

**GAZETA SARLAVHALARI TILINING ZAMONAVIY
TENDENSIYALARI**

Bobojonov Dilshod Jumaqul o'g'li

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti, 2-kurs tayanch doktoranti

ORCID ID- 0009-0005-4216 - 3806

E-mail: dilshod_bobojonov@gmail.com

Annotatsiya. *Gazeta matni, xususan, gazeta sarlavhasi, tilshunoslik, madaniyatshunoslik, siyosatshunoslik, falsafa, ritorik va sotsiologiya kabi yuqnalishlarning kesishmasida mavjud fanlararo ilm sohasining tadqiqot obyekti sanaladi. Shundan kelib chiqib, sarlavhalarni zamonaviy jamiyat taraqqiyotini aks ettiradigan va ongli ravishda shakllantiriladigan voqelik sifatida tadqiq etish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqolada gazeta sarlavhalari xususiyatlari va sarlaha tilining tendensiyalari nazariy jihatdan yoritiladi.*

Kalit soʻzlar: *gazeta tili, uslubi, sarlavha, sarlavha tili, ekspressivlik, standartlik, baho, til birliklari*

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЯЗЫКЕ ГАЗЕТНЫХ
ЗАГОЛОВКОВ**

Бободжонов Дилшод Джумакул угли

Денавского предпринимательско-педагогического института, 2 курс

базового докторантуры

ORCID ID- 0009-0005-4216 - 3806

E-mail: dilshod_bobojonov@gmail.com

Аннотация. *Газетный текст, в частности газетный заголовок, считается объектом исследования в области междисциплинарной науки, существующей на стыке таких направлений, как языкознание, культурология, политология, философия, риторика, социология. Исходя из этого, важно изучать заголовки как реальность, отражающую развитие*

современного общества и формируемую сознательно. В этой статье теоретически рассматриваются характеристики газетных заголовков и тенденции в языке заголовков.

Ключевые слова: газетный язык, стиль, заголовок, язык заголовка, выразительность, стандартизация, оценка, языковые единицы

MODERN TRENDS IN THE LANGUAGE OF NEWSPAPER HEADLINES

Bobojonov Dilshod Jumaqul ogli

Denau Institute of Entrepreneurship and Pedagogy, 2nd year basic doctoral student

ORCID ID- 0009-0005-4216 - 3806

E-mail: dilshod_bobojonov@gmail.com

Annotation. A newspaper text, in particular a newspaper headline, is considered an object of study in the field of interdisciplinary science, which exists at the intersection of such areas as linguistics, cultural studies, political science, philosophy, rhetoric, and sociology. Based on this, it is important to study headlines as a reality that reflects the development of modern society and is consciously shaped. This article deals theoretically with the characteristics of newspaper headlines and trends in headline language.

Key words: the language of newspaper, method, title, the language of title, expressive, standart, grade, language units

KIRISH.

Ma'lumki, jurnalist jamoatchilik fikri va dunyoqarashini shakllantirish uchun o'tkir tilga ega bo'lmog'i lozim. O'z fikrini lo'nda va aniq, har qanday informatsiyani yoki turli-tuman voqealarni, jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy, ma'naviy taraqqiyoti uchun xizmat qiluvchi axborotni ommaga yetkazishda sodda, tushunarli tilda bayon etishlik undan katta mahoratni talab qiladi. [1] Bu gazeta sarlavhalariga taalluqlidir. Zero, "Sarlavhalar lo'ndalik, o'quvchida intiqlik

tuygʻusini uygʻota olish, unga oid boʻlgan matnni identifikatsiya qila olish imkoniyatini taʼminlashi kerak. [2]

Sarlavha va soʻzboshi soʻzlari maʼnodosh sanaladi. Ular oʻrtasidagi farq sarlavhaning nisbatan oddiy nutqqa xosligi, soʻzboshi esa adabiy tilga xos boʻlgan tushuncha hisoblanadi. Shunga qaramay, XIX asrning 30-40 yillarida sarlavha soʻzi sof rasmiy-idoraviy xarakter kasb etgan. 1847-yildagi lugʻatda keltirilgan izohga binoan, sarlavha – bu hujjatlar boshidagi belgilar boʻlib, ular qayerdan kelib tushgani va qayerga yuborilayotgani haqidagi maʼlumotlardan iborat [3].

