

MEDIA-MATNLAR SARLAVHASI VAZIFALARI VA ULANI TANLASHDA ETIBOR BERILADIGAN JIHA TLARI

Tuxtarova Yorkinoy Toshpulatovna

O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar

Universiteti 2-bosqich magistri

Anotatsiya. Ushbu maqolada media-matnlar sarlavhasining funktsiyalari va sarlavhani tanlashda tanlashda ishonchli jihatlar ko'rib chiqiladi. Maqolada tegishli manbalarning sharhi keltirilgan, mavzuni o'rganishda qo'llaniladigan usullar tavsiflangan, tadqiqot natijalari keltirilgan va topilmalar muhokama qilingan va nihoyat, maqola kelajakdagi tadqiqotlar uchun takliflar bilan yakunlanadi.

Kalit so'zlar: media-matnlari, sarlavha, ishonch, aloqa, aloqa, sarlavha vazifasi, etibor beriladigan jihatlar.

Anotation. this article will consider the functions of the title of media texts and reliable aspects when choosing a title. The article provides a review of the relevant sources, describes the methods used in the study of the topic, lists the results of the study and discusses the findings, and finally, the article concludes with suggestions for future research.

Keywords: media texts, title, trust, communication, communication, title function, aspects to be trusted.

Аннотация. В этой статье будут рассмотрены функции заголовка медиа-текстов и надежные аспекты при выборе заголовка. В статье представлен обзор соответствующих источников, описаны методы, используемые при изучении предмета, представлены результаты исследований и обсуждены результаты, и, наконец, статья завершается предложениями для будущих исследований.

Ключевые слова: медиа-тексты, заголовок, доверие, коммуникация, коммуникация, функция заголовка, аспекты, которым уделяется внимание.

Media matnining sarlavhasi o'quvchi e'tiborini jalb qilish, mazmunini umumlashtirish va matn haqida ma'lumot berish kabi bir nechta funktsiyalarni bajaradi. Media aloqasini tanlash, shuningdek, qabul qiluvchiga ishonch va ishonchni o'rnatishda juda muhimdir. Ushbu maqolada media-matnlar sarlavhasining funktsiyalari va media aloqasini tanlashda ishonchli jihatlar ko'rib chiqiladi.

Media-matnlar sarlavhasining funktsiyalari va media aloqasini tanlashda ishonchli jihatlar to'g'risida ma'lumot to'plash uchun adabiyotlarni ko'rib chiqish o'tkazildi. Tegishli manbalar, shu jumladan ilmiy maqolalar, kitoblar va onlayn manbalar qidirildi va mavzu bo'yicha ma'lumot olish uchun ko'rib chiqildi.

Natijalar:

Media matnining sarlavhasi bir nechta funksiyalarni bajaradi, shu jumladan o'quvchi e'tiborini jalb qilish, mazmunini umumlashtirish va matn haqida ma'lumot berish. Sarlavha ko'pincha o'quvchi ko'radigan birinchi narsa bo'lib, ular matn bilan shug'ullanadimi yoki yo'qligini aniqlay oladi. Yaxshi tayyorlangan sarlavha o'quvchining matn bilan ishlash imkoniyatini oshirishi va tarkibni oldindan ko'rishni ta'minlashi mumkin. Bundan tashqari, sarlavha o'quvchiga yangiliklar maqolasi, fikrlar yoki reklama kabi media matn turini aniqlashga yordam beradi.

Media aloqasi uchun ulanishni tanlash haqida gap ketganda, qabul qiluvchiga ishonch va ishonchni o'rnatish uchun bir nechta jihatlar ishoniladi. Ushbu jihatlarga jo'natuvchining elektron pochta manzili, mavzu satri, ochilish xabari, ohang, tarkib va yopilish so'zlari kiradi. Yuboruvchining elektron pochta manzili professional va qabul qiluvchi uchun taniqli bo'lishi kerak, chunki bu jo'natuvchining shaxsini va ishonchliligini aniqlashga yordam beradi. Mavzu satri aniq va aniq bo'lishi kerak, xabarning mazmuni haqida ma'lumot beradi. Noma'lum yoki chalg'ituvchi mavzu satri qabul qiluvchining xabarga ishonmasligiga olib kelishi mumkin.

