

APELLYATIV LEKSIKANING TIBBIYOT REKLAMALARIDA QO'LLANILISH SOHALARI

Jomardova D. Q.

o'qituvchisi, Abu Ali ibn Sino nomidagi Buxoro davlat tibbiyot instituti o'zbek tili va adabiyoti, rus tili, pedagogika va psixologiya kafedrasida

ARTICLE INFO.

Kalit so'zlar: Apellyativ leksika, reklama, tibbiyot, nutq, lingvistik olam, belgi, fikr, intellektual, tilshunoslik, tadqiqot.

Annotatsiya

Ushbu maqolada apellyativ leksikaning tibbiyot reklamalarida qo'llanilish sohalari va tilshunoslikdagi o'rni haqida o'rganilgan.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2023 LWAB.

Reklama nutqiy muloqot shakllaridan biri sifatida muhim o'ziga xos xususiyatga ega: reklama «bir yo'nalishli» muloqot turiga kirgiziladi. Bu ta'rif T.Vestergaard va K.Shrederlarning "The Language of Advertising" one-way communication" kitobida ham keltirilgan. Tadqiqotlar natijasi o'laroq, reklama bir yo'nalishli, ommabop tipdagi muloqot ko'rinishi bo'lib, unda ham verbal, ham noverbal vositalar qo'llaniladi. Til va nutq verbal qiyofa kasb etib, ichki va tashqi, yozma va og'zaki turlarga bo'linadi. Eng ekspressiv verbal vosita sifatida emotiv leksika va frazeologik iboralar maydonga chiqadi. Masalan:

«Восстановление навыков ходьбы при помощи работа Lokomat - это система имитирования движений ходьбы ног, парализованных конечностей при помощи роботизированного прибора у пациентов, потерявших способность ходьбы в результате паралича, травмы головного и спинного мозга, ортопедических или неврологических заболеваний. Этим методом головному и спинному мозгу вновь напоминает, как делать шаги. Для информации: <https://wa.me/905354909463>»

Semantik makrostruktura matni undagi takliflardan, shuningdek, matni qabul qilish jarayonida qabul qiluvchi tomonidan olam borasida olingan makropropozitsiyalardan iborat. Makropropozitsiyalar so'zlar, iboralar, jumlar yoki jumlar ketma-ketligini semantik talqin qilish orqali chiqariladi (van Deyk 1989). Mavzuiy iboralar matni tushunish uchun zarur bo'lgan bilim sohalari, ssenariylarni faollashtiradi. Bu o'rinda his-tuyg'ular aloqa davrida motivatsion tamal toshi sifatida qo'llanadi.

Ma'lumki, muloqotning noverbal ko'rinishi nutqdan boshqa barcha vositalar jamlanmasidir. Noverbal vositalar sifatida esa intonatsiya, mimika, ya'ni yuz ifodasi, pantomimika va boshqa harakatlar ishlatiladi. Noverbal vositalar ma'lum ma'lumotlarning (semantik, ekspressiv) tashuvchisi sifatida qabul qiluvchining e'tiborini tortadi va istalgan kerakli ma'lumotni singdirishning katta imkoniyatlariga ega: ular psixikaning hissiy sohasiga va u orqali ongga murojaat qilish orqali qabul qiluvchining xatti-harakatlariga ta'sir qiladi. Paralingvistik vositalarning pragmatik vazifasi qabul qiluvchida kechuvchi aqliy jarayonlarni yengillashtirishdir. Bunday vositalardan asosan televideniye va radio, internet

reklamalarini yaratishda foydalaniladi.

Reklama xabarining muvaffaqiyati ko'p jihatdan tanlangan murojaatga bog'liq. Reklamadagi murojaat tushunchasi psixologiyadan kelib chiqqan [3]. Reklama jozibadorligi - bu insonning o'ziga xos ehtiyojlariga javob beradigan strategiyalar majmuasi. Reklama orqali murojaat qilish iste'molchini harakatga undashga qaratilgan. E.Karnis de Gayes shunday ta'kidlaydi: "Har qanday tijorat tashviqoti tilning apellyativ funksiyasiga asoslanadi, chunki u tinglovchining ichki va tashqi harakatlarini reklama qilinayotgan mahsulotni sotib olishga yo'naltiradi, ya'ni qandaydir harakatni amalga oshirishga undaydi". Shunday qilib, apellyatsiya reklama matni mahsulot yoki xizmat haqida ma'lum ma'lumotlarni o'z ichiga olgan va iste'molchida reklama qilingan xizmatni sotib olish yoki undan foydalanish istagini (ehtiyojini) uyg'otishga qaratilgan matnli xabardir.

