

**Oriental Journal of Philology****ORIENTAL JOURNAL OF PHILOLOGY**

journal homepage:

<http://www.supportscience.uz/index.php/ojp/about>**THE COMMUNICATIVE FUNCTIONS OF ARABIC NEWSPAPER HEADLINES*****Ikrom Y. Bultakov****Associate Professor, Candidate of Philological Sciences**Department of Arabic Studies**Tashkent State University of Oriental Studies*[\*bultakov68@gmail.com\*](mailto:bultakov68@gmail.com)*Tashkent, Uzbekistan***ABOUT ARTICLE**

**Key words:** Arabic press, newspaper headline, communicative function, informativeness, pragmatics, expressiveness, intertextuality.

**Received:** 08.05.26**Accepted:** 09.05.26**Published:** 10.05.26

**Abstract:** This article examines the communicative function of Arabic newspaper headlines as the primary and leading function. The nominative, informative, graphic, pragmatic, expressive, and intertextual functions are interpreted as manifestations of the communicative function. Based on materials from modern Arabic media, the linguistic and stylistic features of headlines are analyzed.

**АРАБ ГАЗЕТА САРЛАВҲАЛАРИНИНГ КОММУНИКАТИВ ВАЗИФАЛАРИ*****Икром Ю. Бултаков****Доцент, филология фанлари номзоди**Арабшунослик олий мактаби**Тошкент давлат шарқишунослик университети*[\*bultakov68@gmail.com\*](mailto:bultakov68@gmail.com)*Тошкент, Ўзбекистон***МАҚОЛА ҲАҚИДА**

**Калит сўзлар:** араб матбуоти, газета сарлавҳаси, коммуникатив вазифа, информативлик, прагматика, экспрессивлик, интертекстуаллик.

**Аннотация:** Мазкур мақолада араб газета сарлавҳаларининг коммуникатив вазифаси асосий ва етакчи функция сифатида таҳлил қилинади. Сарлавҳанинг номинатив, информатив, график, прагматик, экспрессив ва интертекстуал вазифалари коммуникатив вазифанинг намоён бўлиш шакллари сифатида ёритилади. Шунингдек, замонавий араб матбуоти материаллари асосида сарлавҳаларнинг лингвистик ва услубий хусусиятлари таҳлил қилинган.

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ АРАБСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

**Икром Ю. Бултаков**

Доцент, кандидат филологических наук

Высшая школа арабистики

Ташкентский государственный университет востоковедения

[bultakov68@gmail.com](mailto:bultakov68@gmail.com)

Ташкент, Узбекистан

## О СТАТЬЕ

**Ключевые слова:** арабская пресса, газетный заголовок, коммуникативная функция, информативность, прагматика, экспрессивность, интертекстуальность.

**Аннотация:** В статье рассматривается коммуникативная функция арабских газетных заголовков как ведущая и основная. Номинативная, информативная, графическая, прагматическая, экспрессивная и интертекстуальная функции интерпретируются как формы реализации коммуникативной функции. На основе материалов современной арабской прессы анализируются лингвистические и стилистические особенности заголовков.

**Кириш.** Лингвистик тадқиқотларда сарлавҳа вазифалари матнинг услуби, жанри ва нашр мақсадига кўра турлича таснифланади. Шу боис газета сарлавҳаси нафақат тилшунослик, балки медиа ва коммуникация назариясида ҳам муҳим тадқиқот объекти ҳисобланади. Ушбу ишда сарлавҳанинг коммуникатив вазифаси етакчи сифатида қаралади, чунки у муаллиф ва ўқувчи ўртасидаги илк мулоқотни таъминлаб, ахборотни қисқа ва лўнда шаклда тақдим этади.

Коммуникатив вазифа сарлавҳа орқали дастлабки ахборотни етказиш, ўқувчини йўналтириш ва унинг эътиборини жалб қилишдан иборат. Шу билан бирга, у қабул жараёнини фаоллаштириб, матни англашга тайёрлайди ва коммуникатив актнинг муҳим қисми сифатида намоён бўлади.

Сарлавҳа кўп вазифали табиатга эга бўлиб, номинатив, информатив, график, прагматик, экспрессив ва интертекстуал вазифаларни ўз ичига олади. Бироқ уларни мустақил эмас, балки коммуникатив вазифанинг намоён бўлиш шакллари сифатида қараш мақсадга мувофиқ, чунки барчаси муаллиф ва ўқувчи ўртасида самарали мулоқотни таъминлашга хизмат қилади.

**Адабиётлар таҳлили ва методология.** Араб матбуоти бўйича олиб борилган ишлар орасида А.А.Сафоновнинг тадқиқотини айтиб ўтиш мумкин. У тадқиқотида асосан араб газета сарлавҳаларининг стилистик жиҳатларига эътибор қаратган (Safonov, 1981), А.А.Блинов эса Тунис, Саудия Арабистони, Миср каби араб давлатларининг матбуот

нашрларини таҳлил ва муқояса қилиб, араб адабий тилининг матбуотда акс этишини ёритган (Blinov, 2012). Рус тилшуноси Е.А.Сабинина эса ўз тадқиқотларида араб газеталари сарлавҳаларининг синтактик тузилиши, коммуникатив вазифалари ҳақида жуда қимматли маълумотларни беради (Sabinina, 2012), А.Л.Спиркин араб газета сарлавҳаларининг услубий тузилиши, турларини тадқиқ қилади (Spirkin, 2008). Араб тилшуносларидан Абдуллатиф Ҳамза, Худур Адиб, Жамил Ҳамдавий, Мидхат Дардуна ва бошқаларнинг тадқиқотларида замонавий араб газеталари сарлавҳалари, уларнинг шаклий тузилиши ҳақидан маълумотлар берилган (Hamza, 1970; Khudur, 1972; Hamdaoui, 1997; Dardouna, 2017). Рашид Абу Раян сарлавҳалар таркибига бағишланган тадқиқотида сарлавҳа турларни кўрсатади (Rashid, <http://www.ar4coll.com/2011/...> ).

**Натижалар.** Номинатив вазифа сарлавҳанинг бошланғич ва асосий вазифаларидан бири бўлиб, матнни белгилаш, унга ном бериш ва бошқа мақолалар орасида ажратиб кўрсатишга хизмат қилади. Илмий адабиётларда таъкидланганидек, сарлавҳа мақолани белгилаш, уни номлаш ва бошқа мақолалар орасидан ажратиб кўрсатиш учун хизмат қилади. Номинатив вазифа, айниқса, бош келишидаги от шаклида ёрқин намоён бўлади. Демак, номинатив вазифа сарлавҳанинг идентификацион хусусиятини таъминлайди ва унинг матн тизимидаги ўрнини белгилайди.

Номинатив вазифа билан узвий боғлиқ ҳолда информатив вазифа ҳам намоён бўлади. У сарлавҳанинг муайян воқелик, ҳодиса ёки факт ҳақида маълумот ташиш хусусиятини англатади. Яъни сарлавҳа нафақат номлаш, балки қисқача ахборот бериш орқали ўқувчини мазмунга йўналтиради. Шу боис айрим тадқиқотчилар бу икки вазифани бир-биридан ажратмасдан, ягона номинатив-информатив вазифа сифатида талқин қиладилар. Масалан, А. А. Сафонов сарлавҳанинг номинатив-информатив вазифаси воқеа ёки факт ҳақида хабар беришдан иборат эканлигини таъкидлайди (Safonov, 1981, p. 205).

