

ARAB YANGILIKLARIDA SARLAVHALAR USLUBI VA TILDAGI QISQALIK TAMOYILI

Hikmatova Bunisa Tal'at qizi

Oriental universiteti arab filologiyasi

fakultetining 3-bosqich talabasi

Fayziyev Shamsuddin Sadriddinovich

Oriental universiteti Tillar-1 kafedrası stajyor-o'qituvchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada arab ommaviy axborot vositalarida sarlavha yaratishning asosiy lingvistik, stilistik va funksional xususiyatlari keng qamrovda tahlil qilinadi. Sarlavhalarda kuzatiladigan til iqtisodi, ellipsis, fe'l markazlilik, semantik zichlik kabi hodisalar ilmiy asosda izohlanadi. Zamonaviy arab media makonida axborotning tezkor tarqalishi, internet jurnalistikasining ta'siri ham ko'rib chiqiladi. Shuningdek, turli arab axborot manbalaridan (Al Jazeera, Al-Arabiya, Sky News Arabia, Al-Quds al-Arabi) real sarlavhalar tahlil qilib, arab jurnalistikasi uchun xos bo'lgan grammatik modellardan foydalanish amaliy misollar bilan yoritiladi. Maqola so'ngida mavzuga oid terminlar va foydalanilgan adabiyotlar keltiriladi.

Kalit so'zlar: Arab jurnalistikasi, sarlavha uslubi, ixchamlik, ellipsis, fe'lli konstruksiya, yangilik tili, media lingvistika, semantik zichlik, OAV, internet jurnalistikasi.

Abstract. This article provides an extensive analysis of the main linguistic, stylistic, and functional features of headline formation in Arabic mass media. It offers a scholarly explanation of such phenomena as language economy, ellipsis, verb-centered structures, and semantic density frequently observed in headlines. The impact of rapid information dissemination in the modern Arab media space and the influence of internet journalism are also examined. In addition, real headlines from

various Arab news sources (Al Jazeera, Al Arabiya, Sky News Arabia, Al-Quds al-Arabi) are analyzed to illustrate the grammatical patterns characteristic of Arabic journalism through practical examples. The article concludes with relevant terminology and a list of references.

Keywords: Arabic journalism, headline style, conciseness, ellipsis, verbal construction, news language, media linguistics, semantic density, mass media, internet journalism

Ommaviy axborot vositalarida sarlavha – materialning asosiy mazmunini qisqa, lo‘nda va ta’sirchan shaklda ifodalovchi elementdir. Arab jurnalistikasi tarixan ixchamlikka asoslangan bo‘lib, sarlavhalarda semantik yukning zich joylashuvi, fe‘lli konstruksiyalar ustuvorligi va sintaktik qisqartirishlar bilan ajralib turadi. Bugungi kunda arab yangiliklarida sarlavhaning tili nafaqat axborot yetkazish, balki auditoriyani jalb etish, tezkorlik va lo‘ndalikni ta‘minlash vazifalarini bajaradi.

Arab jurnalistikasida sarlavhalarining shakllanish jarayoni uzoq tarixiy rivojlanish bosqichlariga ega bo‘lib, ayniqsa XIX asr oxiri va XX asr boshlaridagi Arab Uyg‘onish davri (Nahda) bilan chambarchas bog‘liqdir. Misr, Suriya va Livan o‘sha davrda arab matbuotining markazlari sifatida tanilgan bo‘lib, aynan shu hududlarda gazeta madaniyati shakllanib, sarlavhalar tizimi asta-sekin adabiy normaga aylana boshlagan.

Dastlabki gazetalar sarlavhalarda rasmiy, salobatli, ko‘proq rasmiy-idoraviy uslubga tayangan bo‘lib, nominal konstruksiyalar, uzun izofali birikmalar va murakkab sintaktik tuzilmalardan foydalanilgan. Bu davr sarlavhalarida matn ko‘proq hukumat bayonotlari yoki diplomatik axborotlar shaklida berilar edi.

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab, siyosiy axborot oqimi tezlashishi, arab dunyosi televideniye va radio yangiliklariga keng o‘tishi natijasida sarlavhalarining tuzilishi keskin o‘zgarishni boshladi. Yangiliklarni yetkazish tezligi o‘tkir talabga aylandi, natijada sarlavhalarda:

- o‘quvchi diqqatini bir zumda tortuvchi dinamik uslub,

- fe'l bilan boshlanuvchi yangiliklar modeli,
- qisqa va kuchli ta'sir qiluvchi so'zlar,
- ortiqcha ma'lumotlardan butunlay voz kechish keng tarqaldi.