Reklama matnlarining semantik tashkil etilishini tahlil qilish bizga reklama xabarini jo'natuvchining kommunikativ maqsadga xizmat qiluvchi muvofiqligini ta'minlash uchun qabul qiluvchiga ta'sir qilishning turli xil lingvistik va nolingvistik vositalarini ularning nuqtai nazaridan ko'rib chiqishga imkon beradi.

Reklama matni- bu muloqot g'oyasini taqdim etish jarayoni, matnlar, belgilar va tasvirlar shaklida adresatga uzatiladigan ma'lumotlar yig'indisi. Har qanday reklamada sintaktika, semantika va pragmatika uyg'unlashadi. Ushbu sohada reklamanning aksiologik tabiati ayniqsa aniq namoyon bo'ladi, chunki ma'lum bir maqsadli guruh uchun o'ziga xos standartlarga, kognitiv stereotiplarga va muayyan xatti-harakatlar algoritmlarini yangilashga qaratilgan o'ziga xos ma'nolar tizimi mavjud. Shunday qilib, qabul qiluvchi va maqsadli, ya'ni, xabarni uzatuvchi guruh reklama matnlarini yaratishda muhim bo'g'inlardan biriga aylanadi. Shu bilan birga, reklama matnining o'ziga xosligi qat'iy lingvistik tavsif doirasida qolishga imkon bermaydi; bunda muloqotning umumiy nazariyasi, lingvistik pragmatika, semiotika, sotsiolingvistika tushunchalariga murojaat qilish talab etiladi. Birinchidan, reklama matnida til birliklari izchil va ketma-ket qo'llanilib, o'ziga xos munosabat (sintaktika) o'rnatsa, ikkinchidan, belgilar o'zi ifodalaydigan ob'yektlar bilan munosabat (semantika) ni tashkil etadi. Eng asosiysi, belgilar, ular vositasida ifodalangan ob'yektlar, yakuniy natija sifatida esa ushbu belgilar tizimidan foydalanuvchilar o'rtasidagi uzviy munosabat (pragmatika) hal qiluvchi o'rinni egallaydi. 1980-yillarning boshidan boshlab reklama va reklama strategiyalarida ishlatiladigan ritorik qurilmalar mavzusida nashr etilgan asarlar paydo bo'lishi bilan reklamanning kommunikativ va pragmatik jihatlariga qiziqish ortdi (Fischer 1968; Klug 1970; Jacobi 1975, Forster 1982). Rus tilshunosligida reklama matnlari tilni inson xulq-atvorini belgilovchi vosita sifatida o'rganish aspektida o'rganilgan. (Avrasin 1979,1986; Berejnaya 1986; Glagolev 1986; Krasnova 1991; Lazareva 1998, Lebede1991; Savachenko 1988 yil; Skulenko 1986; Soloshenko 1990; Strizhenko 1980; Xokhlova2000 va boshqalar)

Matn mazmunidan kelib chiquvchi nutq uch darajada - semantik (lingvistik birliklarning bevosita ma'nolarini tahlil qilish), metasemiotik (metaforik, ko'chma ma'nolarni tahlil qilish) va metametasemiotik (g'oyaviy-majoziy yoki g'oyaviy-axloqiy tahlil) metodlar orqali o'rganiladi. Tematik iboralar turli hajmga ega bo'lishi mumkin: jumlar ketma-ketligidan alohida jumla, ibora yoki so'zgacha. Reklama matnining tematik repertuarida cheklovlar mavjud, ular nafaqat matn turi bilan belgilanadi, balki madaniyat, kommunikativ kontekst yoki vaziyat, jamiyat a'zolarining ijtimoiy rollari, yoshi, jinsi va shaxsiy xususiyatlari bilan ham bog'liq.

Tibbiy reklama matni tarkibi tahlili jarayonida terminologik birliklar semantikasining o'ziga xosliklarini o'rganish asosiy aspekt bo'lib qolmoqda. Tibbiy reklama matnlarida, shubhasiz, tibbiy atamalar markaziy o'rinni egallaydi:

«АСАЛАРИ МЕД КЛИНИКАСИда

- *Уч шохли нерв невралгияси*
- *Невропатия*

- Плексид
- Остеохондроз
- Умуртқалараро диск чурраси (грыжа)
- Протрузия
- Радикулит
- Урологик касалликалар: Буйрак тош касалликлари, цистит, пиелонефрит, простата, аденома
- Гинекологик касалликлар, шамоллашлар, бачадон кистаси,
- Мастопатия
- Ревматологик касалликлар: Ревматизм, полиартрит, артрит, артроз, остеопороз, некроз
- Нафас йуллари касалликлари: Сурункали бронхит, бронхиал астма, пневмония, пневмосклероз
- Мигрен, депрессия, истерия
- Варикоз, тромбоз, тромбофлебит, тромбоз яралар
- Иккиламчи бепуштлик, уруг фоизининг пастлиги, активлигининг пастлиги
- Тарқоқ склероз, оторосклероз, стеросклероз, склеродермия, волчанка

@asalari_med #асалари #учиошли нерв #невралгия #нерв #uchshohlinerv #nevrалgiya #asab #tomir #apiterapi #apiterapy #apiterapia

Манзил: Тошкент ш. Сргели 7а 101- уй

93-918-25-75

99-402-15-04».