Газета сарлавҳасининг информатив вазифаси араб тилшунослари томонидан атрофлича ва чуқур таҳлил қилинган. Хусусан, Абдуллатиф Ҳамза мазкур вазифани газета сарлавҳасининг энг асосий вазифаларидан бири сифатида баҳолаб, унинг самарали амалга ошиши, аввало, сарлавҳада ўқувчи учун тушунарсиз бўлган сўз ва ибораларнинг мавжуд эмаслиги билан бевосита боғлиқ эканлигини таъкидлайди (Hamza, 1970, p. 161). Бу фикр сарлавҳанинг ахборот етказишдаги аниқлик, соддалик ва тушунарлилик каби мезонларга таяниши лозимлигини кўрсатади. Демак, информатив вазифа сарлавҳанинг мазмунан тўлиқ ва равшан бўлишини таъминлайдиган муҳим омиллардан бири ҳисобланади.

Шу билан бирга, коммуникатив вазифани информатив вазифа билан тўлиқ тенглаштириш илмий жиҳатдан тўғри эмас. Зеро, барча газета сарлавҳалари ҳам мақола мазмуни ҳақида бевосита ва тўлиқ маълумот бермайди. Айрим ҳолларда сарлавҳа фақат

ишора, рамз ёки қисман маълумот орқали ўқувчини матнга жалб этади. Бироқ шундай бўлса-да, у ҳар доим публицистик матн муаллифи томонидан ажратилган муайян воқеа ёки фактга йўналтирувчи вазифани бажаради. Шу маънода, сарлавҳа ахборотни тўлиқ ёки қисман етказишидан қатъи назар, ўқувчи ва муаллиф ўртасида мулоқотни ташкил этишда муҳим восита бўлиб қолаверади.

Демак, информатив вазифа ўқувчига ахборотни самарали етказишга хизмат қилиб, коммуникатив жараённинг мазмуний асосини ташкил этади. Шу боис уни мустақил ва асосий вазифа сифатида эмас, балки етакчи бўлган коммуникатив вазифани амалга оширишнинг муҳим усулларида бири сифатида талқин этиш мақсадга мувофиқдир.

Кўплаб тадқиқотчилар газета сарлавҳасининг график ажратувчи вазифасига ҳам алоҳида эътибор қаратадилар. Ушбу вазифанинг моҳияти сарлавҳани матндан визуал жиҳатдан ажратиш, унинг композицион мустақиллигини таъминлаш ва нашрдаги бир мақолани бошқаларидан фарқлашдан иборат. Бу орқали ўқувчи газета саҳифасида тез ва осон йўналиш олади, керакли ахборотни саралаб олиш имкониятига эга бўлади.

Араб тадқиқотчилари эса мазкур вазифани, одатда, мустақил категория сифатида ажратмайдилар. Улар уни сарлавҳанинг қўшимча вазифалари доирасида кўриб, асосан ўқувчига тақдим этилган кўплаб материаллар орасида тўғри йўналиш топишга хизмат қилишини таъкидлайдилар (Khudur, 1972, p. 76–77). Шу тариқа, график ажратувчи вазифа ҳам ўз моҳиятига кўра умумий коммуникатив вазифага хизмат қилувчи ёрдамчи омил сифатида намоён бўлади.

Газета сарлавҳасига прагматик вазифа ҳам хос бўлиб, у сарлавҳанинг таъсир ўтказиш имкониятларини ифода этади. Ушбу вазифанинг моҳияти, аввало, ўқувчининг эътиборини жалб қилиш ва унга муайян даражада таъсир кўрсатишдан иборатдир. Бу таъсир, одатда, тил воситалари — лексик, грамматик ва пунктуацион бирликлар орқали, шунингдек, нотил воситалар, жумладан, махсус шрифт, график ажратиш усуллари ва визуал дизайн элементлари ёрдамида амалга оширилади. Демак, прагматик вазифа сарлавҳанинг фақат ахборот бериш эмас, балки таъсир кўрсатиш воситаси сифатида ҳам намоён бўлишини таъминлайди.

Бундан ташқари, сарлавҳа рекламий вазифани ҳам бажаради. Айрим тадқиқотчилар бунини рекламий-экспрессив вазифа сифатида талқин қиладилар. Ушбу вазифанинг мазмуни шундаки, замонавий журналистлар ўқувчини жалб этиш мақсадида мақолалар учун таъсирчан, ифодали ва диққатни тортувчи сарлавҳаларни яратадилар. Бу эса ахборот бозорида рақобат кучайган шароитда сарлавҳанинг ўқувчи танловига таъсир этувчи муҳим омилга айланганини кўрсатади.

Экспрессив вазифа билан узвий боғлиқ ҳолда сарлавҳанинг апеллятив вазифасини ҳам алоҳида таъкидлаш лозим. У ўқувчига бевосита ёки билвосита таъсир ўтказиш, унинг диққатини муайян йўналишга буриш ва хабар мазмунига нисбатан муайян ижтимоий муносабатни шакллантиришга хизмат қилади. Шу билан бирга, экспрессивлик сарлавҳада муаллиф шахсияти, унинг услуби ва индивидуал ёндашувини ҳам намоён этади.

Замонавий лингвистик тадқиқотларда газета сарлавҳаларининг қўшимча вазифалари ҳам ажратиб кўрсатилмоқда. Шулардан бири — интертекстуал вазифа бўлиб, у сарлавҳанинг бошқа матнлар, маданий кодлар ёки машҳур иборалар билан боғлиқ ҳолда тушунилишига асосланади. Арабшунос Е.А.Жуковская ушбу вазифани сарлавҳани тушуниш пресуппозицияларга боғлиқ бўлган ҳолатларда алоҳида ажратиш зарурлигини таъкидлайди (Zhukovskaya, 2009, p. 128). Бу эса сарлавҳанинг маъноси фақат унинг ташқи шаклида эмас, балки ўқувчининг маданий ва билим захираси билан боғлиқ равишда шаклланишини кўрсатади.

Юқорида санаб ўтилган барча вазифалар аслида газета сарлавҳасининг умумий коммуникатив вазифасини амалга ошириш ва уни турли жиҳатларда намоён этишга хизмат қилади. Улар муаллифнинг ўқувчи билан мулоқот ўрнатиш усуллари ва стратегияларини очиб беради ҳамда сарлавҳанинг кўп қиррали табиатини намоён қилади.

Шунинг учун, газета сарлавҳаси вазифаларининг мазкур таснифини қабул қилган ҳолда, уларни алоҳида мустақил тизим сифатида эмас, балки асосий — коммуникатив вазифа доирасида, унинг матнда ифодаланиш шакллари сифатида кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Зеро, ҳар бир вазифа ўзининг хусусий жиҳатлари билан бирга, ўқувчи билан самарали ва таъсирчан алоқа ўрнатишга хизмат қилади.

Номинатив вазифа газета сарлавҳасининг энг асосий ва бошланғич вазифаларидан бири сифатида намоён бўлади. Унинг моҳияти шундаки, ҳар қандай сарлавҳа, аввало, матнни номлайди ва унинг идентификацион белгиси сифатида хизмат қилади. Бошқача айтганда, сарлавҳа матннинг “номи” бўлиб, уни бошқа материаллар орасида ажратиб кўрсатади ва ўқувчи онгида уни мустақил ахборот бирлиги сифатида шакллантиради. Шу жиҳатдан қаралганда, сарлавҳанинг синтактик тузилиши қандай бўлишидан қатъи назар — у битта сўздан иборат бўладими ёки тўлиқ бир гап шаклида ифодаланадими — барибир номинатив хусусиятни сақлаб қолади.

Бироқ номинатив вазифанинг энг равшан кўриниши, одатда, бош келишиқдаги отлар ёки улар билан боғлиқ сўз бирикмалари асосида тузилган сарлавҳаларда кузатилади. Бундай сарлавҳалар ихчамлиги, семантик аниқлиги ва услубий нейтраллиги билан ажралиб туради. Улар ортиқча экспрессивликка берилишдан кўра, асосий эътиборни номлаш ва белгилашга қаратади. Айниқса, мослашган ёки мослашмаган аниқловчилар билан

кенгайтирилган от бирикмалари сарлавҳанинг номинатив салоҳиятини янада кучайтиради, чунки бундай тузилмалар орқали воқеликнинг муайян жиҳатлари қисқа, лекин мазмунли шаклда ифодаланади.

