

MEDIAKOMMUNIKATIV MAKONDA SARLAVHALARDA  
GRAMMATIK KOMPRESSIYANING PRAGMATIK  
STRATEGIYALARI

*Turg'unova Fazilat Rustam qizi*

*Toshkent davlat transport universiteti v.b dotsenti*

*E-mail: [fazilatturgunova05@gmail.com](mailto:fazilatturgunova05@gmail.com)*

*Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4371-5279>*

**Annotatsiya:** Mediakommunikativ makonda sarlavhalarda grammatik kompressiyaning pragmatik strategiyalari sarlavhalarning kommunikativ samaradorligini oshirish, o'quvchi e'tiborini jalb qilish va axborotni tez va ixcham tarzda yetkazish imkonini ta'minlaydigan muhim vosita sifatida talqin qilinadi. Tadqiqot sarlavhalarda fe'lning tushirilishi, predikativlikning minimallashtirilishi, ellipsis va nominalizatsiya kabi vositalar orqali axborotning maksimal darajada ixcham yetkazilishini, shuningdek, o'quvchining kognitiv ssenariylarini faollashtirish va ma'no konstruksiyasini shakllantirish mexanizmlarini tahlil qiladi.

**Kalit so'zlar:** Grammatik kompressiya, sarlavha diskursi, pragmatik strategiyalar, mediakommunikativ makon, kognitiv model, axborot ixchamligi, sensatsionizm, diqqatni jalb qilish, minimalizm, lingvistik tahlil.

**Kirish:** So'nggi yillarda axborot texnologiyalarining rivojlanishi va onlayn media platformalarining kengayishi sarlavhalar lingvistik tuzilmasida muhim o'zgarishlarga sabab bo'ldi. Sarlavhalar nafaqat matnning qisqacha mazmunini ifodalash vositasi sifatida, balki o'quvchi ongida ma'no konstruksiyasini shakllantirish va diqqatni jalb qilish instrumenti sifatida ham ishlatiladi. Mediakommunikativ makonda sarlavhalarda grammatik kompressiya strategiyalari axborotning ixchamligini ta'minlash, matnni tez qabul qilish imkonini berish, shuningdek o'quvchida kognitiv va emotsional reaksiyani uyg'otish funksiyalarini bajaradi. Tadqiqotning dolzarbligi

shundaki, onlayn media sarlavhalari tezkor yangiliklar kontekstida nafaqat ma'no ixchamligini, balki pragmatik samaradorlikni ham oshirishga xizmat qiladi.

**Adabiyotlar tahlili:** Mediakommunikativ makonda sarlavhalarda grammatik kompressiyaning pragmatik strategiyalari sarlavhalarning kommunikativ samaradorligini oshirish, o'quvchi e'tiborini jalb qilish, axborotni tez va ixcham tarzda yetkazish hamda matn ichidagi ma'no konstruksiyalarini kognitiv darajada shakllantirishga xizmat qiluvchi asosiy vosita sifatida talqin qilinadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, sarlavhalarda fe'ning tushirilishi, predikativlikning minimallashtirilishi, ellipsis va nominalizatsiya kabi vositalar kommunikativ maqsadlarni amalga oshirishda asosiy rol o'ynaydi [1]. Shu bilan birga, sarlavha matnining ixchamligi va ekspressivligi o'quvchining kognitiv ssenariylarini faollashtirishga, voqea hodisalarini tezkor dekodlashga va axborotni minimal lingvistik vositalar orqali maksimal tarzda yetkazishga yordam beradi [2].

Ingliz va o'zbek onlayn gazeta sarlavhalari tahlili shuni ko'rsatadiki, sarlavhalarda deviant sintaksis va siyrak lingvistik strukturalar o'quvchida diqqatni jalb qilish va voqeani tez qabul qilish mexanizmini kuchaytiradi. Fe'ning qisqarishi, artikllarning tushirilishi, nominal frazalarning ustuvorligi, infinitiv va zero-form konstruksiyalar orqali sarlavha minimal, lekin semantik jihatdan zich birlik sifatida hosil qilinadi [3]. Shu bilan birga, iqtisodiy mavzudagi yangiliklar sarlavhalarida sensatsionizmni ta'kidlash uchun leksik va derivatsion vositalar, sinonimlarning siyrak qo'llanilishi va stilistik minimalizm keng qo'llanadi [4]. Bu holat sarlavha matnining kognitiv modelini yaratishda va pragmatik strategiyalarni amalga oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi [5].