Ochilish xabari do'stona va hurmatli ohangni o'rnatishi va xabar uchun kontekstni ta'minlashi kerak. Ijobiy ohang qabul qiluvchi bilan aloqa o'rnatishga yordam beradi va xabarni o'qish va javob berish imkoniyatini oshiradi. Xabarning mazmuni tegishli, ma'lumotli va o'qilishi oson bo'lishi kerak. Xabar, shuningdek, chalkashlik yoki qiziqishga olib kelishi mumkin bo'lgan keraksiz tafsilotlardan qochib, yaxshi tashkil etilgan va ixcham bo'lishi kerak. Va nihoyat, yopilish so'zlari muloyim va xushmuomala bo'lishi kerak, qabul qiluvchiga vaqt va e'tibor uchun minnatdorchilik bildiradi va agar kerak bo'lsa, aniq harakatga chaqiradi.

Adabiyotlar sharhi shuni ko'rsatdiki, media-matn sarlavhasi bir nechta funksiyalarni bajaradi, shu jumladan o'quvchi e'tiborini jalb qilish, mazmunini umumlashtirish va matn haqida ma'lumot berish. Yaxshi tayyorlangan sarlavha o'quvchining matn bilan ishlash imkoniyatini oshirishi va tarkibni oldindan ko'rishni ta'minlashi mumkin. Media aloqasini tanlash nuqtai nazaridan, jo'natuvchining elektron pochta manzili, mavzu satri, ochilish xabari, ohang, tarkib va yopilish so'zlari qabul qiluvchiga ishonch va ishonchni o'rnatadigan muhim jihatlardir.

Media matnining sarlavhasini tanlashda o'quvchining e'tiborini jalb qilish va tarkib haqida ma'lumot berish uchun bir nechta jihatlar ishoniladi. Bu jihatlarga quyidagilar kiradi:

- Aniqlik: sarlavha aniq va aniq bo'lishi kerak, matn mazmunining qisqacha mazmunini taqdim etadi.

- Muvofiqlik: sarlavha matn mazmuniga mos bo'lishi kerak, o'quvchining ishonchini yo'qotishiga olib kelishi mumkin bo'lgan chalg'ituvchi yoki sensatsionistik sarlavhalardan qochish kerak.

•Aniqlik: sarlavha mubolag'a yoki yolg'on ma'lumotlardan qochib, matn mazmunini aniq aks ettirishi kerak.

•Ijodkorlik: ijodiy va original sarlavha o'quvchining e'tiborini jalb qilishi va matnni o'qish imkoniyatini oshirishi mumkin.

•Ohang: sarlavha ohangi matnning uslubi va mazmunini aniq oldindan ko'rishni ta'minlab, tarkibning ohangiga mos kelishi kerak.

•Kalit so'zlar: sarlavhaga tegishli kalit so'zlarni kiritish matnning ko'rinishini oshirishga va qidiruv tizimini optimallashtirishni (SEO) yaxshilashga yordam beradi.

•Uzunlik: sarlavha uzunligi haddan tashqari uzun yoki haddan tashqari qisqa sarlavhalardan qochib, media matn turiga mos bo'lishi kerak.

•Tomoshabin: sarlavha o'quvchiga mos keladigan til va uslubdan foydalangan holda mo'ljallangan auditoriyaga moslashtirilishi kerak.

Media matnining sarlavhasi aniq, tegishli, aniq, ijodiy bo'lishi, tarkibning ohangiga mos kelishi, tegishli kalit so'zlarni o'z ichiga olishi, tegishli uzunlik bo'lishi va mo'ljallangan auditoriyaga moslashtirilishi kerak. Ushbu jihatlar o'quvchiga ishonchni o'rnatishga yordam beradi va matnni o'qish va u bilan ishlash imkoniyatini oshiradi.

