

ZAMONAVIY BOLALAR NASHRLARIDA SARLAVHANING  
PSIXOLINGVISTIK ASPEKTI VA ROLI

*Nargiza Abdukaxarovna Mirzayeva*

*O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univyersityeti O‘zbek tili va adabiyoti kafedrası dotsenti v.b.*

**Annotatsiya.** *Har qanday ijod mahsuli hech qachon nomsiz, ya’ni sarlavhasiz bo‘lmaydi. Shunday ekan, asar va maqolaning mazmuni hamda mohiyati sarlavhada aksini topishi kerak. Sarlavha topish muallifdan so‘z tanlash san’atini egallashni talab etadi. Xususan, bolalar nashrlaridagi materialga sarlavha tanlashda ijodkordan nafaqat so‘zni to‘g‘ri va o‘rinli qo‘llashga, balki sarlavhaning bolalar ruhiyatiga ta’sirini ham bilishi lozim. Maqolada mazkur masalalarga oid fikrlar va tahlillar bayon etilgan.*

**Kalit so‘zlar:** *sarlavha, bolalar nashrlari, psixologik ta’sir, sarlavha vazifasi, e’tiborni jalb qilish.*

Gazeta sarlavhasi fotosuratlar va dizayn bilan bir qatorda bosma nashrning asosiy elementidir. Hyech qaysi matbuot nashrlari, xoh gazyeta, xoh jurnal bo‘lsin, sarlavhasiz ish ko‘rolmaydi. Ushbu element o‘quvchining ongiga birlamchi ta’sir qiladi. Shuning uchun sarlavha auditoriyani rag‘batlantirish (motivasiya qilish) uchun asos hisoblanadi.

Motivasiya - bu insonning ongiga psixologik ta’sir ko‘rsatish mexanizmi bo‘lib, uni u yoki boshqa harakatlar qilishga undaydi. Ommaviy muloqot sohasida motivasiya mazmunga qiziqishni oshirishga qaratilgan: o‘quvchi uni ko‘proq qiziqtiradigan matnни tanlaydi. Har qanday matn tilshunoslikning eleyementidir. O‘qishga bo‘lgan qiziqishning ortishi matnga psixolingvistik jihatni kiritish orqali ro‘y beradi. Sarlavha har qanday matnning boshidir.

Bugungi kunda ko‘p nashrlarda shablon turdagi yoki psixolingvistik ta’sir qiluvchi boshqa usullar orqali sarlavhalardan foydalanishadi. Bolalar nashrlari ham bundan mustasno emas. Shuning uchun bunday sarlavhalar auditoriyaga yetarlicha ta’sir qilib, motivasiya qilolmaydi. Gazeta sarlavhasini tadqiq qilgan Yu.M.Lotman, E.A.Zyemskoy, A.A.Zaliznyak, V.P.Belyanin, S.M.Gurevich, E.A.Lazareva, G.S.Melnik, A.N.Teplyashina, N.Toshpo‘latova, N.Qosimova va boshqa mualliflar ularni turli tomonlarini ko‘rib chiqishgan. Ammo sarlavhalarning psixolingvistik jihatni va uning roli nuqtai nazaridan amaliy qo‘llanilishi ko‘rib chiqilmagan.

Sarlavhalar o‘quvchiga xabar berishsa yoki qiziqtirsa, shundagina gazeta yoki jurnal qo‘lga olib, sotib olinadi, o‘qiladi. Shunday qilib, “sarlavha sub’yekt (media) va obyekt (auditoriya) o‘rtasidagi bo‘g‘in vazifasini bajaradi” [Kornilova K. 2:118]. U o‘quvchi (suhbatdosh) e’tiborini o‘ziga qanchalik jalb etishi axborotning samaradorligi va ta’sirchanligi muammosiga shunchalik daxldordir. “Sarlavha – o‘quvchi - gazetxon bilan nutqiy aloqa bog‘lash (kontakt yaratish)ning nihoyatda