Сўнгги йиллардаги араб оммавий ахборот воситалари материаллари ҳам мазкур фикрни тасдиқлайди. Масалан,

التحويلات الرقمية – Рақамли ўзгаришлар (Asharq Al-Awsat, 2024, February 12)

الأمن الاقتصادي – Иқтисодий хавфсизлик (Al-Bayan, 2023, November 3)

مستقبل الطاقة النظيفة – Тоза энергия келажаги (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, May 27)

مجرة سحرية – Сехрли галактика (Al-Jarida, 2025, March 11)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, ушбу сарлавҳалар асосан от ва отли бирикмалар шаклида ифодаланган бўлиб, уларда номлаш вазифаси устувор аҳамият касб этади. Бундай сарлавҳалар орқали мақоланинг умумий мавзуси ихчам ва равшан тарзда белгиланади, шу билан бирга ўқувчига ортикча услубий юкламасиз ахборот тақдим этилади.

Шу билан бирга, номинатив вазифа сарлавҳанинг бошқа вазифалари билан узвий боғлиқ ҳолда амал қилади. У информатив вазифа учун асос яратади, чунки номлаш орқали маълумотни тизимлаштириш ва уни қабул қилиш жараёни содалашади. Шунингдек, номинативлик сарлавҳанинг коммуникатив салоҳиятини таъминлаб, ўқувчининг диққатини аниқ бир мавзуға йўналтиради.

Кўриб турганимиздек, номинатив вазифа газета сарлавҳасининг функционал тизимида марказий ўринлардан бирини эгаллайди. У нафақат матнни белгилаш ва номлашни таъминлайди, балки сарлавҳанинг бошқа вазифаларини амалга ошириш учун замин яратади. Айниқса, от ва отли бирикмалар асосида тузилган ихчам сарлавҳаларда мазкур вазифа энг аниқ ва самарали тарзда намоён бўлади.

Араб газета сарлавҳаларида номинатив вазифанинг амалга ошишининг яна бир муҳим кўриниши сифатида ҳаракат номи – масдар иштирок этган сарлавҳаларни келтириш мумкин. Маълумки, масдар араб тилида ҳаракат ёки ҳолатнинг абстракт номини ифодалайди, шу боис у феълга хос динамикликдан кўра, номлаш хусусиятига яқинроқ туради. Шу сабабли бундай сарлавҳалар грамматик жиҳатдан ҳаракатни билдирса-да, шаклан ва вазифан номинатив тузилма сифатида намоён бўлади. Натижада, уларда ҳаракат жараёни эмас, балки унинг номланган, умумлашган кўриниши акс этади.

Сўнгги йиллардаги араб оммавий ахборот воситалари материалларида ҳам масдар иштирок этган сарлавҳалар кенг қўлланилаётганини кузатиш мумкин. Масалан:

تطوير التعليم الرقمي في المنطقة – Минтақада рақамли таълимни ривожлантириш (Asharq Al-Awsat, 2024, March 15)

تعزيز التعاون الاقتصادي بين الدول العربية – Араб давлатлари ўртасида иқтисодий ҳамкорликни кучайтириш (Al-Ittihad, 2024, January 28)

معالجة الأزمة البيئية في المدن الكبرى – Йирик шаҳарларда экологик инқирозни бартараф этиш (Al-Quds Al-Arabi, 2023, December 9)

إعادة بناء البنية التحتية بعد الأزمة – Инқироздан кейин инфратузилмани қайта тиклаш (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, February 5)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, бундай сарлавҳаларда ҳаракат феъл орқали эмас, балки масдар шаклида ифодаланган. Бу эса сарлавҳага ихчамлик, умумлаштириш ва муайян даражада расмий-услубий нейтраллик бахш этади. Шу билан бирга, масдарли сарлавҳалар воқеа ёки жараённи динамик ҳаракат сифатида эмас, балки номланган тушунча сифатида тақдим этади, бу эса номинатив вазифанинг янада аниқроқ намоён бўлишига хизмат қилади.

Қайд этиш лозимки, мазкур ҳолатда “номинатив” атамаси синтактик маънода эмас, балки сарлавҳанинг функционал вазифаси – матнни номлаш хусусиятидан келиб чиқиб қўлланилади. Яъни сарлавҳа муайян синтактик моделга боғлиқ бўлмаган ҳолда ҳам матннинг номи сифатида хизмат қилади. Шунинг учун номинатив вазифа фақат отли бирикмаларга хос эмас, балки турли синтактик тузилишга эга бўлган сарлавҳаларда ҳам кузатилиши мумкин.

Масалан, гап шаклида ифодаланган сарлавҳаларда ҳам номинативлик сақланиб қолади:

تشهد المنطقة تحولاً اقتصادياً متسارعاً – Минтақада жадал иқтисодий ўзгариш кузатилмоқда (Asharq Al-Awsat, 2024, January 11)

ترفع الدول العربية مستوى التعاون بينها – Араб давлатлари ўзаро ҳамкорлик даражасини оширмоқда (Al-Ittihad, 2024, February 22)

Кўриниб турибдики, ҳатто бундай ҳолларда ҳам сарлавҳа ўзининг асосий вазифаси – матнни номлаш ва уни бошқа материаллардан ажратиш хусусиятини сақлаб қолади. Демак, номинатив вазифа сарлавҳанинг муайян грамматик шаклига боғлиқ эмас, балки унинг коммуникатив тизимдаги ўрни ва функцияси билан белгиланади. Шу жиҳатдан, у газета сарлавҳасининг универсал ва барқарор вазифаларидан бири сифатида намоён бўлади:

Газета сарлавҳаларининг номинатив вазифаси фақат от ёки отли бирикмалар орқали эмас, балки турли синтактик тузилишларга эга бўлган гап шакллари орқали ҳам амалга ошиши мумкин. Бу ҳолат сарлавҳанинг функционал табиати унинг грамматик шаклига қатъий боғлиқ эмаслигини, балки унинг асосий мақсади – матнни номлаш ва ахборот бирлиги сифатида белгилашдан иборат эканлигини яна бир бор тасдиқлайди. Шу боис,

феълли гаплар, кўшма гаплар, сўроқ ва ундов шаклидаги сарлавҳалар ҳам номинатив вазифани тўлиқ амалга ошира олади.

- оддий хабар гап (феълли гап):

ترفع الحكومة مستويات الدعم للقطاع الصحي – Ҳукумат соғлиқни сақлаш соҳасига ёрдам даражасини оширмоқда (Asharq Al-Awsat, 2024, January 14)

لطيفة تحتفل بزواج ابنها – Латифа ўғлининг тўйини нишонламоқда (Al-Anba, 2025, September 28)

- кўшма гап:

تُعلن الخطط الاقتصادية الجديدة ويزايد الاستثمار الأجنبي – Янги иқтисодий режалар эълон қилинмоқда ва хорижий инвестициялар ортиб бормоқда (Al-Bayan, 2024, March 22)

دعا الكويتيين إلى الاستثمار في العراق وأكد تعيين الناشي سفيراً جديداً ببغداد لدى الكويت – Кувайтликларни Ироққа инвестиция киритишга чақирди ва ан-Нашининг Бағдодда Кувайтнинг янги элчиси этиб тайинланганини тасдиқлади (Al-Jarida, 2025, September 4)

- икки нукта билан сегментланган конструкция:

مصر: تعزيز الصناعة المحلية أولوية جديدة – Миср: маҳаллий саноатни ривожлантириш – янги устувор йўналиш (Al-Quds Al-Arabi, 2023, December 11)

المركز: السوق الكويتي ثاني أفضل الأسواق الخليجية أداءً منذ بداية العام – Марказ: Кувайт бозори йил бошидан бери Форс кўрфази минтақасида иккинчи энг яхши кўрсаткичга эга (Al-Anba, 2025, September 4)

- сўроқ гап:

الأمم المتحدة سلطة أم شاهد؟ – БМТ ҳокимиятми ёки кузатувчими? (Al-Akhbar, 2019, December 17)

إلى متى هذا الانتظار يا نادي الهلال؟ – Эй “Ал-Ҳилол” клуби, бу кутиш қачонгача давом этади? (Ar-Riyadh, 2025, December 1)

هل تستطيع الدول العربية مواجهة التحديات الاقتصادية؟ – Араб давлатлари иқтисодий муаммоларга қарши тура оладими? (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, February 7)

- ундов гап:

!! انتبهوا ..التكنولوجيا تخطف الأطفال – Эҳтиёт бўлинг... технологиялар болаларни “ўғирлаб кетмоқда”! (Al-Akhbar, 2019, December 17)

! حذروا من الأزمة المائية – Сув инкирозидан огоҳ бўлинг! (Al-Ittihad, 2023, August 3)

Турли синтактик моделларда ифодаланган сарлавҳалар таҳлили шуни кўрсатадики, номинатив вазифа сарлавҳанинг универсал хусусиятидир. У фақат отли бирикмалар билан чекланиб қолмай, балки феълли, кўшма, сўроқ ва ундов гаплар орқали ҳам амалга оширилади. Демак, сарлавҳанинг грамматик шакли эмас, балки унинг коммуникация

тизимдаги вазифаси – матнни номлаш ва ўқувчига тақдим этиш хусусияти устувор аҳамият касб этади.

Араб газета сарлавҳаларининг коммуникатив вазифаси информатив, график, прагматик, экспрессив ва интертекстуал усуллар орқали намоён бўлиб, улар сарлавҳанинг ўқувчи билан самарали мулоқотини таъминлайди.

Информатив усул энг асосий ва кенг тарқалган кўриниш бўлиб, сарлавҳада матн мазмуни қисқа, аниқ ва тушунарли ифодаланади. Бунда ихчамлик, семантик аниқлик ва услубий нейтраллик устувор бўлиб, нейтрал лексика ва тўлиқ хабар гаплар қўлланилади. Натижада ўқувчи матн мазмуни ҳақида тез ва ишончли тасаввурга эга бўлади.

Бундай сарлавҳалар ахборотни ортикча услубий юкламасиз, тўғридан-тўғри етказиши ва асосан хабардор қилишга хизмат қилади. Шу билан бирга, улар объективлик ва ишончилиликни таъминлаб, субъектив баҳолаш ва кучли эмоционалликдан холи бўлади.

Таҳлиллар шуни кўрсатадики, сарлавҳалар кўпинча оддий хабар гап шаклида, феълли конструкциялар орқали тузилиб, воқеа ёки жараён ҳақида бевосита ахборот беради. Улар ўқувчига мақола мазмуни ҳақида олдиндан аниқ тасаввур бериб, ахборотни қабул қилишни енгиллаштиради.

Информатив усул кенгайтирилган сарлавҳаларда ҳам намоён бўлиб, икки нукта орқали мазмун қисмларга ажратилади ва ахборот тизимли тақдим этилади. Унинг самарали қўлланилиши сарлавҳанинг тезкор, аниқ ва ишончли ахборот бериш вазифасини таъминлайди.

Информатив сарлавҳалар айрим ҳолларда қисқа номловчи конструкция ва унинг мазмунини тушунтирувчи қўшимча сарлавҳа (сарлавҳаусти ва сарлавҳаости) шаклида ҳам келиши мумкин. Масалан:

الاقْتِصَادُ الْعَرَبِيُّ يَنْمُو || تقارير جديدة تشير إلى تحسن ملحوظ – Араб иқтисоди ўсмоқда // Янги ҳисоботлар сезиларли яхшиланишни кўрсатмоқда (Al-Bayan, 2024, January 7)

Араб газета сарлавҳаларида коммуникатив функцияни амалга оширишнинг муҳим ва универсал усулларида бири – график усул бўлиб, у сарлавҳанинг мазмунидан кўра унинг визуал-ташкилий кўриниши орқали ўқувчи билан мулоқот ўрнатади. Материалнинг саҳифада ўйланган тарзда жойлаштирилиши ўқувчининг диққатини керакли ахборотга йўналтириб, ўқиш жараёнини фаоллаштиради. Шу жиҳатдан график усул визуал идрокни таъминловчи дастлабки босқич ҳисобланади.

Бу усул асосан нотил воситалар – шрифт ўлчами ва қалинлиги, қаторлар бўйича жойлашув, саҳифадаги позиция ва ранг орқали амалга оширилади. Йирик ва қуюқ шрифт диққатни тез жалб қилади, кичик шрифт эса иккинчи даражали материалларга хос. Рангдан фойдаланиш, айниқса онлайн нашрларда, ахборотни семантик ажратишга хизмат қилади.

Араб тадқиқотчилари газета сарлавҳаларининг график безатилиши масаласига алоҳида эътибор қаратганлар. Хусусан, Адиб Худур газета саҳифасида сарлавҳанинг жойлашув хусусиятларини атрофлича таҳлил қилиб, унинг турли вариантларини ажратиб кўрсатади (Khudur, 1972, Pp. 86-89). У сарлавҳадаги қаторларнинг жойлашуви (бир қаторли, икки қаторли, блок шаклидаги) ҳамда унинг саҳифадаги ўрнига (марказда, юқорида, устун бошида ва ҳ.к.) қараб сарлавҳаларни типологик жиҳатдан таснифлайди. Бу эса сарлавҳанинг фақат тил бирлиги эмас, балки матбуот дизайнининг муҳим элементи сифатида ҳам қаралишини кўрсатади. Замонавий араб матбуотида, айниқса интернет журналистикада, сарлавҳанинг визуал кўриниши ўқувчи танловида ҳал қилувчи аҳамият касб этмоқда.

Шу тариқа, график усул бошқа усуллар билан узвий боғлиқ ҳолда сарлавҳанинг таъсирчанлигини оширади. У ўқувчи диққатини жалб қилиш, ахборотни тез ва тизимли қабул қилишни таъминлаш орқали коммуникатив функциянинг ажралмас қисми сифатида намоён бўлади. Шу боис араб матбуотида сарлавҳалар график жиҳатдан турли моделларда ташкил этилади.

- “Алоҳида жойлашган сарлавҳа” (العنوان المفرد) энг кенг тарқалган турлардан бири бўлиб, сарлавҳа яхлит, бир блок сифатида берилади ва мустақил ахборот бирлиги сифатида намоён бўлади. Масалан:

تم تسييس كورونا في لبنان وبتهم البعض إيران – Ливанда коронавирус сиёсийлаштирилди, айримлар Эронни айбламоқда (Asharq Al-Awsat, 2020, February 23)

Бу каби сарлавҳаларда график соддалик ва яхлитлик ахборотни тез қабул қилишга хизмат қилади.

- “Икки нукта билан сегментланган сарлавҳа” (график жиҳатдан икки қисмли конструкция) замонавий араб матбуотида жуда кенг қўлланилади. Бунда сарлавҳа икки қисмга бўлиниб, биринчи қисми умумий контекстни, иккинчиси эса асосий ахборотни ифодалайди. Масалан:

"بري: مشروع الاتفاق البحري الأمريكي" إيجابي – Берри: АҚШнинг денгиз келишуви бўйича лойиҳаси “ижобий” (Asharq Al-Awsat, 2022, October 1)

Бундай структура график жиҳатдан ахборотни тартиблаштириб, ўқувчини босқичма-босқич мазмунга олиб киради.