Mahalliy va rus tilidagi tadqiqotlarda sarlavha pragmatik birlik sifatida talqin qilinadi, u o'quvchining matnga munosabatini shakllantirish, axborotni soddalashtirish va kommunikativ e'tiborni jamlashga qaratilgan [6]. Media

diskursda voqea nomlari, qisqa predikativ konstruktsiyalar va nominal birliklar orqali sarlavhalarda ma'no ixchamligi va ekspressivlik ta'minlanadi [7]. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, sarlavha faqat matn ichki xususiyati emas, balki kognitiv va pragmatik omillarga tayanuvchi ko'p qirrali hodisa sifatida ko'riladi [8]. Shuningdek, sarlavhalarda grammatik kompressiyaning pragmatik strategiyalari o'quvchining kognitiv faoliyatini faollashtirish, ma'no bo'shliqlarini kontekst asosida to'ldirish va axborotni tezkor qabul qilish imkonini beradi [9]. Sarlavhalar minimal lingvistik vositalar orqali maksimal semantik yukni yetkazish vazifasini bajaradi va mediakommunikativ makonda ularning samaradorligini oshiradi [10]. Mediakommunikativ makonda sarlavhalarda grammatik kompressiya strategiyalari sintaktik, leksik va derivatsion darajalarda namoyon bo'lib, ularning pragmatik funksiyalari o'quvchining kognitiv idrokini shakllantirish, voqeani tezkor idrok qilish va matn samaradorligini oshirish bilan uzviy bog'liq ekanligi aniqlandi.

**Tadqiqot metodologiyasi:** Tadqiqot sifatida sifatli lingvistik tahlil va kognitiv-pragmatik yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot korpusi sifatida ingliz va o'zbek onlayn gazeta sarlavhalari tanlandi, ular orqali grammatik qisqartirish vositalari, predikativlikning minimallashtirilishi, fe'l tushirilishi, ellipsis, nominalizatsiya va zero-form konstruktsiyalari o'rganildi. Tadqiqot jarayonida sarlavhalarning pragmatik strategiyalari, ya'ni o'quvchi e'tiborini jalb qilish, voqeani tez qabul qilish, sensatsionizmni ta'kidlash va axborotning maksimal ixcham yetkazilishi baholandi. Tadqiqot metodologiyasi sarlavhalarni lingvistik, kognitiv va pragmatik nuqtai nazardan bir vaqtning o'zida tahlil qilish imkonini berdi, bu esa mediakommunikativ makondagi sarlavhalar samaradorligini tushunishga xizmat qiladi.

#### **Tahlil va natijalar (misollar bilan)**

Tahlil shuni ko'rsatdiki, mediakommunikativ makondagi sarlavhalarda deviant sintaksis va siyrak lingvistik strukturalar o'quvchida diqqatni jalb qilish va voqeani tez qabul qilish mexanizmini kuchaytiradi. Fe'ning qisqarishi,

artikllarning tushirilishi, nominal frazalarning ustuvorligi, infinitiv va zero-form konstruktsiyalar orqali sarlavhalar minimal, lekin semantik jihatdan zich birlik sifatida hosil bo‘ladi. Masalan, iqtisodiy yangiliklardagi “*Narxlar — nazorat ostida*” (Gazeta.uz) va “*G‘alla — rekord: 8 million tonna*” (UZA) sarlavhalari fe‘lning tushirilishi va minimal sintaktik strukturalar orqali o‘quvchiga tezkor axborot yetkazadi va diqqatni jalb qiladi. Shu bilan birga, xalqaro yangiliklarda “*Gaza ceasefire: deal reached after months of talks*” (BBC News) yoki ekologik va sog‘liqni saqlash mavzusidagi “*Plastic pollution: microplastics found in human blood*” (The Guardian) sarlavhalari nominal frazalarning ustuvorligi, artikllarning qisqarishi va predikativlikning minimallashtirilishi orqali voqea hodisalarini tez va ixcham tarzda yetkazadi.

