizni befarq qoldirmaydigan film” singari emotsional birliklar ustuvor.

Bu leksik birliklar auditoriyada **hissiy rezonans** hosil qilib, **psixologik ta’sirni** kuchaytiradi.

3. Modal vositalar va undovlar

Ingliz treylerlarida “Don’t miss it!”, “You must see this!” kabi modal shakllar [4] tinglovchiga bevosita murojaat qiladi. O‘zbek treylerlarida esa “Ko‘rmasangiz afsuslanasiz!”, “Bu filmni o‘tkazib yubormang!” kabi shakllar ishlatiladi.

Bu nutqiy shakllar **imperativ manipulyatsiya** deb ataladi, ya’ni tomoshabinga tanlov imkoniyati qoldirilgandek ko‘rinsa-da, aslida u boshqarilayotgan bo‘ladi [5].



4. Fonetik va vizual manipulyatsiya

Treylerlarda ovoz ohangi, dramatik pauzalar, fon musiqasi, tasvir o'zgarishi auditoriya hissiyotiga bevosita ta'sir qiladi. Ingliz treylerlarida ovoz chuqur, dramatik, film nomi esa ta'sirli pauzadan so'ng aytiladi. O'zbek treylerlarida esa ovoz tabiiyroq, lekin **milliy qadriyatlar va hissiyotlar** urg'ulanadi: "Bu film sizga bolalikni eslatadi", "Har bir yurak bu hikoyani his qiladi" kabi.

5. Pragmatik strategiyalar

Film treylerlarida **metafora, epitet, qisqa gaplar, suspense (kutilmaganlik)** yaratish asosiy strategiyalardir. Ingliz tilida bu "mystery and power" orqali, o'zbek tilida esa "taqdir, sevgi, fidoyilik" motivlari orqali amalga oshadi.

Xulosa. Film treylerlari manipulyativ tilning eng yorqin ko'rinishidir. Ularning asosiy maqsadi — tomoshabinni hissiy va ongli jihatdan filmni tanlashga undashdir. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ingliz va o'zbek treylerlari o'xshash strategiyalarga ega, biroq **madaniy kontekst** va **mentalitet** manipulyatsiya shaklini belgilaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Van Dijk, T.A. (2006). *Discourse and Manipulation*. Discourse & Society.
2. Cook, G. (2008). *The Discourse of Advertising*. Routledge.
3. Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. Pearson Education.
4. Bateman, J. (2014). *Multimodal Film Analysis*. Routledge.
5. Karimov, N. (2022). "O'zbek treylerlarida emotsional nutq vositalari." *Filologiya masalalari jurnali*.