- “Қисқа ва ихчам сарлавҳа” (العنوان المختصر) тури ҳам график жиҳатдан алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, у бир қаторли, максимал даражада ихчам шаклда берилади. Масалан:

بشار كان هنا – Башар бу ерда эди (Asharq Al-Awsat, 2025, December 8)

Бундай сарлавҳаларда график минимализм орқали кучли прагматик ва экспрессив таъсирга эришилади.

- “Кенгайтирилган сарлавҳа” (кўп қаторли структура) турида эса сарлавҳа бир неча қатор орқали берилиб, ахборот босқичма-босқич кенгайтирилади. Масалан:

إنتل تعيد تشكيل عالم الرقائق وقواعد الذكاء الاصطناعي – Intel чиплар ва сунъий интеллект коидаларини қайта шакллантирди (Asharq Al-Awsat, 2025, October 9)

Бу турда сарлавҳанинг график кўлами кенгайиб, мазмун ҳам чуқурроқ ифодаланади ва ахборотни босқичма – босқич тақдим этади.

Прагматик усул газета сарлавҳасининг коммуникатив имкониятларини белгилаб берувчи муҳим омиллардан бири бўлиб, у орқали муаллиф ўз позициясини ўқувчига аниқ ва таъсирчан тарзда етказиши мумкин. Бундай сарлавҳалар нафақат ахборот бериш, балки ўқувчини қизиқтириш, унда интрига уйғотиш ва муайян эмоционал ёки баҳоловчи реакция шакллантиришга қаратилган бўлади. Шу маънода, сарлавҳа прагматикаси журналистик матннинг умумий таъсир кучини белгилайдиган асосий механизмлардан бири ҳисобланади.

Прагматик таъсирга эришиш учун сарлавҳада турли тил воситаларидан фойдаланилади. Булар қаторига фонетик, лексик ва грамматик элементлар, шунингдек, услубий ва пунктуацион воситалар киради. Масалан, эмоционал-экспрессив лексика, қисқартирилган конструкциялар, сўроқ ва ундов гаплар, қўштирноқ, кўп нуқта каби белгилар сарлавҳанинг таъсирчанлигини оширади. Ушбу воситалар араб газета сарлавҳаларида ҳам кенг қўлланилиб, уларнинг прагматик салоҳиятини кучайтиради.

Сарлавҳада лаҳжа лексикасининг қўлланилиши муаллифнинг ўқувчи билан “бир тилда гаплашиши” ни намоён этиб, ахборотни оммабоп ва яқин қилади. Араб мамлакатларида кундалик мулоқотда аммия шакллари устун бўлгани сабабли, бундай элементлар ўқувчида “шахсий мурожаат” таассуротини уйғотади; айниқса, миср матбуотида бу ҳолат кўпроқ кузатилади.

Лаҳжага хос шакллар сарлавҳада кучли экспрессив ва прагматик таъсирга эга бўлиб, диққатни тез жалб қилади. Улар расмий услубдан четлашиб, оғзаки нутққа яқинлашади ва оммавий аудиторияга таъсир самарадорлигини оширади.

Бу ҳолат араб тилидаги диглоссия – фусҳа ва аммиянинг фарқланиши билан боғлиқ. Расмий матнда лаҳжа элементларининг пайдо бўлиши сарлавҳанинг прагматик таъсирини кучайтириб, уни айниқса кенг аудиторияга йўналтирилган, жонли ва таъсирчан воситага айлантиради (Blinov, 2012, p. 169).

Прагматик потенциални очишга хизмат қилувчи грамматик воситалар қаторида муайян синтактик конструкциялардан фойдаланиш алоҳида аҳамиятга эга. Бундай воситалар сарлавҳанинг нафақат мазмуний, балки таъсирчанлик хусусиятини ҳам белгилайди. Хусусан, араб матбуотида кенг қўлланиладиган من... إلى... (“...дан ...гача”) конструкцияси прагматик жиҳатдан ўта самарали синтактик моделлардан бири

ҳисобланади. Ушбу конструкция орқали муаллиф воқеа ёки шахс ривожининг муайян нуқталарини қарама-қарши қўйган ҳолда ифода этади, натижада сарлавҳада драматизм, динамика ва баҳоловчи тус юзага келади.

Замонавий араб оммавий ахборот воситаларида ҳам мазкур конструкция фаол қўлланилаётганини кузатиш мумкин. Масалан:

من الحرب إلى الدبلوماسية: تحولات الموقف الإقليمي – Урушдан дипломатиягача: минтақавий позициянинг ўзгариши (Asharq Al-Awsat, 2024, January 15)

من الأزمة إلى التعافي: الاقتصاد العربي يبحث عن توازن جديد – Инкироздан тикланишгача: араб иқтисоди янги мувозанат изламоқда (Al-Bayan, 2024, February 22)

من اللجوء إلى الاندماج: قصص نجاح في أوروبا – Қочкинликдан интеграциягача: Европада муваффақият ҳикоялари (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, March 3)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, ... إلى... конструкцияси сарлавҳада икки ҳолатни қарама-қарши қўйиб, кучли семантик ва прагматик контраст яратади. Бу орқали воқеанинг динамикаси, ўзгариш жараёни ёки кутилмаган натижа таъкидланади; компонентлар ўртасидаги зиддият кучайган сари таъсирчанлик ҳам ортади.

Бундай конструкциялар кўргазмали хусусиятга эга бўлиб, бир ҳолатдан иккинчисига кескин ўтишни ифодалайди ва унинг аҳамиятини урғулайди. Шу билан бирга, сарлавҳа нафақат фактни баён қилади, балки уни муайян нуқтаи назардан талқин этиб, баҳоловчи мазмунни ҳам ўз ичига олади.

Шу тариқа, ... إلى... конструкцияси араб газета сарлавҳаларида прагматик таъсирни кучайтирувчи муҳим синтактик восита бўлиб, сарлавҳанинг ахборот берувчи эмас, балки таъсир этувчи функциясини ҳам намоён қилади.

Қуйидаги сарлавҳалар эса қатъий баёнотлар шаклида бўлиб, матнни ўқиш жараёнида умумий таъсирни кучайтиради ҳамда воқеликка нисбатан муайян (ижобий ёки салбий) муносабатни ифодалайди. Бундай сарлавҳаларда ахборот оддий хабар сифатида эмас, балки баҳоловчи, ҳатто айрим ҳолларда таъсир ўтказувчи ҳукм шаклида тақдим этилади. Шу жиҳатдан улар прагматик усулнинг энг ёрқин кўринишларидан бири ҳисобланади.

Замонавий араб матбуотида ҳам мазкур типдаги сарлавҳалар фаол қўлланилиб, улар орқали муаллиф ўз позициясини очиқ ифода этади ва ўқувчини муайян нуқтаи назарни қабул қилишга ундайди. Масалан:

لا للحرب... نعم للسلام – Урушга йўқ... тинчликка ҳа (Asharq Al-Awsat, 2023, November 18)

العنف لا يبني دولة – Зўравонлик давлат қурмайди (Al-Bayan, 2024, January 7)

الهجرة ليست حلاً – Миграция ечим эмас (Al-Quds Al-Arabi, 2024, March 5)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, бундай сарлавҳаларда лексик ва синтактик воситалар орқали қатъийлик ва баҳоловчанлик кучайтирилади. Айниқса, لا ...

(йўқ), ليس... (эмас) каби инкор шакллари, шунингдек, умумлаштирувчи ҳукми ифодаловчи гаплар сарлавҳанинг таъсирчанлигини оширади. Бундай конструкциялар ўқувчида шубҳасизлик, қатъийлик ва ишонч ҳиссини уйғотиб, унинг муносабатини йўналтиради.