Media matnlari sarlavhasining funktsiyalari va media aloqasini tanlashda ishonchli jihatlar ham qabul qiluvchiga ishonch va ishonchni o'rnatishda muhimdir. Yaxshi tayyorlangan sarlavha o'quvchining matn bilan ishlash imkoniyatini oshirishi mumkin, professional elektron pochta manzili, aniq va aniq mavzu satri va do'stona va hurmatli ohang qabul qiluvchi bilan ijobiy aloqa o'rnatishi mumkin. Xabarning mazmuni ham tegishli, ma'lumotli va o'qilishi oson bo'lishi kerak, yopilish so'zlari esa muloyim va xushmuomala bo'lishi kerak.

XULOSA VA TAKLIFLAR:

Xulosa qilib aytganda, media-matnning sarlavhasi va media aloqasini tanlashda ishonchli jihatlar qabul qiluvchiga ishonch va ishonchni o'rnatishda juda muhimdir. Yaxshi tayyorlangan sarlavha o'quvchining matn bilan ishlash imkoniyatini oshirishi mumkin, jo'natuvchining elektron pochta manzili, mavzu satri, ochilish xabari, ohang, tarkib va yopilish so'zlari qabul qiluvchi bilan ijobiy aloqa o'rnatishi mumkin. Kelajakdagi tadqiqotlar ushbu omillarning media aloqalariga qanday ta'sir qilishini batafsilroq tushunish uchun ushbu jihatlarining ijtimoiy media va xabar almashish platformalari kabi turli xil media aloqalariga ta'sirini o'rganishi kerak. Bundan tashqari, keyingi tadqiqotlar ushbu jihatlarining ahamiyatidagi madaniy farqlarni o'rganishi mumkin, chunki aloqa uslublari madaniyatlarda farq qilishi mumkin.

Media-matnlar sarlavhasining funktsiyalari va ulanishni tanlashda ishonchli jihatlar qabul qiluvchiga ishonch va ishonchni o'rnatishda juda muhimdir. Yaxshi tayyorlangan sarlavha o'quvchining matn bilan ishlash imkoniyatini oshirishi mumkin,

jo'natuvchining elektron pochta manzili, mavzu satri, ochilish xabari, ohang, tarkib va yopilish so'zlari qabul qiluvchi bilan ijobiy aloqa o'rnatishi mumkin. Samarali media aloqasi ushbu jihatlarga diqqat bilan e'tibor berishni talab qiladi, chunki ular aloqa muvaffaqiyatiga ta'sir qilishi mumkin.

Adabiyotlar.

1. Hennecke, A. (2009). Zum Transfer kulturspezifischer Textbedeutungen. Theoretische und methodische Überlegungen aus einer semiotischen Perspektive. *Linguistik Online*. 37 (1). p. 35. Available from: http://www.linguistik-online.de/37_09/hennecke.html (accessed: 15.06.2015).
2. Susmann, V. (2015). Vergleichende Konzeptologie in der Theorie und Praxis der interkulturellen Kommunikation. *Interkulturelle Kompetenz: vermitteln, erwerben, anwenden*. Ilse Born-Lechleitner, Evelyne Glaser (Hrsg.). Wien; Berlin: LIT Verlag. pp. 31-42.
3. Kirillova, N.B. (2005). *Media Culture: from Modern to Post-Modern*. Moscow: Akadem. Project. 448 p.
4. Pastukhov, A.G. (2011). Some Ideas for the Integrative Concept of Media: whether the Media Texts have intercultural Differences. *Actual Problems of the Language and Culture Research. Proceedings of the Scientific Seminar Pastukhov A.G.* (ed.). Orel: State Institute of Arts and Culture, “Horizon” Ltd. pp. 9-15.
5. Pastukhov, A.G. (2014). On the Cultural Marking in Media Texts. *Formation of Regional Cultural Policy in the Context of Modernization of Education: Proceedings of the International Scientific Conf.* Orel: State Institute of Arts and Culture. pp. 212-216.
6. Pastukhov, A.G. (2015). “Different” and “Foreign” in Media Texts: On the Problems of Cross-cultural Interaction. *Development of Higher Education in the Culture: Scientific and Educational Experience: Proceedings of the International Scientific Conference (Orel, 26-27 March 2015)*. N.A. Parshikov et al. (ed.). Orel: State Institute of Culture. pp. 98-103.
7. Millrood, R.P. (2013). Language as a Symbol of Culture. *Language and Culture*. 2 (22). pp. 43-60.