

QARAQALPAQSTANDA SMM TEKSTLERINIŇ ÖZGESHELIKLARI

Guldana Erejepova
QMU 4-kurs studenti

Annotatsiya. Bul maqalada Qaraqalpaqstandaǵı SMM tekstlerinde ushırasatuǵın ózgeshelikler hám kemshilikler haqqında pikir júritilgen hám usınıslar berilgen.

Gilt sózler: Copywriting, kopirayter, tema, offer, tiykarǵı bólim, call to action, 4U texnikası

SMM tarawı zaman menen teń rawajlanıp barıwı arqalı, oǵan bolǵan talap ta kóbeymekte. Ásirese, biznes ortalıǵında SMM menedjerlerdiń abırayı artıp, biznesti, marketingdi durıs júritiw arqalı sol salanıń brendin tanıtıp, qarıydarlar sanın kóbeytpekte. Biziń Respublikamızda Instagram, Facebook, TikTok sociallıq tarmaǵı hám Telegram messenjerinde SMM menedjerlerdin ámeliy jumıslarımız kóriwimizge boladı. Olardan «The Matrix», «ZedMarketing», «Primus» sıyaqlı SMM toparlardı mısıl etip kórsetsek boladı. Álbette SMMde, Marketingde SMM tekstleriniń yaǵnıy copywriting textleriniń ornı ayırıqsha.

Copywriting bul inglis tilinen alınǵan sóz bolıp, bizińshe “tekst jazıw óneri» degen mánisti bildiredi¹. Copywriting menen yaǵnıy text jazıw menen shuǵıllanıwshı insanlardı bolsa, biz **kopirayter** (copywriter) dep ataymız. Biraq tekst jazatuǵın barlıq insanlar, kopirayter bola bermeydi.

Kopirayterler – bul biznes, reklama ushın arnawlı jazılǵan reklamalıq tekst jazıwshı insan. Olar sociallıq tarmaqlar, kataloglar, broshyuralar, sayt, satıw tekstlerin jazıw menen shuǵıllanadı.

«Qarıydarlardı tartıw ushın 10 sózden ibarat tekst jazıw, muhabbat haqqında jazılǵan qısqa qosıqtan pariq qılmaydı» deydi belgili kopirayter Ben Myers «Copywriting is still writing»² kitabında. Sebebi eki jaǵdayda da, tekst isenimlilik, qısqalıqtı, forma jaǵınan shıraylılıqtı talap etedi. Eger biz jazıp atırǵan tekstimizge isensek, demek qarıydarlardı da isendire alamız.

Filologiya ilimleri boyınsha filosofiya doktorı (Phd) S.Esemuratova avtorlıǵındaǵı «Puqaralıq jurnalistikaniń rawajlanıwında internet-resurslarınıń roli» kitabında SMM tekstlerin tómendegishe kontent túrine ajıratıp kórsetedi:

ónim yamasa xizmetti satıp alıw maqsetinde jazılǵan tekstler;

informaciyalıq tekstler;

bilimlendiriw baǵdarındaǵı kontent;

jazılıwshılardı qızıqtırıwshı kontent;

sociallıq tarmaqlar ushın qızıqlı kontent.³ Al, Qaraqalpaqstan aymaǵında kóbinese qızıtırıwshı tekstler, informaciyalıq yaǵnıy maǵlıwmat beriwshı hám reklamalıq tekstler kóbirek ushıraspaqta. Mısalı: jazılıwshılar sanı joqarı bolǵan

¹ <https://uz.m.wikipedia.org/wiki/Kopirayting>

² <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2008/jan/18/copywritingisstillwriting>

³ S.Esemuratova “Puqaralıq jurnalistikaniń rawajlanıwında internet-resurslarınıń roli/SMM tekstleriniń ózgeshelikleri/Tashkent:2019/(170)

«Qaraqalpaq24» telegram kanalında Dilmash oqıw orayı haqqında «Jaz máwsiminde perzentlerinizdi ne menen bánt qılıwdı haqqında oylap atırsız ba? »⁴ temasında reklamalıq tekst kórinisindegi post jaylastırıldı. Bul jerde tema oqıwshınıń dıqqat tartıp, qızıǵıwshılıǵın arttırıw ushın arnalǵan bolıp, tekst mazmunı boyınsha balalardıń waqtın dógerekler menenbánt etiwge arnalǵan. Biraq temanıń uzınlıǵı, kanal oqıwshılarınıń izin oqımay qalıwna sebep bolıwı múmkin. «Perzentiniń kelesheğine biypariq bolmaǵan analar qayerdesiz?» sıyaqlı tema qoyılǵanında, kópshilik ata-analardıń itibarın tartqan bolar edi. Reklamalıq postqa «Qaraqalpaq24» telegram kanalında járiyalanǵan «Úyińizge yáki ofisińizge ájayıp jalyuzilerdi ornatiwdi qáleysiz be?»⁵ temasındaǵı posttı mısıl etip alsaq boladı. Tekst teması, offerler jaqsı berilgen hám maǵlıwmatlar, adres durıs keltirilgen, oqıwshını ónimdi satıp alıwǵa shaqıra aladı.