Қатъий баёнот шаклидаги сарлавҳалар араб журналистикасида прагматик таъсирни кучайтиришнинг самарали воситаларидан бири бўлиб, улар орқали муаллиф ўқувчига тайёр баҳони таклиф этади ва унинг воқеликка нисбатан муносабатини белгилашга ҳаракат қилади.

Сарлавҳа прагматикасини ифодалашда пунктуация белгилари ҳам катта аҳамиятга эга. Газета сарлавҳаларида пунктуация белгиларидан фойдаланиш, аввало, сарлавҳанинг прагматик потенциалини кучайтиришга хизмат қилади. Улар орқали муаллиф ахборотни нафақат баён қилади, балки уни муайян эмоционал ва баҳоловчи рангда тақдим этади, ўқувчи диққатини жалб қилади ва унинг қабул жараёнига таъсир кўрсатади. Хусусан, икки нукта, кўп нукта, сўроқ ва ундов белгиларининг қўлланилиши сарлавҳанинг таъсирчанлигини оширишда муҳим восита ҳисобланади.

Замонавий араб матбуотида бундай ҳолатларни яққол кузатиш мумкин. Масалан:

- икки нукта орқали изоҳловчи ва драматик эффект яратиш:

الحرب تدخل مرحلة جديدة: السودان – Судан: уруш янги босқичга кирмоқда (Asharq Al-Awsat, 2024, April 15)

Бу ерда икки нукта сарлавҳани икки қисмга бўлиб, биринчи қисм контекстни, иккинчиси эса асосий хабарни ифодалайди.

- кўп нукта орқали интрига ва тугалланмаганлик ҳиссини бериш:

الاقتصاد العالمي... إلى أين؟ – Жаҳон иқтисоди... қаерга кетмоқда? (Al-Bayan, 2024, February 22)

Кўп нукта ўқувчида қутилмаганлик ва фикр давомийлиги ҳиссини уйғотади. Араб газета сарлавҳаларида кўп нукта одатда икки нуктага яқин вазифа бажарувчи “горизонтал икки нукта” сифатида қўлланилиши билан ажралиб туради (Badawi, 2004, p. 22). У сарлавҳани маъно жиҳатидан ўзаро боғлиқ икки қисмга ажратиб, улар ўртасидаги семантик муносабатни кўрсатади. Шу билан бирга, кўп нукта фақат техник белги эмас, балки сарлавҳанинг прагматик таъсирини кучайтирувчи муҳим восита сифатида намоён бўлади.

Кўп нуктанинг асосий вазифаларидан бири — сарлавҳада кескинлик ва драматизм ҳосил қилишдир. У бир мавзу, ҳолат ёки ҳаракатдан бошқасига қутилмаган ўтишни ифодалайди, натижада ўқувчида қизиқиш ва интрига уйғонади. Замонавий араб матбуотида ҳам бундай ҳолатлар кузатилади. Масалан:

الاقتصاد العالمي.. إلى أين؟ – Жаҳон иқтисоди... қаерга кетмоқда? (Al-Bayan, 2024, February 11)

غزة.. إلى متى تستمر الحرب؟ – Ғазо... уруш қачонгача давом этади? (Al-Quds Al-Arabi, 2024, March 5)

Бу каби сарлавҳаларда кўп нуқта биринчи қисмни семантик жиҳатдан очиқ қолдириб, иккинчи қисм орқали уни драматик тарзда ривожлантиради.

Кўп нуқта, шунингдек, сарлавҳа бошида келган сўз ёки сўз бирикмасини кейинги изоҳловчи ёки аниқлаштирувчи маълумотдан ажратиш вазифасини ҳам бажаради. Бу ҳолатда у икки нуқтага яқин функцияни бажаради, бироқ экспрессивлик даражаси юқорироқ бўлади. Масалан:

المستقبل خيار... النظيفة الطاقة – Тоza энергия... келажак танлови (Asharq Al-Awsat, 2024, January 18)

الأعمال عالم في ثورة... الاصطناعي الذكاء – Сунъий интеллект... бизнес оламида инқилоб (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, February 12)

Бу мисолларда биринчи компонент умумий мавзунини белгиласа, иккинчи қисм уни баҳоловчи ёки изоҳловчи характерга эга бўлади.

Кўп нуқтанинг қўлланилишидаги яна бир ўзига хос ҳолат – унинг боғловчисидан олдин келишидир. Бундай ҳолатда сарлавҳада қутилмаганлик ва динамиклик эффекти юзага келади, чунки иккинчи қисм аввалгисига нисбатан қутилмаган давом сифатида қабул қилинади. Замоनावий матбуотда бу ҳолат ҳам учрайди:

الخسائر من بمزيد وتوقعات... تتراجع الأسواق – Бозорлар пасаймоқда... ва янада кўпроқ йўқотишлар қутилмоқда (Al-Bayan, 2024, March 3)

تتفاقم والأزمة... تتعثر المفاوضات – Музокаралар тўхтаб қолмоқда... ва инқироз чуқурлашмоқда (Asharq Al-Awsat, 2024, February 27)

Бу каби конструкциялар сарлавҳага ҳаракат динамикасини, зиддиятни ва драматизмни киритиб, унинг прагматик таъсирини янада кучайтиради.

Араб газета сарлавҳаларида кўп нуқта нафақат синтактик, балки кучли прагматик функцияга эга бўлиб, у орқали муаллиф ахборотни босқичма-босқич очади, ўқувчида қизиқиш уйғотади ва матнга нисбатан муайян эмоционал муносабат шакллантиради. Бу эса пунктуация белгиларининг сарлавҳа прагматикасини шакллантиришдаги муҳим ўрнини яна бир бор тасдиқлайди.

Қайд этиш лозимки, икки нуқтадан иборат кўп нуқта араб матбуоти сарлавҳаларига хос бўлиб, Европа оммавий ахборот воситаларида учрамайди. Шу билан бирга, араб тилида уч ва ундан ортиқ нуқтадан иборат кўп нуқталар ҳам қўлланилади, бироқ газета сарлавҳаларида улар нисбатан кам учрайди.

- сўроқ белгиси орқали ўқувчини мулоҳазага ундаш:

هل تنجح الإصلاحات الاقتصادية؟ – Иқтисодий ислоҳотлар муваффақиятли бўладими? (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, March 3)

Сўроқ белгиси газета сарлавҳаларида нафақат ахборотни аниқлаштириш ёки савол бериш воситаси, балки кучли прагматик таъсир воситаси сифатида ҳам намоён бўлади. У орқали муаллиф ўқувчига номаълум бўлган масала юзасидан савол қўяди, уни мулоҳазага чорлайди ва матн мазмунига нисбатан фаол интеллектуал муносабат шакллантиради. Шу жиҳатдан, сўроқ шаклидаги сарлавҳалар ўқувчини фақат қабул қилувчи эмас, балки фикр юритувчи субъектга айлантиради.

Замонавий араб матбуотида сўроқ сарлавҳалар кенг тарқалган бўлиб, улар орқали муаллиф кўпинча очик саволни илгари суради ёки муайян муаммони кун тартибига олиб чиқади. Масалан:

ماذا يحدث في غزة؟ – Газада нима бўляпти? (Al-Quds Al-Arabi, 2024, January 12)

هل تنجح خطط الإصلاح الاقتصادي؟ – Иқтисодий ислоҳот режалари муваффақиятли бўладими? (Asharq Al-Awsat, 2024, February 18)

إلى أين يتجه الاقتصاد العالمي؟ — Жаҳон иқтисоди қаерга йўналмоқда? (Al-Bayan, 2024, February 22)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, бундай сарлавҳаларда сўроқ белгиси ўқувчини бевосита мулоқотга жалб этади ва уни матнда кўтарилган муаммо ҳақида ўйлашга ундайди.

