INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARIDAGI GAZETA SARLAVHALARI: O‘QUVCHI E’TIBORINI JALB QILISHNING LINGVISTIK VOSITALARI

Samiyeva Fayoza Orifjon qizi
Osiyo Texnologiyalar Universiteti
Magistr Lingvistika M-I-24-11
fayoza.samiyova@cloud.com
90-887-51-15

Annotatsiya: *Mazkur maqolada ingliz va o‘zbek tillaridagi gazeta sarlavhalarining lingvistik hamda pragmatik xususiyatlari qiyosiy jihatdan o‘rganiladi. Tadqiqotning asosiy maqsadi gazeta sarlavhalarida o‘quvchi e’tiborini jalb qilish, axborotni qisqa shaklda yetkazish va muayyan kommunikativ ta’sirni yuzaga keltirishda qo‘llanadigan til vositalarini aniqlashdan iborat. Tadqiqot davomida qiyosiy-tahliliy, tavsifiy va pragmatik tahlil usullaridan foydalanildi. Ingliz tilidagi sarlavhalarda qisqalik, grammatik siqiqlik, kuchli fe’llar va e’tiborni jalb qiluvchi ifodalar faol qo‘llanishi aniqlandi. O‘zbek tilidagi sarlavhalarda esa mazmunning tushunarliligi, kontekstual aniqlik, rasmiylik va milliy-madaniy xususiyatlar nisbatan yaqqol namoyon bo‘lishi kuzatildi. Tadqiqot natijalari ikki tilda sarlavha yaratishning umumiy maqsadi o‘quvchi e’tiborini jalb qilish bo‘lsa-da, bu maqsadga erishishda foydalaniladigan lingvistik vositalar tilning grammatik qurilishi va milliy-madaniy xususiyatlariga bog‘liqligini ko‘rsatadi.*

Kalit so‘zlar: *gazeta sarlavhasi, ingliz tili, o‘zbek tili, media diskurs, lingvistika, pragmatika.*

Bugungi globallashuv va raqamli axborot makonida inson kun davomida juda katta hajmdagi ma’lumotlarga duch keladi. Turli yangiliklar, maqolalar va xabarlar orasida o‘quvchi e’tiborini jalb qilish jurnalistikaning muhim vazifalaridan biriga aylangan. Bunday sharoitda gazeta sarlavhasining ahamiyati yanada ortadi. Chunki sarlavha o‘quvchi maqola bilan uchrashadigan birinchi lingvistik birlik hisoblanadi.

Sarlavha faqatgina maqolaning nomi emas. U o‘quvchiga voqea haqida dastlabki tasavvur beradi, uning qiziqishini uyg‘otadi va ayrim hollarda voqeaga nisbatan munosabatining shakllanishiga ham ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli sarlavha jurnalistik matnning eng muhim tarkibiy qismlaridan biri sifatida qaraladi. Taniqli tilshunos Teun A. van Dijk yangilik diskursini o‘rganishda matnning tuzilishi va axborotning qanday tartibda taqdim etilishi o‘quvchining mazmunni qabul qilishiga ta’sir qilishini ta’kidlaydi. Gazeta sarlavhasi aynan mana shu jarayonning boshlang‘ich nuqtalaridan biridir.

Ingliz va o‘zbek tillaridagi gazeta sarlavhalarining qiyosiy tahlili ayniqsa muhimdir. Chunki ikki tilning grammatik tuzilishi, jurnalistik an’analari va milliy-madaniy xususiyatlari bir-biridan farq qiladi. So‘nggi tadqiqotlarda ham ingliz sarlavhalarida qisqalik va grammatik siqiqlik, o‘zbek sarlavhalarida esa kontekst va rasmiylikning nisbatan kuchliroq namoyon bo‘lishi qayd etilgan. (scientaljournals.com)

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi ingliz va o‘zbek tillaridagi gazeta sarlavhalarida o‘quvchi e’tiborini jalb qilish uchun ishlatiladigan lingvistik vositalarni aniqlash va ularning o‘xshash hamda farqli jihatlarini ko‘rsatishdan iborat.

Gazeta sarlavhasining kommunikativ vazifasi

Gazeta sarlavhasi bir vaqtning o‘zida bir nechta kommunikativ vazifani bajaradi. Birinchi navbatda, u axborot berish vazifasiga ega. O‘quvchi sarlavhani o‘qish orqali maqolaning umumiy mavzusi haqida tasavvurga ega bo‘ladi. Ikkinchi muhim vazifa — o‘quvchi e’tiborini jalb qilish. Ayniqsa internet jurnalistikasida o‘quvchi bir vaqtning o‘zida o‘nlab sarlavhalarni ko‘rishi mumkin. Shu sababli jurnalist qisqa, ta’sirchan va esda qoladigan ifodalarni tanlashga intiladi.