Sarlavhalarining quyidagi turlari mavjud boʻlib, ular qatoriga quyidagilar kiritiladi:

1. Mavzuli: matn strukturaviy qismining mavzusini lisoniy izohlaydi;
2. Raqamli, rukn yoki jadval tartib raqamini anglatuvchi son bilan ifodalanadi;
3. Literli, alifbo prinsipida jamlangan nashrlarda harf bilan ifodalanadi;
4. Grafik yoʻl bilan, probelli satrlar yoki terma belgilar yordamida (yulduzchalar, chizgʻichlar) ifodalanadigan sarlavha. [4]

ADABIYOTLAR TAHLILI:

Vazifalari nuqtayi nazaridan gazeta sarlavhalarini ilk tahlil qilishga urinishlar XX asrning 20-30 yillariga oid. Gazeta sarlavhasining funksional-uslubiy oʻziga xosliklarini tadqiq etishda, nazarimizda, sarlavhaning perspektiv-retrospektiv tabiatiga eʼtibor qaratish zarur. Bu haqda I.R. Galperin quyidagi fikrlarni bildirgan: “Nom tabiatiga koʻra prospeksiya kategoriyasining namoyon boʻlishi sanalib, bir vaqtning oʻzida retrospeksiya xususiyatlariga ham egadir. Bunday ikki tabiatlilik har qanday fikr maʼlum narsani mujassam etib, nomaʼlumlikka yetaklashini aks ettiradi. Boshqacha aytganda, tematik-rematik xarakterdagi voqelikni namoyon etadi”. [5]

TADQIQOT METODOLOGIYASI.

Ushbu maqolada ilmiy tadqiqotning tilshunoslik sohasi uchun qoʻllaniladigan analiz, sintez, germeneytika, qiyoslash kabi metodlaridan foydalanilgan.

TAHLILLAR VA NATIJALAR.

Gazeta matni, xususan, gazeta sarlavhasi, tilshunoslik, madaniyatshunoslik, siyosatshunoslik, falsafa, ritorik va sotsiologiya kabi yo'nalishlarning kesishmasida mavjud fanlararo ilm sohasining tadqiqot obyekti sifatida qaraladi va natijaga erishiladi. Ushbu maqolada gazeta sarlavhalari xususiyatlari va sarlavha tilining tendensiyalari nazariy jihatdan yoritiladi. I.A. Sirov aytganidek, gazeta sahifalarida sarlavhalar “matnning nomi bo'lgan, sintaktik shaklga ega, bevosita yoki bilvosita matn mohiyatiga ishora qiluvchi va bir fikrni ikkinchisidan farqlovchi matn oldidagi kommunikativ birlik”ni namoyon etadi. [6]

A.A. Lyutaya sarlavhani “matn kvintessensiyasi” deb tavsiflaydi, uning originallik va ko'zga tashlanish kabi belgilari bor, deydi. Olimaning fikricha, “ijod namunasi elementi sifatida sarlavha matn nutqiy sohasiga uyg'unlashib singadi. Matn ustidan joy olib, undan ma'lum joy bilan ajratilib, sarlavha mustaqil birlik sifatida mavjud bo'lishi mumkin”. [7]

V.N. Komissarovning ta'kidlashicha, har qanday matn kommunikativdir, unda muayyan axborot mujassam etadi. Bu axborot adresantdan retsiptentga o'tadi va muayyan tarzda oluvchi tomonidan talqin etiladi. Natijada, retsiptent matnga shaxsiy munosabat maydoniga o'tadi yoki olim ta'biri bilan aytganda, pragmatik munosabatlarga kirishadi». [8]

Sarlavhalarga berilgan ta'riflardan ko'rinib turibdiki, sarlavhalarda standartlik va ekspressiv vositalar mavjud bo'lib, bu holat bizni media tilining zamonaviy tendensiyasini yoritishga undaydi. Ma'lumki, standartlik va ekspressivlik media tilining zamonaviy tendensiyalari hisoblanadi. Buni D.M. Teshabayeva va Sh.Usmanovanning ishlarida kuzatishimiz mumkin. D.M. Teshabayeva: “Gazeta targ'ibot, tashviqot qiluvchi, baholovchi, aksariyat hollarda, emotsional ta'sirga asoslangan ochiqdan-ochiq ko'p marotaba ishlatishga mo'ljallangan standartga tayanadi. Biroq standart tilning xilma-xilligigagina zid emas, balki, aynan xilma-xillikni nazarda tutadi, tildan foydalanishdan individual mahorat, betakrorlik, did va boshqa fazilatlarini ko'zda tutadi. Bunda mahorat tayyor iboralarning boyligi (nutqiy formulalar zaxirasi qanchalik katta bo'lsa, til shunchalik boy bo'ladi), ularni mahorat bilan tanlay olishdan iboratki, bunda

