

## ZAMONAVIY BOLALAR NASHRLARIDA SARLAVHANING PSIXOLINGVISTIK ASPEKTI VA ROLI

**Наргиза Абдукахаровна Мирзаева**

*Ўзбекистон журналистика ва оммавий  
коммуникациялар университети Ўзбек тили  
ва адабиёти кафедраси доценти в.б.*

***Аннотация.** Ҳар қандай ижод маҳсули ҳеч қачон номсиз, яъни сарлавҳасиз бўлмайди. Шундай экан, асар ва мақоланинг мазмуни ҳамда моҳияти сарлавҳада аксини топиши керак. Сарлавҳа топиши муаллифдан сўз танлаш санъатини эгаллашни талаб этади. Хусусан, болалар нашрларидаги материалга сарлавҳа танлашида ижодкордан нафақат сўзни тўғри ва ўринли қўллашга, балки сарлавҳанинг болалар руҳиятига таъсирини ҳам билиши лозим. Мақолада мазкур масалаларга оид фикрлар ва таҳлиллар баён этилган.*

***Калит сўзлар:** сарлавҳа, болалар нашрлари, психологик таъсир, сарлавҳа вазифаси, эътиборни жалб қилиши.*

Газета сарлавҳаси фотосуратлар ва дизайн билан бир қаторда босма нашрнинг асосий элементиدير. Ҳеч қайси матбуот нашрлари, хоҳ газета, хоҳ журнал бўлсин, сарлавҳасиз иш кўролмайди. Ушбу элемент ўқувчининг онгига бирламчи таъсир қилади. Шунинг учун сарлавҳа аудиторияни рағбатлантириш (мотивация қилиш) учун асос ҳисобланади.

Мотивация - бу инсоннинг онгига психологик таъсир кўрсатиш механизми бўлиб, уни у ёки бошқа ҳаракатлар қилишга ундайди. Оммавий мулоқот соҳасида мотивация мазмунга қизиқишни оширишга қаратилган: ўқувчи уни кўпроқ қизиқтирадиган матнни танлайди. Ҳар қандай матн тилшуносликнинг элементиدير. Ўқишга бўлган қизиқишнинг ортиши матнга психоллингвистик жиҳатни киритиш орқали рўй беради. Сарлавҳа ҳар қандай матннинг бошидир.

Бугунги кунда кўп нашрларда шаблон турдаги ёки психоллингвистик таъсир қилувчи бошқа усуллар орқали сарлавҳалардан фойдаланишади. Болалар нашрлари ҳам бундан мустасно эмас. Шунинг учун бундай сарлавҳалар аудиторияга етарлича таъсир қилиб, мотивация қилолмайди. Газета сарлавҳасини тадқиқ қилган Ю.М.Лотман, Э.А.Земской, А.А.Зализняк, В.П.Белянин, С.М.Гуревич, Э.А.Лазарева, Г.С.Мельник, А.Н.Тепляшина, Н.Тошпўлатова, Н.Қосимова ва бошқа муаллифлар уларни турли томонларини кўриб чиқишган. Аммо сарлавҳаларнинг психоллингвистик жиҳати ва унинг роли нуктаи назаридан амалий қўлланилиши кўриб чиқилмаган.

Сарлавҳалар ўқувчига хабар беришса ёки қизиқтирса, шундагина газета ёки журнал қўлга олиб, сотиб олинади, ўқилади. Шундай қилиб, “сарлавҳа субъект (медиа) ва объект (аудитория) ўртасидаги бўгин вазифасини бажаради” [Корнилова К. 2:118]. У ўқувчи (суҳбатдош) эътиборини ўзига



қанчалик жалб этиши ахборотнинг самарадорлиги ва таъсирчанлиги муаммосига шунчалик дахлдордир. *“Сарлавҳа – ўқувчи - газетхон билан нутқий алоқа боғлаш (контакт яратиш)нинг ниҳоятда муҳим ва бирламчи воситасидир. У қанчалик жозибали бўлса, алоқа боғлаш ҳам шунчалик тез ва самарали бўлади”* [Шомаксудова, С., Израил, М. 4:23]. Шундай қилиб, газета мақоласининг сарлавҳаси, унинг иккита асосий функциясини бажарадиган, яъни реклама ва маълумот берувчи, турли хил муносабатлардаги мақоланинг асосий матни билан бўлиши мумкин, улар кейинчалик сарлавҳанинг тузилишини ва умуман нашр сарлавҳасининг хусусиятини белгилайди. Шунинг таъкидлаш керакки, сарлавҳа ёритиш учун график воситалардан (шрифт, ранг) фойдаланиш, газета саҳифасида жойлашган ўрни сабабли ўзига хос бўлган яна иккита функцияни бажаради. Тўғри тузилган сарлавҳалар баъзи ҳолларда газета мақолаларини бир-биридан ажратиб туради, бу маълумотлар блокининг суперматн элементи бўлиб, баъзи ҳолларда улар нашрларни битта сарлавҳа ичида боғлайди.