*muhim va birlamchi vositasidir. U qanchalik jozibali bo‘lsa, aloqa bog‘lash ham shunchalik tyez va samarali bo‘ladi*” [Shomaqsudova, S., Israil, M. 4:23]. Shunday qilib, gazyeta maqolasining sarlavhasi, uning ikkita asosiy funksiyasini bajaradigan, ya’ni reklama va ma’lumot beruvchi, turli xil munosabatlardagi maqolaning asosiy matni bilan bo‘lishi mumkin, ular keyinchalik sarlavhaning tuzilishini va umuman nashr sarlavhasining xususiyatini byelgilaydi. Shuni ta’kidlash kerakki, sarlavha yoritish uchun grafik vositalardan (shrift, rang) foydalanish, gazeta sahifasidajoylashgan o‘rni sababli o‘ziga xos bo‘lgan yana ikkita funksiyani bajaradi. To‘g‘ri tuzilgan sarlavhalar ba’zi hollarda gazeta maqolalarini bir-biridan ajratib turadi, bu ma’lumotlar blokining supermatn eleyementi bo‘lib, ba’zi hollarda ular nashrlarni bitta sarlavha ichida bog‘laydi.

Har bir nashr yoki materialga nom byerar ekanmiz, albatta, uning auditoriyasi, yoshini inobatga olgan holda, sarlavha qo‘yamiz. Aynan, bolalar nashrlaridagi matyeriallarga qo‘yilgan sarlavhalar, odatdagi, OAVda beriladigan sarlavhalardan soddaligi, qisqaligi, aniqligi va qiziqarliligi bilan ajralib turadi.

“Bilimdon”, “Dono word”, “Jajji akademik”, “G‘uncha” jurnallari va “Tong yulduzi” gazetolari sahifalarida ana shunday bolajonlarimiz uchun qiziqarli, tushunarli sarlavhalarni ko‘rishingiz mumkin. Bolalar va o‘smirlar gazetasi bo‘lgan “Tong yulduzi” gazetasidagi matyeriallarga qo‘yilgan sarlavhalar o‘ziga xosligi bilan ajralib turadi. Ushbu gazetada ko‘proq so‘z birikmali va gap shaklidagi sarlavhalar o‘rin olgan: “Topshiriqlarim javobsiz qolmadi”, “Darsingizni maqtashdi” [Tong yulduzi 10:17], “«Stand up» qirolichasi”, “Sharafli kasb egalari” [Tong yulduzi 10:22]. “Sarlavha qisqa, ko‘pincha atigi bir nyecha so‘zdan iborat bo‘lib, matnning nomini aks ettiradi. Mana shu matn nomiaks etgan so‘z yoki ifodadan biz matn mohiyatini ham anglab olamiz. Chunki, sarlavha - yarim maqola” [Toshmuhamedova L., Xolixova M. 3:4].

“Dono word” ilmiy-uslubiy, ma’naviy-ma’rifiy, adabiy-badiiy jurnali sahifalaridagi aksariyat sarlavhalar savol tarzidagi sarlavhalarni tashkil etadi. “Nyega yolg‘on gapiramiz?” [Dono word 12:14], “Yutuqli o‘yinlarda nimalarni yutqazyapmiz?”, “Bolangiz fikrlashda mustaqilmi?”, “Bizga qanday murabbiylar kyerak?” [Dono word 12:16], “Qaysi logotipga “muxlis”siz?” [Bilimdon 11:18] kabi sarlavhalar bunga misol bo‘la oladi. Sarlavhadagi savol insonni unga javob berishiga undaydi (ongsiz ravishda). Buning qiziqarli jihati shundaki, savolga javob topish uchun uni yaxshilab anglash, o‘zidan o‘tkazish shart. Bu retsiyent xohlaydimi yoki yo‘qmi, baribir e’tiborni qaratishga majbur qiladi.