Бундан ташқари, мақола муаллифи кўпинча сўроқ шаклидаги сарлавҳалардан воқеликдаги муайян ҳолатга нисбатан норозилик ёки танқидий муносабатни ифодалаш воситаси сифатида ҳам фойдаланади. Бундай ҳолларда сўроқ формаси формал жиҳатдан саволни билдирса-да, мазмунан у баҳоловчи ва ҳатто айбловчи характер касб этади. Масалан:

أين الحلول؟ – Ечимлар қаерда? (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, March 5)

من المسؤول عن الأزمة؟ – Инқироз учун ким жавобгар? (Asharq Al-Awsat, 2024, February 27)

Бундай сарлавҳаларда сўроқлик махсус сўроқ сўзлар (متى، أين، من، أي)، юкламалар ва синтактик тартиб орқали ифодаланади. Шу билан бирга, улардаги савол кўпинча риторик характерга эга бўлиб, жавобдан кўра муаммонинг ўзига эътибор қаратиш мақсадида қўлланилади.

Сўроқ белгиси араб газета сарлавҳаларида муҳим прагматик восита сифатида хизмат қилиб, у орқали муаллиф ўқувчини мулоқотга жалб этади, уни фикрлашга ундайди ва воқеликка нисбатан муайян муносабат шакллантиришга интилади. Айниқса, риторик сўроқлар сарлавҳанинг таъсирчанлигини ошириб, уни кучли коммуникатив ва прагматик воситага айлантиради.

- ундов белгиси орқали эмоционал таъсирни кучайтириш:

كفى فساداً – Етар энди коррупция! (Al-Quds Al-Arabi, 2024, February 11)

Ундов белгиси одатда муаллифнинг ҳис-туйғуларини ифодалаш билан бирга мазмунни таъсирчан тарзда етказишга хизмат қиладиган гапларда қўлланилади. Газета сарлавҳаларида эса у нафақат эмоционалликни кучайтириш, балки ахборотни муайян баҳоловчи нуқтаи назарда тақдим этиш воситаси сифатида ҳам намоён бўлади. Амалиёт шуни кўрсатадики, сарлавҳадаги деярли ҳар қандай гап – у хабар, сўроқ ёки ҳатто номловчи конструкция бўлишидан қатъи назар – муаллифнинг эмоционал муносабатига кўра ундов белгиси билан расмийлаштирилиши мумкин. Бу ҳолат сарлавҳанинг прагматик юкламасини сезиларли даражада оширади.

Айрим ҳолларда араб сарлавҳаларида ундов белгиси сўроқ белгиси билан бирга қўлланиб, сўроқ гапнинг таъсирчанлигини янада оширади. Бундай комбинация ўқувчида хайрат, шубҳа ёки танқидий муносабат уйғотади ва сарлавҳанинг прагматик салоҳиятини кучайтиради. Масалан:

الأزمة؟ تستمر متى إلى – Инқироз қачонгача давом этади?! (Asharq Al-Awsat, 2024, February 18)

الاقتصادية؟ السياسات فشلت هل – Иқтисодий сиёсатлар муваффақиятсиз бўлдимми?! (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, March 5)

الأسواق؟ في يحدث ماذا – Бозорларда нима бўляпти?! (Al-Bayan, 2024, February 27)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, “?!” комбинацияси сўроқнинг оддий ахборот талаб қилиш функциясидан чиқиб, уни эмоционал ва баҳоловчи характерга эга бўлган кучли таъсир воситасига айлантиради. Бунда муаллиф фақат савол бермайди, балки ўқувчини хайратлантириш, унда шубҳа уйғотиш ёки мавжуд ҳолатга танқидий қарашни шакллантиришга интилади.

Замонавий араб матбуотида ундов белгиси, айниқса, ижтимоий-сиёсий ва публицистик материалларда фаол қўлланилиб, ўқувчининг диққатини жалб қилиш, унинг эмоционал реакциясини уйғотиш ва маълум бир позицияни қабул қилишга ундашга хизмат қилади. Айниқса, ундов ва сўроқ белгиларининг биргаликда қўлланилиши сарлавҳанинг таъсирчанлигини янада ошириб, уни кучли коммуникатив воситага айлантиради.

Сарлавҳанинг коммуникатив вазифасини амалга оширишда экспрессив усул унинг прагматик қиррасини янада кучайтиришга хизмат қилади. Чунки у муайян ҳис-туйғуларни ифодалайди, сарлавҳанинг таъсирчанлигини оширади ва уни ўқувчи учун ёрқин ҳамда кўргазмали қилади. Ушбу усул прагматик усул билан узвий боғлиқ бўлиб, ҳар иккисидан ҳам ўхшаш тил ва пунктуацион воситалар (сўроқ, ундов, кўп нуқта ва ҳ.к.) қўлланилади. Бирок

экспрессив усулни алоҳида ажратиб кўрсатишга асос бўладиган жиҳат – унда образлилик, метафориклик ва бадийликнинг юқори даражада намоён бўлишидир.

Экспрессив сарлавҳалар, одатда, метафора, метонимия, перифраз, ўхшатиш каби бадий воситалар орқали шаклланади. Улар ахборотни оддий баён қилиш билан чекланмай, балки уни эмоционал ва образли тарзда тақдим этади. Замонавий араб матбуотида бундай сарлавҳалар кенг тарқалган. Масалан:

سفينة الاقتصاد العربي في مهب الريح – Араб иқтисодиёти кемаси шамоллар ихтиёрида (Asharq Al-Awsat, 2024, January 21)

Бу ерда “кема” метафораси орқали иқтисодий беқарорлик образли ифодаланган.

غزة تحت النار – Газа олов остида (Al-Quds Al-Arabi, 2024, February 14)

Бу ерда “олов остида” ибораси воқеликни кучли эмоционал рангда тасвирлайди.

الاقتصاد العالمي على حافة الهاوية – Жаҳон иқтисоди жар ёқасида (Al-Bayan, 2024, March 3)

Бу ерда “жар ёқаси” метафораси хавф ва инқирозни кучайтириб кўрсатади.

Перифраз (айланма ифода) ҳам экспрессивликни таъминловчи муҳим воситалардан бири ҳисобланади. У орқали оддий тушунча бадий шаклда ифодаланади. Масалан:

بيوت الله تستعيد دورها المجتمعي – “Аллоҳ уйлари” ўз ижтимоий ролини қайта тикламоқда (Ar-Riyadh, 2024, February 18)

Бу ерда “بيوت الله” (Аллоҳ уйлари) ибораси “масжид” сўзининг перифразик шакли бўлиб, сарлавҳага экспрессивлик бағишлайди.

Экспрессив усулнинг яна бир муҳим кўриниши – муаллифнинг ўқувчига бевосита мурожаати орқали намоён бўлади. Бундай сарлавҳаларда мурожаат шакли, 2-шахс шакллари ва чақириклар орқали кучли таъсир ҳосил қилинади. Масалан:

ماذا تفعل من أجل مستقبلك؟ – Сен келажагинг учун нима қиляпсан? (Al-Arabi Al-Jadid, 2024, March 5)

أين؟ إلى... العرب شباب يا – Эй араб ёшлари... қаерга кетяпсизлар? (Al-Quds Al-Arabi, 2024, February 12)

انتبهوا...! يقترب الخطر... – Эҳтиёт бўлинг... хавф яқинлашмоқда! (Al-Bayan, 2024, February 27)

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, экспрессив сарлавҳаларда образлилик, эмоционаллик ва бадийлик устун бўлиб, улар ўқувчининг диққатини жалб қилиш ва ахборотни кучли таъсир билан етказишга хизмат қилади. Бундай сарлавҳаларда тил воситалари фақат ахборот бериш учун эмас, балки ўқувчида муайян ҳис-туйғуларни уйғотиш учун қўлланилади. Экспрессив усул газета сарлавҳасининг коммуникатив вазифасини амалга оширишда муҳим ўрин тутаяди. У орқали сарлавҳа оддий ахборот

бирлигидан чиқиб, таъсирчан, образли ва эмоционал жihatдан бой нутқий бирликка айланади. Бу эса ўқувчи билан самарали мулоқот ўрнатишга хизмат қилади.