SMM teksti tiykarınan tórt bólimnen ibarat bolıwı kerek. Bular

1. Tema;
2. Offer;
3. Tiykargı bólim;
4. Call to action

yaǵnıy háreketke shaqırıw. Eń birinshi náwbette tekste tema durıs tańlanıwı kerek. Sebebi reklamalıq SMM tekstlerde tema 80% ónimniń satılıwına alıp keledi. Eger tema qáte tańlansa tekst oqılmay qalıwı hám tayarlanǵan media yaǵnıy foto, videonıń biykar ketiwine alıp keledi. Tekst jazǵanda hámiyshe tema kreativligi birinshi orında turıwı kerek. **Tema** qariydardı qızıqtıra alıwı, onıń itibarın tartıwı, qariydardıń mashqalasın kórsetip beriliwi kerek hám kóbinese soraw, úndew formatında berilgeni maqsetke muwapıq. **Offer** bul inglis tilinen alınǵan bolıp, bizińshe «usınıs» degendi bildiredi. Ol tiykarınan qariydarǵa ónim yáki tovardı satıp alıwı ushın, bas tarta almaytuǵın usınıs beriw wazıypasın atqaradı. Tıyargı bólimde ónim, xizmet haqqında maǵlıwmat beriwı, satıp alıw ushın qariydar biliwi kerek informaciyalardı kórsetiwı kerek. SMM tekstleriniń jáne bir ózgeshe tárepi, onda juwmaq bolmaydı, onıń ornına **call to action** yaǵnıy háreketke shaqırıwshı sózler qollanǵanı maqul. Mısalı, «sayttan dizimnen ótiń», «... nomerine baylanısıń», « + belgisin qaldırıń» sıyaqlı sózler qollanıladı.

SMM tekstinde

- ❖ Tema
- ❖ Offer
- ❖ Tiykargı bólim

❖ Call to action izbe izligi saqlanbasa, oqıwshınıń itibarın tarta almawı hám satıw ónimdarlıǵın tómenletiwı múmkin.

Búgingi kúnde SMM tekslerinde «4U» **texnikası** keń qollanıladı. 4U texnikası bul tórt U yaǵnıy inglis tilinde Usefulness-paydalı, Uniquens-ayırıqshalıǵı, Ultra specifity-ózine tánligi, Urgensy-háreketsheligi bolıp esaplanadı. Bul texnikada qariydarǵa xizmet yáki ónimnen kóretuǵın paydasın kórsetken halda, ónimdi «sata alıwımız» kerek. Mısalı: «30 kúnde den sawlıqqa zıyansız 3-10 kg salmaq taslań». Bunda salmaq taslaw qariydardıń paydası, 3-10 kg ózine tánligi, 30 kúnde

⁴ [https://t.me/KARAKALPAK24/27081/\(27.05.2023/18:03\)](https://t.me/KARAKALPAK24/27081/(27.05.2023/18:03))

⁵ [https://t.me/KARAKALPAK24/26879/\(21.05.2023/12:10\)](https://t.me/KARAKALPAK24/26879/(21.05.2023/12:10))

háreketshénlígi, den sawlıqqa zıyansız ekeni ayırıqshalıǵı bolıp esaplanadı. Eger biz usı texnikadan paydalanıp tekst jazılatuǵın bolsa, satıw sanı artıp barıwı sózsiz. Sebebi qarıydarǵa, derlik hámmemizge ónim yáki xızmettiń paydalılıǵı, ayırıqshalıǵı úlken áhmiyetke iye. Biraq ónimniń ayırıqshalıǵın, ózgesheligin kórsetiw maqsetinde, ónimdi bórttirip, artıqsha maqtawǵa bolmaydı. Bul qarıydardıń bizneske bolǵan isenimin joǵaltıwı múmkin.

Házirde Qaraqalpaqstan aymaǵında Telegram messengerinde «Qaraqalpaq24», «Kar24.uz», «Ne jańalıq?» sıyaqlı birqansha telegram kanallarda reklamalıq tekstlerdi kóriwimiz múmkin. Biraq olardıń barlıǵın da SMM tekstke kirgize almaymız. Sebebi, oladıń basım kópshiligi SMM tekstine qoyılatuǵın talaplarıǵa tolıq juwap bermeydi. Durıs, olar reklamalıq tekst sıpatında ónim, tovar yáki xızmet haqqında maǵlıwmat berip, reklama etip, maqtap atırǵan bolıwı múmkin, lekin bul SMM teksti degeni emes.

Mısalı: «Kar24.uz» telegram kanalında Delta Trade oqıw orayınıń reklamalıq postı jaylastırılǵan⁶. Hátte, postqa tema tańlanbaǵan, mazmunı jaǵınan tektstegi sózler semantikalıq jaqtan tuwrı kelmeydi, summanıń ashıqtan-ashıq kórsetiliwi. Bunnan tısqari sol bizneske qızıǵıwshılıqtı túsirip jiberiwi múmkin.

Juwmaqlap aytatuǵın bolsaq, SMM tekstleriniń biznes, marketingde róli júdá úlken hám búgingi kúnde kopirayterlerge de talap joqarı. Biz tekstti orfografiyalıq qátelersiz, tartımlı etip hám joqarıdaǵı úlgidegi sıyaqlı texnikalardan paydalanıp jazılsa, ónimniń satılıwınıń sanın asırıwǵa úles qosqan bolamız.

Paydalanılǵan ádebiyatlar:

1. S.Esemuratova “Puqaralıq jurnalistikaniń rawajlanıwında internet-resurslarınıń roli/SMM tekstleriniń ózgeshelikleri/2019/(170)
2. <https://uz.m.wikipedia.org/wiki/Kopirayting>
3. <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2008/jan/18/copywritingisstillwriting>
4. <https://t.me/KARAKALPAK24/27081>
5. <https://t.me/KARAKALPAK24/26879>
6. <https://t.me/Kar24Uz/30491>

⁶ [https://t.me/Kar24Uz/30491/\(18.05.2023/19:00\)](https://t.me/Kar24Uz/30491/(18.05.2023/19:00))