Ҳар бир нашр ёки материалга ном берар эканмиз, албатта, унинг аудиторияси, ёшини инобатга олган ҳолда, сарлавҳа кўямиз. Айнан, болалар нашрларидаги материалларга кўйилган сарлавҳалар, одатдаги, ОАВда бериладиган сарлавҳалардан соддалиги, қисқалиги, аниқлиги ва қизиқарлилиги билан ажралиб туради.

“Билимдон”, “Dono word”, “Жажжи академик”, “Ғунча” журналлари ва “Тонг юлдузи” газеталари саҳифаларида ана шундай болажонларимиз учун қизиқарли, тушунарли сарлавҳаларни кўришингиз мумкин. Болалар ва ўсмирлар газетаси бўлган “Тонг юлдузи” газетасидаги материалларга кўйилган сарлавҳалар ўзига хослиги билан ажралиб туради. Ушбу газетада кўпроқ сўз бирикмали ва гап шаклидаги сарлавҳалар ўрин олган: “Топшириқларим жавобсиз қолмади”, “Дарсингизни мақташди” [Тонг юлдузи 10:17], “«Stand up» қироличаси”, “Шарафли касб эгалари” [Тонг юлдузи 10:22]. *“Сарлавҳа қисқа, кўпинча атиги бир неча сўздан иборат бўлиб, матннинг номини акс эттиради. Мана шу матн номи акс этган сўз ёки ифодадан биз матн моҳиятини ҳам англаб оламиз. Чунки, сарлавҳа - ярим мақола”* [Тошмухамедова Л., Холихова М. 3:4].

“Dono word” илмий-услубий, маънавий-маърифий, адабий-бадий журналлари саҳифаларидаги аксарият сарлавҳалар савол тарзидаги сарлавҳаларни ташкил этади. “Нега ёлғон гапирамиз?” [Dono word 12:14], “Ютуқли ўйинларда нималарни ютқазяпмиз?”, “Болангиз фикрлашда мустақилми?”, “Бизга қандай мураббийлар керак?” [Dono word 12:16], “Қайси логотипга “мухлис”сиз?” [Билимдон 11:18] каби сарлавҳалар бунга мисол бўла олади.



Сарлавҳадаги савол инсонни унга жавоб беришига ундайди (онгсиз равишда). Бунинг қизиқарли жиҳати шундаки, саволга жавоб топиш учун уни яхшилаб англаш, ўзидан ўтказиш шарт. Бу реципиент хоҳлайдими ёки йўқми, барибир эътиборни қаратишга мажбур қилади.

Саволлар риторик, муайян (конкрет) ёки мавҳум (абстракт) бўлиши мумкин. Бирок, уларни бир нарса бирлаштиради: улар бевосита ёки билвосита матнда яширинган жавобга ишора қилади. Бу мақсадга эришиш учун матнни изчил ўрганиш зарур [Шомақсудова, С., Исраил, М. 4:37].

Сарлавҳа танлашда меъёрни топа олиш керак: ҳаддан ташқари ошириб юбормаслик керак. Ҳаддан ташқари ўзига хосликка ёки ҳаддан ташқари такрорланганликка йўл қўйиш керак эмас. Мақола сарлавҳаси ўқувчини қизиқтира олиши, кейин нима бўлишини ўрганишга чорлай олиши лозим. Самарали сарлавҳа танлашнинг ўзига хос усуллари мавжуд. Агар материал сарлавҳасида рақамлар келтирилган бўлса, мақола тез муваффақиятга учрайди. “Сарлавҳаларга – 3, 5, 7, 15, 100, 101 ва бошқа рақамлар мос келади. Кўпинча рақамлар бошқа шаблонлар билан мос келади, биргаликда ишлатилади” [Тошмухамедова Л., Холихова М. 3:36]. Ана шундай сарлавҳаларни “Ёш куч” журнали саҳифаларида кўришимиз мумкин. Масалан: “Шодиёра Омонова: “Тановар”ни 10 йил кутдим” [Ёш куч 13:3], “Директордан 5 та like”, “Шукр учун 18 сабаб” [Ёш куч 13:1], “Ўн марталаб ўқиладиган 10 китоб” [Ёш куч 15:10]. Журналнинг деярли ҳар бир сониди рақамлар билан берилган сарлавҳаларни учратишимиз мумкин. Чунки, сарлавҳадаги рақамлар материални ўзлаштириш ҳажмдорлиги ёки оддийлигини шартли миқдорий кўрсаткичи вазифасини ўтайди. Бошқача қилиб айтганда, рақамлар бу газетхоннинг у ёки бу матн ўқишидан оладиган фойда ўлчовидир. Рақам қанчалик катта бўлса, материал шунчалик фойдали туюлади. Бу маънода ҳажм газетхонни ўзига кучли жалб қилади. Рақам қанчалик кичик бўлса, шунчалик осон ва амалда қўллашга қулай туюлади. Бундай рақамли сарлавҳалар ўзининг энгиллиги ва тиниқлиги (реаллиги) билан жалб қилади. Муаллиф аудиторияни манипуляция (инсонни бошқариш) фойдали ахборотни тижорий мақсад билан аралаштириши лозим.