«С 10 по 12 октября в медицинский центр "Шафран" приезжает доктор Рохан Синха.

Доктор Рохан Синха - нейрохирург из Дели (Индия) теперь в Душанбе. Специалист по нейрохирургии и хирургии позвоночника, член Ассоциации неврологии в Индии.

Доктор лечит такие заболевания как:

- Хроническая депрессия
- Абсцесс мозга
- Примитивные нейроэктодермальные опухоли
- Стеноз позвоночного канала
- Позвоночная гемангиома
- Рак головного мозга - Астроцитомы
- Болезнь Хантингтона
- Позвоночный остеопороз
- Астроцитомы
- Рак мозга
- Менингиомы

- *Эпендимомы*
- *Опухоль головного мозга - Глиобластома*
- *Сколиоз*
- *Высокое внутричерепное давление*
- *Гидроцефалия*
- *Смешанные глиомы*
- *Опухоль головного мозга*
- *Болезнь Паркинсона*
- *Спиральный артрит*
- *Болезнь Педжета*
- *CSF Препятствие*
- *Дистония*
- *Spondylolisthesis*
- *Грыжа межпозвоночного диска*
- *Акустическая нейрома*
- *Травматическая травма головы*
- *Опухоль позвоночника*
- *Аденома гипофиза*
- *Менингиомы*
- *Эрекция дисков*
- *Защемление нерва*
- *Перелом позвонка*
- *Скользющий диск*
- *Ахондроплазия*
- *Подземные толчки*
- *Рассеянный склероз*
- *Аневризма*
- *Ход*
- *Дегенерация диска*
- *Мозговая инфекция*
- *Синдром Туретта*
- *Глиома*
- *Компрессионные переломы позвонков*
- *Боль в диске*
- *Отек мозга*

- *Опухоли позвонков*
- *Отключение диска*
- *Эпилепсия*
- *Артериовенозная мальформация*
- *Врожденные пороки позвоночника*
- *Болезнь диска*
- *Слабоумие*
- *Обсессивно-компульсивное расстройство*
- *Олигодендроглиомами*
- *Выпуклость диска*

Для более подробной информации и запись к докторам звоните по номеру

90 003 8833

37 250 0101

или на нашем сайте www.shafran.tj

Наш адрес: ул. Шерализода 2, (за автовокзалом, напротив супермаркета Ёвар и Артел).

Мы будем рады приветствовать вас в нашей клинике!»

Yuqoridagi reklama matnlarini o'qib turib, tibbiy atamalar olamida kezasiz. Bu atamalar ushbu kasalliklar bilan og'riqan, undan davolangan yoki davo istagida bo'lgan bemorlar, ularning yaqinlari va tibbiyot xodimlariga tanish bo'lib, shu doiradagi o'quvchilar e'tiborini jalb etadi.

Reklamadagi muloqot har qanday aloqa turi uchun universal bo'lgan belgilar bilan tavsiflanadi: xabarni jo'natuvchi va qabul qiluvchining mavjudligi, ular o'rtasidagi o'zaro ta'sir va ma'lumot jo'natuvchidan ma'lumotni qabul qiluvchiga uzatiladigan xabarning ma'lum bir turi. Biroq, bu belgilarning reklamada namoyon bo'lishi ichki lingvistik omillar bilan bir qatorda ekstralingvistik omillar bilan ham belgilanadigan o'ziga xos xususiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Баженова Е.А., Котюрова М.П. Текст//Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М. 2006. 528-б.
2. Hakimova M.K. O'zbek tilida vaqt ma'noli lug'aviy birliklar va ularning matn shakllantirish imkoniyatlari. Filol.fan.nomz...dis. -Farg'ona, 2004, 103-б.
3. Кафтанджиев Христо «Тексты печатной рекламы», М., Смысл, 1995, 8-б.
4. Muhamedova s, m.saparniyozova Matn lingvistikasi - Toshkent, 2011, 8-б.
5. Ярцева В. Н., «Лингвистический энциклопедический словарь», 1990 г.