eskirgan, ekspressiv-baholash xususiyatlarini yo‘qotgan qoliplar emas, balki yangi, ta’sirchan standartlardan foydalanish muhimdir. Shubhasiz, standart katta estetik ahamiyatga ham ega. Bu har qanday nutqning, shu jumladan, estetik va publitsistik ta’sir ko‘rsatishga mo‘ljallangan nutqning ham asosiy qurilish materialidir”, – deya ta’kidlaydi. [10] Zero, “...andozaviy birliklar OAV faoliyati mahsuli hisoblanadi. Chunki ular faqat OAV doirasida yaratiladi va qo‘llaniladi”. [10]

Sh.Usmonova media tilida standartlik borasida quyidagilarni yozadi: “Standartga moyillik tendensiyasi publitsistikaning ilmiy va rasmiy-ishbilarmonlik uslubga xos til vositalaridan foydalanishni nazarda tutadi. Tilda standartlik zarur, chunki har bir holat uchun maxsus ifoda vositalarini ixtiro qilish mumkin emas. Bundan tashqari, tilda standartlik bo‘lmasa, u ona tilini qiyinlashtirishi yoki doimiy o‘zaro tushunish tamoyilini buzishi mumkin. Standartning o‘ziga xos xususiyatlari reprezentativlik, bir yoqlama semantika va eng avvalo, neytral-me’yoriy bo‘yoqdorlikdir”. [11] Standartning estetik roli “unifikatsiyalangan detallar”dan individual, betakror asarlar yaratishdan iborat bo‘ladi. [11]

Ekspressivlik ham media tilning asosiy xususiyatlardan biri bo‘lib, ekspressivlik deganda, “til va nutqning shunday birliklari tushuniladiki, bunda so‘zlovchi yoki yozuvchi nutq mazmuniga yoki suhbatdoshining aytganlariga nisbatan o‘z munosabatini emotsionallik, baholash, obrazlilik, intensivlik kabi kategoriyalar orqali ifodalaydi”. [13]

XULOSALAR.

Xulosa o‘rnida aytish lozimki, ekspressivlik keng ma’noli ifodalilik tarkibiga kiradi. Nutq sifatlari ifodalilikni adresat tomonidan to‘la qabul qilish imkonini beradi. Publitsistik nutqning ifodaliligi asosan ekspressivlik orqali namoyon bo‘ladi. Ekspressiyada tilning odatiy sintaktik vositalariga so‘zlashuvga xos leksik birliklar zid qo‘yiladi. Bu esa tadqiqotchilarning kuzatishlariga qaraganda, avvalo, elliptik va nominativ gaplarning qo‘llanishi, segmentlashtirilgan va biriktiruvchi (bog‘lovchi) konstruksiyalar, parsellyatsiyalar, so‘zlarning subyektiv tartibi tarzida namoyon bo‘ladi.

Adabiyotlar:

1. Pardayev A, Ro'ziyev F, Mahamadaliyev X. Jurnalistikada til va ifoda. – Toshkent: Istiqlol. 2006. – B. 25.
2. Шмюккер-Брелер, М. Семантическая значимость заголовка как текстообразующий фактор// Русский язык за рубежом. – М.: Институт русского языка им. Пушкина. – 1990. – №5.
3. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/wordhistory/>
4. https://technical_translator_dictionary.academic.ru/62111/
5. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / отв. ред. Г.В. Степанов. – 9-е изд. – М.: ЛЕНАНД, 2016.
6. Сыров И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста // Филолог. науки. – 2002. – № 3.
7. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: дис. ... канд. филол. наука. – Волгоград, 2008.
8. Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи, тропы и фигуры. Терминологический словарь . –М.: Феникс, 2007.
9. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высш. шк., 1990.
10. Teshabayeva D.M. Ommaviy axborot vositalari tilining nutq madaniyati aspektida tadqiqi (O'zbekiston Respublikasi OAV misolida). Filol.f. d-ri... diss. – Toshkent, 2012.
11. Большой академический словарь русского языка. – Т.15.Отряд-Перевал. – М.; СПб., 2011.
12. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2. - М.: Из-во Моск. ун-та, 2004.