XXI asrga kelib internet jurnalistikasi, mobil ilovalar, tezkor media va ijtimoiy tarmoqlar rivoji Arab dunyosida sarlavhalarni butunlay yangi bosqichga olib chiqdi. Sarlavhalar nafaqat qisqa, balki semantik jihatdan juda zich, minimalistik, mobil ekranlar uchun qulay, “bir qarashda anglashiladigan” shaklga ega bo'ldi.

Aytish joizki, Arab ommaviy axborot vositalarida sarlavhalarining qisqa bo'lishi faqat texnik zarurat emas, balki butun bir kommunikativ strategiyaga asoslangan. Qisqalik orqali yangilikning tezkorligi ta'minlanadi: qisqa sarlavha o'quvchi tomonidan bir zumda qabul qilinadi va axborotning asosi yodda qoladi; o'quvchi e'tibori markazga yo'naltiriladi. Uzun sarlavhalar diqqatni chalg'itishi mumkin, ammo qisqa va lo'nda sarlavha voqeani aniq tasvirlaydi; mobil ekranlar uchun moslashuv amalga oshiriladi. Zamonaviy arab OAVsining 70–80% o'quvchilari yangiliklarni mobil telefon orqali o'qiydi; Axborot yuklamasini optimal darajada saqlaydi. Keraksiz bo'laklar olib tashlanadi, faqat mazmuniy yadrosi qoldiriladi; Tilning iqtisodiylik prinsipi amalga oshiriladi. Arab tili morfologik jihatdan qisqa shakllarda katta ma'no bera oladi.

Arab sarlavhalarining eng muhim grammatik xususiyati – gap bo'laklarining qasddan tushirilishi. Bu ayniqsa kesim yoki ega mavjud bo'lsa ham, ularni yozmaslik orqali axborotning zichligini oshiradi. Tushiriladigan elementlar odatda ega yoki fe'l bo'ladi. Bog'lovchilar: “va”, “ammo”, “shuningdek” kabi so'zlardan butunlay voz kechiladi. Misol: ارتفاع البطالة – “ishsizlikning oshishi”. Asl jumla: ارتفعت نسبة البطالة – “ishsizlik darajasi oshdi”.

Arab yangiliklari sarlavhalarining 60–70 foizi aynan fe'l bilan boshlanadi. Fe'l jarayonni ifodalaydi, voqeaning sodir bo'lganligini darhol bildiradi. Misol: تعلن قطر عن مشاريع جديدة – “qatar yangi loyihalarni e'lon qildi”. Rasmiy axborotlarda, diplomatik bayonotlarda va statistik xabarlar berishda nominal konstruksiyalar

ko‘proq qo‘llanadi. Misol: أزمة سياسية في السودان “Sudanda siyosiy inqiroz”. Arab tilidagi ildiz-morfologik tizim orqali bir so‘z juda keng semantik maydonni qamrab oladi. Shu sababli bir-ikki so‘zli sarlavha ham o‘quvchi uchun to‘liq mazmun berishi mumkin. Odatda, arab yangiliklari sarlavhalari adabiy baho bermaydi. Ular:

- holatga munosabat bildirmaydi,
- jurnalist fikrini qo‘shmaydi,
- emotsional terminlardan uzoq turadi.

Masalan, sarlavhada “dahshatli”, “achinarli”, “katta fojia” kabi ifodalar kam uchraydi. Sarlavha obyektivlik tamoyiliga asoslanadi. Shunga qaramay, Arab OAVsida diqqatni jalb qilish uchun tez-tez uchraydigan “trigger” so‘zlar mavjud. Bular bir zumda e‘tiborni tortuvchi kuchli semantik markazlarga ega. عاجل shoshilinch, رسمياً rasman, انفجار ogohlantirish, inqiroz. Bu so‘zlar OAVda ko‘p uchraydi, chunki ular yangilikning dramatik yoki dolzarb ekanini bir qarashda bildiradi. Arab sarlavhalari ko‘pincha voqeaning ahamiyatini raqamlar orqali etkazadi. Misol: قتيلاً في حادث سير 20 “yo‘l halokatida 20 kishi halok bo‘ldi”.