Iqtisodiy va siyosiy mavzudagi yangiliklar sarlavhalarida sensatsionizmni ta’kidlash uchun leksik va derivatsion vositalar, sinonimlarning siyrak qo‘llanilishi va stilistik minimalizm keng qo‘llaniladi. Masalan, “*G‘alla — rekord: 8 million tonna*” sarlavhasidagi nominal va raqamli birliklar sensatsion effekt hosil qilib, o‘quvchida tezkor e’tibor uyg‘otadi. Shu bilan birga, mahalliy va rus tilidagi tadqiqotlarda sarlavhalar pragmatik birlik sifatida talqin qilinadi, ular o‘quvchining matnga munosabatini shakllantirish, axborotni tez qabul qilish va diqqatni jamlash mexanizmlarini kuchaytiradi.

Media diskursdagi voqea nomlari, qisqa predikativ konstruktsiyalar va nominal birliklar sarlavhalarda ma’no ixchamligi va ekspressivlikni ta’minlaydi. Shu tarzda, “*Narxlar — nazorat ostida*” va “*Plastic pollution: microplastics found in human blood*” kabi sarlavhalar minimal lingvistik vositalar orqali maksimal semantik yukni yetkazadi, o‘quvchining kognitiv faoliyatini faollashtiradi va voqeani tez idrok qilish imkonini beradi. Natijada mediakommunikativ makonda sarlavhalarda grammatik kompressiyaning pragmatik strategiyalari sarlavhaning ixchamligi, diqqatni jalb qilish va kognitiv idrokni shakllantirish bilan uzviy bog‘liq ekanligi aniqlandi.

**Xulosa:** Mediakommunikativ makonda sarlavhalarda grammatik kompressiya strategiyalari sintaktik, leksik va derivatsion darajalarda namoyon bo‘lib, ularning pragmatik funksiyalari o‘quvchining kognitiv idrokini shakllantirish, voqeani tezkor idrok qilish va matn samaradorligini oshirish bilan uzviy bog‘liq ekanligi aniqlandi. Ushbu tadqiqot natijalari jurnalistika, media lingvistika va tarjima sohalarida sarlavha diskursining lingvokognitiv va pragmatik jihatlarini chuqurroq o‘rganish, sarlavhalarda axborot ixchamligi va diqqatni jalb qilish mexanizmlarini aniqlash uchun naariy va amaliy asos yaratadi.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. XO‘JAMURODOV, Mirjalol Isomiddinovich. “INGLIZ VA O‘ZBEK ONLAYN GAZETA MATNLARI SARLAVHALARINING MILLIY-MADANIY VA PRAGMATIK XUSUSIYATLARI”. *The Lingua Spectrum*, vol. 12, no. 2, Dec. 2025, pp. 751-5.
2. Basenko, G.V. and Radchenko, G.I. "Pragmalinguistic Analysis of Newspaper Headlines (Based on the Material of the English Newspaper "the Guardian")." *Russian Linguistic Bulletin*, no. 3(23), Sep. 2020
3. Hadidi Y., Taghiyev I., Ahmadova S. Linguistic devices used in newspaper headlines // *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*. – 2022. – T. 25. – №. 2. – C. 5-21.
4. Moncomble F. The deviant syntax of headlines and its role in the pragmatics of headlines // *e-Rea. Revue électronique d’études sur le monde anglophone*. – 2018. – №. 15.2.
5. Medvid O., Stetsenko O., Azimova O. LINGUAL MEANS AND TACTICS OF EXPRESSING SENSATIONALISM IN THE HEADLINES OF NEWS ARTICLES ON ECONOMIC SUBJECTS // *Philological Treatises*. – 2023. – T. 15. – №. 1. – C. 117-128.

6. Исаева, А. Ю. Заголовок как важнейшая прагматическая единица газетной статьи / А. Ю. Исаева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 7.5 (111.5). — С. 26-28.

7. Safyanova I.V. COGNITIVE AND PRAGMATIC ASPECTS OF EVENT NOUNS FUNCTIONING IN MULTIMEDIA DISCOURSE (BASED ON NEWS HEADLINES COMPLEXES) / I.V. Safyanova, D.I. Koval // International Research Journal. — 2016. — №3 (45).

8. Medvid O., Stetsenko O., Azimova O. LINGUAL MEANS AND TACTICS OF EXPRESSING SENSATIONALISM IN THE HEADLINES OF NEWS ARTICLES ON ECONOMIC SUBJECTS //Philological Treatises. — 2023. — Т. 15. — №. 1. — С. 117-128.