Savollar ritorik, muayyan (konkret) yoki mavhum (abstrakt) bo‘lishi mumkin. Biroq, ularni bir narsa birlashtiradi: ular bevosita yoki bilvosita matnda yashiringan javobga ishora qiladi. Bu maqsadga erishish uchun matnni izchil o‘rganish zarur

[Shomaqsudova, S., Israil, M. 4:37].

Sarlavha tanlashda me’yorni topa olish kerak: haddan tashqari oshirib yubormaslik kyerak. Haddan tashqari o‘ziga xoslikka yoki haddan tashqari takrorlanganlikka yo‘l qo‘yish kyerak emas. Maqola sarlavhasi o‘quvchini qiziqitira olishi, kyeyin nima bo‘lishini o‘rganishga chorlay olishi lozim. Samarali sarlavha tanlashning o‘ziga xos usullari mavjud. Agar matyerial sarlavhasida raqamlar keltirilgan bo‘lsa, maqola tez muvaffaqiyatga uchraydi. “Sarlavhalarga – 3, 5, 7, 15, 100, 101 va boshqa raqamlar mos keladi. Ko‘pincha raqamlar boshqa shablonlar bilan mos keladi, birgalikda ishlatiladi” [Toshmuhamedova L., Xolixova M. 3:36]. Ana shunday sarlavhalarni “Yosh kuch” jurnali sahifalarida ko‘rishimiz mumkin. Masalan: “Shodiyora Omonova: “Tanovar”ni 10 yil kutdim” [Yosh kuch 13:3], “Diryektordan 5 ta like”, “Shukr uchun 18 sabab” [Yosh kuch 13:1], “O‘n martalab o‘qiladigan 10 kitob” [Yosh kuch 15:10]. Jurnalning deyarli har bir sonida raqamlar bilan byerilgan sarlavhalarni uchratishimiz mumkin. Chunki, sarlavhadagi raqamlar materialni o‘zlashtirish hajmdorligi yoki oddiyligini shartli miqdoriy ko‘rsatkichi vazifasini o‘taydi. Boshqacha qilib aytganda, raqamlar bu gazetxonning u yoki bu matn o‘qishidan oladigan foyda o‘lchovidir. Raqam qanchalik katta bo‘lsa, material shunchalik foydali tuyuladi. Bu ma’noda hajm gazetxonni o‘ziga kuchli jalb qiladi. Raqam qanchalik kichik bo‘lsa, shunchalik oson va amalda qo‘llashga qulay tuyuladi. Bunday raqamli sarlavhalar o‘zining yengilligi va tiniqligi (ryealligi) bilan jalb qiladi. Muallif auditoriyani manipulyatsiya (insonni boshqarish) foydali axborotni tijoriy maqsad bilan aralashtirishi lozim.

Kichik yoshdagi bolalar uchun mo‘ljallangan “Bilimdon” jurnali sahifalarida ko‘proq gap sarlavhalar o‘rin olgan. Bolajonlar tilidagi sodda, jo‘n so‘zlar ishtirokidagi gaplar sarlavha sifatida berilgan. “Bobom bilan faxrlanaman”, “Yoz – eng zo‘r fasl!” [Bilimdon 11:11], “Mana maktab boshlandi” [Bilimdon 11:13] kabi sarlavhalar shular jumlasidandir. Zero, jurnalning asosiy maqsadi – bolajonlarning topqirligi, ziyrakligi, ijodkorligi va bilimdonligini oshirishdir. Shuning uchun bu jurnal sahifalaridan ularga ko‘proq til o‘rganish, qiziqarli krossvordlarni yechish, turli sohalarga oid testlarga to‘g‘ri javob topish, rasm va shakllarni bo‘yash, ularni farqlash kabi rang-barang topshiriqlar joy olgan.