Uchinchi vazifa — pragmatik ta’sir. Sarlavhada ishlatilgan ayrim so‘zlar o‘quvchining voqeaga munosabatini oldindan shakllantirishi mumkin. Masalan:“Government announces new education policy” va “Government faces criticism over new education policy” sarlavhalari mazmun jihatidan bir voqeaga tegishli bo‘lishi mumkin. Biroq “faces criticism” birikmasi o‘quvchida ikkinchi sarlavhaga nisbatan tanqidiy munosabat uyg‘otadi.

Demak, sarlavhadagi bitta leksik birlik ham axborotning pragmatik yo‘nalishini o‘zgartirishi mumkin.

2. Ingliz tilidagi gazeta sarlavhalarining o‘ziga xosligi

Ingliz jurnalistik uslubida sarlavhaning asosiy xususiyatlaridan biri — lingvistik iqtisod, ya’ni imkon qadar kam so‘z orqali katta hajmdagi mazmunni yetkazishdir. Masalan: “Prices rise as demand grows” sarlavhasi juda qisqa bo‘lishiga qaramay, narxlarning oshishi va talabning o‘sishi o‘rtasidagi munosabatni ifodalaydi.

Ingliz sarlavhalarida grammatik qisqartirish va ellipsis ham muhim o‘rin tutadi. Yordamchi fe’llar, artikllar va ayrim grammatik elementlar tushirib qoldirilishi mumkin. Natijada sarlavha ixcham va dinamik ko‘rinishga ega bo‘ladi.

Bundan tashqari, ingliz tilidagi sarlavhalarda kuchli fe’llardan foydalanish keng tarqalgan:

“Markets tumble after new economic data” Bu yerda “tumble” fe’li oddiy “fall” fe’liga qaraganda kuchliroq semantik va emotsional ta’sirga ega. Shuningdek, raqamlar, qarama-qarshilik, savol shakllari, metaforalar va qisqa iboralar o‘quvchi e’tiborini jalb qilishning samarali vositalari hisoblanadi.

O‘zbek tilidagi gazeta sarlavhalarining xususiyatlari

O‘zbek tilidagi gazeta sarlavhalarida ham qisqalik va ta’sirchanlik muhim ahamiyatga ega. Biroq sarlavhaning mazmuni ko‘pincha o‘quvchiga aniqroq kontekst berishga intiladi.

Masalan: “Yangi ta’lim loyihalari muhokama qilindi” sarlavhasi voqeaning asosiy mazmunini bevosita yetkazadi. Yana: “Yoshlar bandligini ta’minlashga qaratilgan yangi loyihalar taqdim etildi” sarlavhasida esa voqea, uning yo‘nalishi va maqsadi nisbatan batafsil ifodalangan. O‘zbek media tilida ijtimoiy va rasmiy mavzularda “yangi imkoniyatlar”, “muhim qadam”, “keng ko‘lamli loyihalar”, “hamkorlik”, “taraqqiyot” kabi baholovchi birliklardan foydalanish ham uchraydi. Bunday birliklar nafaqat axborot beradi, balki voqeaning ijobiy yoki salbiy talqinini shakllantirishga xizmat qiladi.

Ingliz va o‘zbek sarlavhalarining qiyosiy xususiyatlari

Ikki tildagi sarlavhalarni qiyoslash natijasida quyidagi asosiy xususiyatlarni ajratish mumkin:

Xususiyat	Ingliz tili
Qisqalik	Juda faol
Grammatik siqiqlik	Keng qo‘llanadi
Kontekstual aniqlik	Ko‘pincha qisqa
Rasmiylik	Mavzuga bog‘liq
Baholovchi so‘zlar	Faol
Milliy-madaniy birliklar	Kontekstga qarab
O‘quvchini jalb qilish	Qisqalik va kuchli ifodalar

Ushbu farqlar mutlaq xarakterga ega emas. Zamonaviy raqamli jurnalistika ikki tildagi media uslubining ayrim xususiyatlarini bir-biriga yaqinlashtirmoqda. Masalan, o‘zbek internet nashrlarida ham juda qisqa va qiziqarli sarlavhalar ko‘paymoqda. Ingliz tilidagi nashrlarda esa ayrim mavzularda batafsil kontekst beruvchi sarlavhalar uchraydi.