Кичик ёшдаги болалар учун мўлжалланган “Билимдон” журнали саҳифаларида кўпроқ гап сарлавҳалар ўрин олган. Болажонлар тилидаги содда, жўн сўзлар иштирокидаги гаплар сарлавҳа сифатида берилган. “Бобом билан фахрланаман”, “Ёз – энг зўр фасл!” [Билимдон 11:11], “Мана мактаб бошланди” [Билимдон 11:13] каби сарлавҳалар шулар жумласидандир. Зеро, журналнинг асосий мақсади – болажонларнинг топқирлиги, зийраклиги, ижодкорлиги ва билимдонлигини оширишдир. Шунинг учун бу журнал



саҳифаларидан уларга кўпроқ тил ўрганиш, қизиқарли кроссвордларни ечиш, турли соҳаларга оид тестларга тўғри жавоб топиш, расм ва шаклларни бўйаш, уларни фарқлаш каби ранг-баранг топшириқлар жой олган.

Болалар учун ёзилган матн ёки сарлавҳа уларнинг сўзлашув тилига мос бўлиши даркор. Адабий тил меъёрларига амал қилган ҳолда, матнларни мураккаблаштирмаган маъқул. Масалан, бола учун "ташриф буюрди" деган иборанинг ўрнига "келди" ёки "даркор" сўзининг ўрнига "керак" деган сўз ишлатилса, болалар осон тушунади ва тез фаҳмлайди.

Кичик ёшдаги болаларнинг адабий-бадий безакли республика журнали бўлмиш “Ғунча”даги материалларга қўйилган ўзига хос сарлавҳаларни кўришимиз мумкин. “Буюк аждодларимиз”, “Қувончларим улғаяди”, “Қулоғи бор болалар”, “Умиджоннинг хархашаси” [Ғунча 8:2], “Янги йил эскирмайди”, “Дастёр қиз” [Ғунча 9:12] каби сарлавҳалар болажонларимизга берилган материалларга қизиқишни уйғотади ва ўқишга “мажбур” қилади. Айнан “Ғунча” журналида бериладиган материаллар ҳажми қисқалиги билан ажралиб туради. Чунки бу ёшдаги болалар психологик жиҳатдан жуда сабрсиз бўлади, уларни кўпроқ воқеа-ҳодисанинг натижасини билиш қизиқтиради. Шунга кўра, журналист материаллар матнини ёзишда, таҳрир қилишда мана шу омилларни ҳисобга олиши зарур.

Хулоса қилиб шуни айтиш жоизки, *“сарлавҳа - бу ўзига хос тахтадир ва у қанчалик ранг-баранг бўлса, материалнинг ўқилиши шунчалик кафолатланади”* [Бессонов А. 1:3]. Аммо сарлавҳа нафақат ёрқин бўлиши, балки материалнинг мазмунини ифода этиши ҳам керак.

Э.А.Лазареванинг фикрича, сарлавҳа матнни идрок этиши учун уч босқичда ўз мақсадига хизмат қилади. Биринчи, яъни “матндан олдинги” босқичда сарлавҳа вазифаси - ўқувчи эътиборини жалб қилиш, қизиқиш уйғотишдир [Корнилова К. 2:118].

#### **Фойдаланилган адабиётлар:**

1. Бессонов А.С. Газетный заголовок. - Л., 1958.
2. Корнилова К.Е. Функции заголовков современных журналистских текстов. Известия ВУЗов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Спецвыпуск, 2007.
3. Тошмухамедова Л., Холихова М. Газета сарлавҳалари услубияти //Т.:—Истеъдод. – 2008.
4. Шомақсудова, С., & Исраил, М. (2018). ОАВда ёзма матн. Нутқ ва мунозара. Т.: Иқтисод-молия.
5. Мирзаева, Н. А., & Якубова, Ф. А. (2021). РОЛЬ ИЛЛЮСТРАЦИЙ В ДЕТСКИХ ИЗДАНИЯХ. *Интернаука*, (37-1), 45-47.
6. Абдукахаровна М.Н. и Анваровна Ю.Ф. (2021). РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ



ДЕТСКИХ ПУБЛИКАЦИЙ В ПРЕССЕ. Восточно-европейский научный журнал , (3-4 (67)), 59-63.

7. Barakayev, R. (2004). A. Avloni and children's literature. *T: Science*.
8. Гунча журналининг 2019 йилги сонлари.
9. Гунча журналининг 2020 йилги сонлари.
10. Тонг юлдузи газетасининг 2020 йилги сонлари.
11. Билимдон журналининг 2019 йилги сонлари.
12. Dopo word журналининг 2019 йилги сонлари.
13. Ёш куч журналининг 2016 йилги сонлари.
14. Ёш куч журналининг 2017 йилги сонлари.