Bolalar uchun yozilgan matn yoki sarlavha ularning so‘zlashuv tiliga mos bo‘lishi darkor. Adabiy til me’yorlariga amal qilgan holda, matnlarni murakkablashtirmagan ma’qul. Masalan, bola uchun "tashrif buyurdi" degan iboraning o‘rniga "keldi" yoki "darkor" so‘zining o‘rniga "kyerak" dyegan so‘z ishlatilsa, bolalar oson tushunadi va tyez fahmlaydi.

Kichik yoshdagi bolalarning adabiy-badiiy bezakli respublika jurnali bo‘lmish “G‘uncha”dagi matyeriallarga qo‘yilgan o‘ziga xos sarlavhalarni ko‘rishimiz

mumkin. “Buyuk ajdodlarimiz”, “Quvonchlarim ulg‘ayadi”, “Qulog‘i bor bolalar”, “Umidjonning xarxashasi” [G‘uncha 8:2], “Yangi yil eskirmaydi”, “Dastyor qiz” [G‘uncha 9:12] kabi sarlavhalar bolajonlarimizga byerilgan materiallarga qiziqishni uyg‘otadi va o‘qishga “majbur” qiladi. Aynan “G‘uncha” jurnalida byeriladigan matyeriallar hajmi qisqaligi bilan ajralib turadi. Chunki bu yoshdagi bolalar psixologik jihatdan juda sabrsiz bo‘ladi, ularni ko‘proq voqyea-hodisaning natijasini bilish qiziqtiradi. Shunga ko‘ra, jurnalist matyeriallar matnini yozishda, tahrir qilishda mana shu omillarni hisobga olishi zarur.

Xulosa qilib shuni aytish joizki, “sarlavha - bu o‘ziga xos taxtadir va u qanchalik rang-barang bo‘lsa, materialning o‘qilishi shunchalik kafolatlanadi” [Bessonov A. 1:3]. Ammo sarlavha nafaqat yorqin bo‘lishi, balki materialning mazmunini ifoda etishi ham kerak.

E.A.Lazaryevaning fikricha, sarlavha matnni idrok etishi uchun uch bosqichda o‘z maqsadiga xizmat qiladi. Birinchi, ya’ni “matndan oldingi” bosqichda sarlavha vazifasi - o‘quvchi e’tiborini jalb qilish, qiziqish uyg‘otishdir [Kornilova K. 2:118].

#### Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Bessonov A.S. Газетный заголовок. - Л., 1958.
2. Kornilova K.E. Funkcii zagolovkov sovremennykh jurnalisticheskix tekstov. Izvestiya VUZov. Severyo-Kavkazskiy region. Obщественные nauki. Spetsvyпуск, 2007.
3. Toshmuhamedova L., Xolixova M. Gazeta sarlavhalari uslubiyati //T.:—Iste’dod. – 2008.
4. Shomaqsudova, S., & Israil, M. (2018). OAVda yozma matn. Nutq va munozara. T.: Iqtisod-moliya.
5. Mirzayeva, N. A., & Yakubova, F. A. (2021). ROL ILLYUSTRATSIY V DETSKIX IZDANIYAX. *Internauka*, (37-1), 45-47.
6. Abdukaxarovna M.N. i Anvarovna Yu.F. (2021). ROL I ZNACHENIE DETSKIX PUBLIKATSIY V PRESSE. *Vostochno-yevropeyskiy nauchnyy jurnal*, (3-4 (67)), 59-63.
7. Barakayev, R. (2004). A. Avloni and children’s literature. T: *Science*.
8. G‘uncha jurnalining 2019 yilgi sonlari.
9. G‘uncha jurnalining 2020 yilgi sonlari.
10. Tong yulduzi gazetasining 2020 yilgi sonlari.
11. Bilimdon jurnalining 2019 yilgi sonlari.
12. Dono word jurnalining 2019 yilgi sonlari.
13. Yosh kuch jurnalining 2016 yilgi sonlari.
14. Yosh kuch jurnalining 2017 yilgi sonlari.