Raqamlar o‘quvchi ongida predmetning miqyosini aniq ko‘rsatadi. Bunga misol qilib quyidagi sarlavhalarni ko‘rib chiqamiz:

1. “Al-Jazeera”dagi xabar sarlavhasi: الصين تعلن إجراءات جديدة لمواجهة الركود “Xitoy retsessiyaga qarshi yangi choralarni e‘lon qildi”. Ushbu sarlavha تعلن bilan boshlanib, yangilikning jarayonliligini ko‘rsatmoqda. “إجراءات جديدة” – umumiy, ammo diqqatni tortadi, sarlavhada ortiqcha detallar yo‘q, iqtisodiy termin “الركود” voqeaning jiddiyligini bildiradi.
2. Al-Arabiya sarlavhasi: انفجار ضخم يهز العاصمة كابل “katta portlash Kobul poytaxtini larzaga soldi”. Buni tahlil qiladigan bo‘lsak: “يهز” fe‘li sarlavhaga kuchli dramatizm beradi, sifati “ضخم” – voqeaning miqyosini oshiradi, sarlavha tasviriy, ammo neytral holatda bo‘ladi.
3. Sky News Arabia sarlavhasi: الذهب يرتفع لأعلى مستوى منذ عامين “Oltin so‘nggi ikki yildagi eng yuqori darajaga ko‘tarildi”. Bunga tahlil: vaqt ko‘rsatkichi “منذ عامين” sarlavhaning semantik aniqligini oshiradi.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, arab ommaviy axborot vositalarida sarlavha yaratish jarayoni o'ziga xos murakkab lingvistik, stilistik va kommunikativ tamoyillarga asoslanadi. Arab OAVsida shakllangan sarlavha tizimi nafaqat qisqa ifodalar orqali mazmunni ixcham tarzda yetkazishga qaratilgan, balki voqea-hodisalar mohiyatini eng sodda, ammo eng aniq shaklda o'quvchiga yetkazish vazifasini ham bajaradi. Sarlavhalarda kuzatiladigan qisqalik, ellipsis, semantik zichlik, fe'llarning ustuvor qo'llanishi va hissiy neytrallik tamoyillari arab jurnalistikasining asosiy diskursiy mezonlari sifatida shakllangan bo'lib, ular nafaqat OAVning til uslubiga, balki jamiyatdagi axborot iste'molining o'ziga xos xususiyatlariga ham mos keladi.

Arab tilining morfologik boyligi, ildiz va vazn tizimining serqirraligi sarlavhalarni qisqa, biroq ma'nodorlarga boy shakllantirish imkonini beradi. Ayniqsa, bitta so'z yoki ikki-uch bo'g'indan iborat ibora katta sintaktik yukni o'zida mujassam etib, butun bir mazmunni qisqa shaklda ifodalab bera olishi arab tilidagi sarlavhalarning ustun jihatlaridan biridir. Shu sababli arab jurnalistikasida qisqa, lekin kuchli ta'sirga ega bo'lgan sarlavhalar yaratish an'anaga aylangan.

Zamonaviy internet-jurnalistika sharoitida esa sarlavhalar yanada ixcham, minimalistik va vizual jihatdan jozibador ko'rinishga ega bo'la boshladi. Mobil qurilmalarda qulay ko'rinish, tezkor o'qilishi, bir zumda e'tiborni tortishi, algoritmlar va SEO talablariga mos kelishi kabi omillar sarlavhalarning shaklini yanada o'zgartirdi. Natijada arab OAVsida fe'l bilan boshlanuvchi dinamik sarlavhalar, statistik ma'lumotli sarlavhalar, klik-beyt elementlariga ega qisqa ifodalar va multimedia bilan bog'liq (بالصور، بالفيديو) annotatsion sarlavhalar ko'paydi.

O'tkazilgan tahlillar shuni tasdiqlaydiki, arab jurnalistik diskursi o'ziga xos rivojlanish yo'liga ega bo'lib, undagi sarlavha yaratish tamoyillari boshqa tillardagi OAV sarlavhalaridan sezilarli darajada farqlanadi. Bunday farqlar, avvalo, arab tilining ichki grammatik va leksik imkoniyatlaridan, shuningdek, arab OAVlarida axborotni taqdim etish madaniyatidan kelib chiqadi. Shu bois arab sarlavhalarini

o‘rganish nafaqat lingvistik, balki sotsi-lingvistik va mediakommunikativ nuqtai nazardan ham dolzarb ilmiy yo‘nalish hisoblanadi.

