

**SMM NIMA VA BU SOHANING TERMINOLOGIK LUG'ATINI SHAKLLANTIRISH
ASOSLARI****Mahkamova Dilafuz Shavkat qizi***Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti**"Kompyuter lingvistikasi" yo'nalishi magistranti*

Annotatsiya: *Maqolada bugungi kunda yangi soha bo'lgan SMM va u haqida qisqa ma'lumot beriladi. Bu sohaga kirib kelayotgan so'zlarning qaysi tildan o'zlashgani, yondosh sohalari va lug'atini shakllantirish uchun kichik tadqiqot natijasidagi lug'atlar va lug'at maqolalari keltirilgan. Bu lug'atni yaratishning istiqbollari va vazifalariga alohida to'xtalib o'tilgan.*

Kalit so'zlar: *SMM, terminologiya, marketing, KPI*

SMM (Social Media Marketing) - ijtimoiy tarmoqlarda marketing - bu mahsulotlar, tovarlar va xizmatlarni ijtimoiy tarmoqlarda tanitish, uni yurgizish. Yaqin besh yil ichida bu termin hayotimizda yo'q edi. Ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar daqiqa sayin shiddat bilan rivojlanib borishi natijasida yangidan yangi sohalar kirib kelmoqda. Bugungi kunda insonlar o'z bizneslarini ijtimoiy tarmoqlardagi bloglar, kontentlar, reklamalar, aksiyalar, strategiyalar orqali rivojlantirishmoqda. Bu ,o'z-o'zidan, bu sohani yaxshi biladigan, savodli, zamonaviy fikrlaydigan kadrni ishga yollashni talab etdi. Natijada, bu sohaga doir mutaxassislar, ta'lim muassasalari va izlanuvchilar shakllandi. Ular ish jarayonida bu sohaga kirib kelgan terminlar, atamalardan bevosita foydalanishadi. Bu sohaning o'ziga xos tomoni shundaki, bu soha tamoman yangi va unda foydalaniladigan deyarli hamma terminlar yangi neologizmlardir. SMM marketing, psixologiya, iqtisod, jamiyat, ijtimoiy tarmoq kabi soha va yo'nalishlar bilan chambarchas bog'liq. Shuning uchun ham bu soha bilan kirib kelgan so'zlar o'sha yo'nalishlarni bilish zarurligini ko'rsatadi.

Hozirgi o'zbek tilshunosligida uning barcha sohalari bo'yicha, ayniqsa, leksikologiya yuzasidan yirik va jiddiy tadqiqot ishlari amalga oshirilgan. Shunga qaramasdan, bu sohaning barcha muammolari tugal hal etilgan deb bo'lmaydi. O'zbek tili lug'at tarkibidagi neologizmlar shu vaqtga qadar to'liq o'rganilgan emas. S.I.Ojegovning e'tirof etishicha, leksika tilning boshqa sathlariga qaraganda murakkab va ko'p qirralidir. Uning vazifasi, bir tomondan, jamiyat nafas olayotgan borliqni barcha murakkabliklari bilan in'ikos etish bo'lsa, ikkinchi tomondan, leksik, semantik, uslubiy-sinonimik so'z yasash va shuning kabi bir qator hodisalarning murakkab lisoniy munosabatlarini ifoda etishdan iboratdir. Bir tildan boshqa tilga so'z o'zlashishi tillarning aralashuvi sifatida yuqori baholanadi. Mashhur tilshunos L.V.Shcherba bunday jarayonni tilshunoslikning muhim muammolari sirasiga kiritadi. [Suvonova R, 2006:48].

Bu sohada terminologik lug'at yaratish nafaqat o'zbek tilining izohli lug'atini boyitishga, balki bu sohaning vakillari, o'rganuvchilariga, foydali qo'llanma vazifasini o'taydi. So'zlarning ko'pchiligi obbrevatura tarzida o'zlashgan. Obbrevatura - qisqartma so'z yoki iboraning qisqa shakli bo'lib, odatda ma'lum harflarni o'chirish yo'li bilan amalga oshiriladi. [www.scribbr.com] Bu sohaga tegishli terminlarning aksarini havola etamiz: Win-win tarzida savdo qilish- bu so'z ingliz tilidan olingan bo'lib "yutmoq", "g'alaba qozonmoq" degan ma'noni bildirib, ham taklif egasi, ham talab egasi birdek manfaat ko'radigan savdo turi. Sarafan marketing- ma'lum bir savdoni shu savdodan foydalangan va o'z ehtiyojini samarali qondirgan mijozlar orqali rivojlanishga erishish. Tavsiya asosidagi rivoj. Psixografika - odamlarning ongi va qalbiga yo'l topish. B2B - (ingl. "business to business") ishlab chiqaruvchilar boshqa ishlab chiqaruvchilar uchun ishlaydigan biznes turi. B2C-(ingl. "business to customer") ishlab chiqaruvchilar xaridorlar uchun ishlaydigan biznes turi. Benchmark-(ing. "mo'ljal", "etalon") korxonani rivojlanishida shu sohada dunyoda yaxshi natijalarga erishgan korxonaga ergashish, brendga havas qilish. Logo – korxonani inson ongida eslatuvchi belgi, shakl, ko'rinish. Brend - muvaffaqiyatga erishgan, tanilgan, insonlar ongida yetarlicha yaxshi taassurot qoldirgan taniqli logo. Auditoriya- (lot. tinglash joyi) maqsadi bir xil odamlar jamoasi. UTP-(rus. "Уникальное торговое предложение") bozordagi yagona qiymat. Ma'lum bir korxonaning ayni shu sohada shug'ullanuvchi boshqa raqobatchisidan ustun tarafi. Brif-(ing. "brief" qisqacha) smm mutaxassisi qanday ishlarni amalga oshirishi, yo'nalishi, maqsadlarini belgilab olish uchun qisqacha so'rovnomani tuzadi va bu so'rovnomani korxonani menejeri yoki rahbari to'ldiradi. Swot-analiz ("strengths"- kuchli tomoni, "weaknesses"- zaif tomoni, "opportunities"- imkoniyatlari, "treats"- kamchiliklari) – biznesda raqobatchilarning ijtimoiy tarmoqlardagi brend taniqliligi, sotuv natijalari, kontentlari yutuqlari va kamchiliklarini tahlil qilish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Suvonova R. So'z o'zlashtirish va metonimiya. "Ozbek tili va adabiyoti" jurnali. Toshkent. 2006/6. 48-bet.
2. <https://www.scribbr.com/academic-writing/abbreviations-and-acronyms/>