Sarlavha va o‘quvchi e’tibori

Sarlavhaning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan uning o‘quvchida qanday savol yoki qiziqish uyg‘otishiga bog‘liq.Masalan: “A New Chapter for Education”sarlavhasi o‘quvchida “Qanday yangi bosqich?” degan savol tug‘dirishi mumkin.O‘zbek tilida:“Ta’lim sohasida yangi bosqich boshlandi” kabi sarlavha ham o‘quvchini maqolaning mazmuni bilan tanishishga undashi mumkin. Shunday qilib, sarlavha o‘quvchi va maqola o‘rtasidagi dastlabki kommunikativ ko‘prik vazifasini bajaradi.

Sarlavhalarning milliy-madaniy xususiyati

Gazeta sarlavhalari faqat tilning grammatik va leksik imkoniyatlarini emas, balki jamiyatning madaniy xususiyatlarini ham aks ettiradi. Ingliz tilidagi sarlavhalarda ingliz tilida so‘zlashuvchi auditoriyaga yaxshi tanish bo‘lgan tarixiy, siyosiy yoki madaniy ishoralardan foydalanish mumkin. O‘zbek tilidagi sarlavhalarda esa milliy qadriyatlar, an’analar, maqol va iboralar, ijtimoiy tushunchalar o‘z aksini topadi.

Bu jihat ayniqsa tarjima jarayonida muhimdir. Sarlavhani so‘zma-so‘z tarjima qilish har doim ham uning asl pragmatik ta’sirini saqlab qolmaydi. 2026-yildagi tadqiqotlarda ham ingliz va o‘zbek yangilik sarlavhalarini tarjima qilishda pragmatik va madaniy o‘zgarishlar muhim muammo sifatida ko‘rsatilgan. (westerneuropeanstudies.com) Shuning uchun tarjimon nafaqat so‘zlarning lug‘aviy ma’nosini, balki sarlavhaning maqsadi, auditoriyasi va madaniy kontekstini ham hisobga olishi zarur.

Xulosa

Ingliz va o‘zbek tillaridagi gazeta sarlavhalarini qiyosiy o‘rganish natijasida sarlavha

oddiy nom emas, balki murakkab kommunikativ va pragmatik birlik ekanligi aniqlandi. U axborot berish, o‘quvchi e’tiborini jalb qilish, matn mazmuniga yo‘nalish berish va muayyan munosabatni shakllantirish kabi bir nechta vazifalarni bajaradi.

Ingliz tilidagi sarlavhalarda lingvistik iqtisod, qisqalik, grammatik siqiqlik, kuchli fe’llar va ta’sirchan ifodalar muhim o‘rin egallaydi. O‘zbek tilidagi sarlavhalarda esa mazmunning aniqligi, kontekstual tushunarlilik, rasmiylik va milliy-madaniy xususiyatlar ko‘proq namoyon bo‘ladi.

Shu bilan birga, raqamli jurnalistikaning rivojlanishi natijasida ikki tildagi sarlavhalar o‘rtasidagi ayrim farqlar qisqarib bormoqda. Har ikki tilda ham o‘quvchining diqqatini jalb qilish, qisqa shaklda mazmun yetkazish va o‘qishga undash asosiy maqsadlardan biri bo‘lib qolmoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, samarali gazeta sarlavhasini yaratish uchun jurnalist tilning grammatik va leksik imkoniyatlari bilan bir qatorda auditoriyaning madaniy va kommunikativ xususiyatlarini ham hisobga olishi kerak. Ingliz va o‘zbek sarlavhalarini qiyosiy o‘rganish esa lingvistika, jurnalistika, tarjimashunoslik va media ta’limi uchun muhim nazariy hamda amaliy ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:

1. Bell, A. The Language of News Media. Oxford: Blackwell, 1991.

2.Van Dijk, T. A. News as Discourse. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.

3.Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. London: Routledge, 1991.

4. Reah, D. The Language of Newspapers. London: Routledge, 2002.

5. Dor, D. “On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers.” Journal of Pragmatics, 35(5), 2003, pp. 695–721.

6. Tokhirova, N. “Stylistic Features of English and Uzbek Media Language.” Foreign Linguistics and Linguodidactics, 2025. (inLibrary)

7. Turgunova, F. R. “Functional-Pragmatic Features of Grammatical Compression in Uzbek and English Headlines in Digital and Print Mass Media Discourse.” Sciental Journal of Education Humanities and Social Sciences, 2026. (scientaljournals.com)

8. Alimova, K. T. “Interpreting Cultural Silences in English and Uzbek News Headlines.” The Lingua Spectrum, 2026. (The Lingua Spectrum)

9. Eshboyev, A. B. “Pragmatic and Cognitive Transformations in the Translation of News Headlines from English into Uzbek.” Western European Journal of Linguistics and Education, 2026. (westerneuropeanstudies.com)