Сарлавҳанинг коммуникатив вазифасини амалга оширишда интертекстуал усул алоҳида ўрин тутлади. Ушбу усулнинг моҳияти шундаки, ўқувчи матн билан танишишдан олдин муайян маданий, тарихий ёки ижтимоий билимлар захирасига эга бўлади ва сарлавҳада берилган ишорани ана шу билимлар билан боғлайди. Натижада сарлавҳа оддий ахборот бирлигидан чиқиб, қўшимча маъно қатламларини ўз ичига олган кўп қиррали семантик тузилмага айланади. Бундай ҳолатда сарлавҳанинг таъсирчанлиги бевосита ўқувчининг билим доираси, маданий тажрибаси ва интертекстуал ассоциацияларини англаш қобилиятига боғлиқ бўлади.

Интертекстуал усул, одатда, сарлавҳада машҳур иборалар, тарихий шахслар, диний тушунчалар, адабий асарлар ёки кенг танилган воқеаларга ишора қилиш орқали намоён бўлади. Замонавий араб матбуотида бундай сарлавҳалар фаол қўлланилиб, ўқувчида “танишлик эффекти”ни уйғотиш орқали унинг диққатини жалб қилади. Масалан:

لغة الضاد في يومها العالمي – “Дод ҳарфи тили” ўз халқаро кунда (Al-Bayan, 2023, December 18)

Бу ерда “لغة الضاد” ибораси араб тилининг анъанавий номи бўлиб, у фақат маданий контекстни билган ўқувчи учун тўлиқ англашилади.

طه حسين... عميد الأدب العربي من جديد – Таҳа Ҳусайн... яна “араб адабиёти пешвоси” (Al-Ahram, 2023, November 21)

Бу сарлавҳада “عميد الأدب العربي” ибораси муайян шахс – Таҳа Ҳусайнга ишора қилиб, интертекстуал маънони шакллантиради.

Келтирилган мисоллардан кўриниб турибдики, интертекстуал сарлавҳаларда маъно тўлиқ очилиши учун ўқувчи муайян фон билимларга эга бўлиши зарур. Агар бундай билимлар мавжуд бўлмаса, сарлавҳанинг мазмуни қисман ёки умуман тушунарсиз бўлиб қолиши мумкин. Шу билан бирга, ана шу “кодланганлик” хусусияти сарлавҳанинг таъсирчанлигини оширади, чунки у ўқувчини фаол фикрлашга ва маънони мустақил равишда очишга ундайди. Интертекстуал усул газета сарлавҳасининг коммуникатив вазифасини амалга оширишда муҳим восита бўлиб, у орқали муаллиф ўқувчи билан умумий маданий майдонда мулоқот ўрнатади. Бу эса сарлавҳанинг семантик бойлигини ошириб, унинг таъсир доирасини кенгайтиради.

**Хулоса.** Кўплаб тадқиқотчилар сарлавҳанинг турли вазифаларини таъкидлайдилар, аммо мазкур тадқиқот унинг асосий вазифаси – коммуникатив вазифа эканлигини кўрсатади. Сарлавҳа муаллиф ва ўқувчи ўртасидаги мулоқотни таъминлаб, матнга кириш

эшиги сифатида ўқувчини маълум ахборот майдонига йўналтиради. Шу боис у коммуникациянинг ажралмас элементи ҳисобланади.

Коммуникатив вазифани амалга ошириш усуллари эса бир хил даражада мажбурий эмас. График ва прагматик усуллар универсал бўлиб, ҳар қандай сарлавҳага хос. Бошқа усуллар – информатив, экспрессив ва интертекстуал – эса факультатив бўлиб, матн мазмуни ва муаллиф мақсадига қараб қўлланилади.

Шундай қилиб, ушбу усуллар сарлавҳанинг коммуникатив имкониятларини кенгайтирувчи кўшимча воситалардир. Натижада сарлавҳа кўп қиррали ва динамик тизим сифатида шаклланиб, муаллифга ўқувчи билан самарали мулоқот ўрнатиш имконини беради.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Badawi El Said, Michael G. Carter and Adrian Gully. (2004). *Modern Written Arabic: A Comprehensive Grammar*. – London-New-York: Routledge Taylor and Francis Group. – 812 p. (in English)

2. Blinov, A. A. (2012). *Territorial varieties of the Arabic literary language: A study of the language of the Arabic press in Tunisia, Saudi Arabia, and Egypt. Territorial'nye varianty arabskogo literaturnogo iazyka: Issledovanie iazyka arabskoi pressy v Tunise, Saudovskoi Aravii i Egipte*. – Moscow: LAP LAMBERT Academic Publishing. – 212 p. (in Russian)

3. Dardouna, Medhat. (2017, January). *Syntactic Structure in the Language of News Headlines in Arabic Newspapers. Binā' al-jumla fī lughat 'anāwīn al-akhbār fī al-ṣuḥuf al-'arabiyya*. – Al-Aqsa University Journal, Vol. 21. (in Arabic).

4. Hamdaoui, Jamil. (1997). *Semiotics and the Title. Al-sīmiyūṭīqā wa al-'unwān. Alam Al-Fikr*, Vol. 25. – National Council for Culture, Arts and Letters, Kuwait. (in Arabic).

5. Hamza, 'A. L. (1970). *An introduction to the art of journalistic writing. Al-madkhalu fī fanni al-tahrir al-suhufiy*. – Cairo: Dar al-Fikr al-'Arabi. – 550 p. (in Arabic).

6. Khudur, 'A. (1972). *The journalistic news report. Al-khabar al-suhufiy*. – Damascus: Matabi' Dar al-Ba'th. – 171 p. (in Arabic).

7. Rashid Abu Rayyan. (2011). Retrieved from [http://www.ar4coll.com/2011/10/blog-post\\_21.html](http://www.ar4coll.com/2011/10/blog-post_21.html) (in Arabic).

8. Safonov, A. A. (1981). *The stylistics of newspaper headlines. In Stylistics of newspaper genres. Stilistika gazetnykh zagolovkov. In Stilistika gazetnykh zhanrov*. – Moscow: Vysshaya shkola. – Pp. 205-227. (in Russian)

9. Shaikhullin, T. A., & Nabiullina, V. R. (2018). *Specificity of the Arabic newspaper headline as a linguistic unit and its types. Spetsifika arabskogo gazetnogo zagolovka kak yazykovoy edinitsy i ego tipy*. – *Modern Muslim World: Electronic Journal*, (2), p. 4. (in Russian)

10. Spirkin, A. L. (2008). Functional-stylistic and structural-graphic interpretation of Arabic newspaper headlines. Funktsional'no-stilisticheskaya i strukturno-graficheskaya interpretatsiya arabskikh gazetnykh zagolovkov. – Vestnik RULI, (4), Pp. 55-63. (in Russian)

11. Zhukovskaya, E. A. (2009). Structural-semantic and functional-stylistic characteristics of the text in modern Arabic literary and Russian literary languages (PhD thesis). Strukturno-semanticheskie i funktsional'no-stilisticheskie kharakteristiki teksta v sovremennykh arabskom literaturnom i russkom literaturnom iazvkakh. – Moscow. – 212 p. (in Russian)