Umuman olganda, arab OAVlarida sarlavha yaratish jarayoni o‘quvchi bilan tezkor va mazmunan samarali kommunikatsiya o‘rnatishning muhim vositasi bo‘lib, bu vosita zamonaviy axborot makonidagi raqobat, texnologik o‘zgarishlar va tilning o‘z rivoji bilan uyg‘unlashgan holda yanada takomillashib bormoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. El-Seidi, Maha. “Discursive news values analysis of English and Arabic science news stories.” HERMES – Journal of Language and Communication in Business, 2019, Vol. 8, No. 1, pp. 33–85.
2. Freij Albalawi, Abdullah Mohammed. Syntactic Analysis of Newspapers Headlines in English and Arabic. Saudi Digital Library, 2019
3. Sabinina, E. A. “The syntactical structures of modern Arabic newspaper headlines.” Russian Journal of Linguistics, 2012, No. 2, pp. 77–82
4. Prakashan, A. Central Asia: Literary Cultural Scenario and Hindi.
5. Raxmonov, A. (2025). MUTARRIZIYNING “RISALATUN FIN-NAHV” ASARIDA TIL O‘QITISH USULLARI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 5(20), 126-130.
6. Jo‘Rayeva, M. (2025). XORIJIY TILLARNI O‘QITISHDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR:(ARAB TILI MISOLIDA). *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 5(20), 222-224.
7. RAHIMJONOV, M. (2025). ISLOM DINIDA AYOLLARNING ILM OLISHLARIGA BO‘LGAN MUNOSABAT. «ACTA NUUz», 1(1.12. 1), 131-133.
8. TURSUNALIYEVA, M. (2025). OGHIYNING “ZUBDAT UT-TAVORIX” ASARIDA HAMD MATNIDAGI SO‘ZLAR JILVASI. «ACTA NUUz», 1(1.7), 310-312.
9. Fatilloyev, M. (2025). YOQUT AL-HAMAVIY VA “MU’JAMU-L-UDABO” ASARINING DUNYO BO‘YLAB O‘RGANILISHI. *YANGI RENESSANSDA ILM-FAN TARAQQIYOTI*, 1(3), 510-514.

10. Musaev, I. (2025). SAIDBEK HASANOV'S CREATIVE APPROACH TO THE TEXT OF 'BOBURNAME'. *Eurasian Journal of Entrepreneurship and pedagogy*, 3(1), 94-99.
11. TILLARNI, T. Y. S. X. O „RGATISH. *ORIENTAL UNIVERSITETI FILOLOGIYA FAKULTETI*, 575.
12. Raxmonov, A. K. (2024). *Mutarriziy va uning "Nahv risolasi"*. In *Sharq tillari tadqiqi va ta'limi muammolari: Respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari* (pp. 211–214). Oriental University.
13. Raxmonov, A. K. (2025). *Nosir al-Mutarriziyning "Risalatun fin-nahw" asarida grammatik kategoriya talqini va uning o'zbek tilshunosligidagi muqobillari*. In *Ilm-fan muammolari tadqiqotchilar talqinida: Respublika ilmiy konferensiyasi materiallari* (pp. 136–139). Alfraganus University.
14. KUCHKAROVICH, K. (2024). THE INFLUENCE OF EASTERN POETRY ON WESTERN POETRY AND THE CREATION OF ALIGHER DANTE. *CURRENT RESEARCH JOURNAL OF PHILOLOGICAL SCIENCES Учёным: The USA Journals*, 5(11), 47-54.
15. TURAeva, B., & KUCHIMOV, U. POETIC MODELS OF THE CONCEPT "LITERARY TIME".
16. Raxmonov, A. K. (2025). *Nosir al-Mutarriziyning "Risalatun fin-nahv" asarining Fransiya Milliy kutubxonasida saqlanayotgan qo'lyozma nusxalari: Tekstologik va metodologik tahlil*. *Oriental Journal of Philology*, 6(13), 588–599. <https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-06-13-60>
17. Jurayeva, N., Küçük, S., Soyer, A., & n Kaba, H. (2025). Xorazm Shevalari O'g 'uz Lahjasi Leksikasida Murakkab Tarkibli Dialektal Birliklarning O 'rni1.
18. Jurayeva, N. (2025). HOSIYAT BOBOMURODOVA SHE'RIYATINING POETIK XUSUSIYATLARI. *Indexing*, 1(1), 91-95.
19. Gulmuradovna, J. N. (2025). XORIJIY TILLARNI O'RGANISHDA TIL KO'NIKMALARINI SHAKLLANTIRISH. *Indexing*, 1(1), 86-90.
20. Al Jazeera Arabic – الأخبار → www.aljazeera.net
21. Al Arabiya – آخر الأخبار → <https://www.alarabiya.net>
22. Sky News Arabia – الأخبار العاجلة → www.skynewsarabia.com