

## GAZETA VA JURNALLAR UCHUN SARLAVHA TANLASH VA UNING MIQOVASIDAGI SARLAVHALAR NOMI

**Bobojonov Dilshod Jumaqul o'g'li**

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti 2kurs doktoranti

**Sodiqova Baxtigul Ibodullayevna**

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti 2kurs doktoranti

**Hafizov Sarvar Boborajab o'g'li**

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti Xorijiy til va adabiyoti kafedrası  
o'qituvchisi

E-mail: [dilshod.bobojonov.8007@gmail.com](mailto:dilshod.bobojonov.8007@gmail.com)

***Annotatsiya:** Ushbu maqolada matning tepasida yoki boshida Gazeta yoki jurnalning sarlavhasi haqida fikr yuritiladi va ko'pincha birinchi sahifada va tahrir sahifasida joylashtiriladi. Nashrning nomi, tahririyat guruhining nomlari va boshqa ma'lumotlar gazeta yoki jurnalning barcha nashrlarida (odatda tahririyat sahifasida) mavjud*

***Kalit so'zlar:** Sarlavha, gazeta, masthead, mavzu muammolari, online gazeta.*

**Kirish.** "Sarlavha" atamasi gazeta maqolasi yoki ruknining mavzusini aniqlaydigan so'zlarni ham anglatadi. Ular sarlavhalar, sarlavhalar, mavzu jumalari yoki tezislar shaklida bo'lishi mumkin. "Sarlavha" atamasi gazetadagi reklama yoki komiks sahifalari kabi boshqa narsalarga ham qo'llaniladi.

Gazeta sarlavhalarini uchta asosiy toifaga bo'lish mumkin: umumiy qiziqish, mahalliy qiziqish va savdo nashrlari. Umumiy manfaatli gazetalar keng jamoatchilikni qiziqtiradigan mavzularni, jumladan, yangiliklar, fikr, sport, ko'ngilochar, biznes, moliya, fan, texnologiya, sog'liqni saqlash, siyosat va jinoyatchilikni yoritadi. Mahalliy gazetalar maktablar, jamoat tadbirlari, biznes, jinoyatchilik va ob-havo haqidagi mahalliy yangiliklar kabi ma'lum bir geografik hududdagi odamlarga tegishli mavzularni yoritadi. Savdo nashrlari avtomobil jurnallari yoki psixologiya jurnallari kabi muayyan sanoat yoki ta'lim sohasiga oid mavzularni qamrab oladi.

**Muhokama va tahlillar.** Ular ko'pincha katta reklama byudjetiga ega va shuning uchun so'nggi yangiliklar va voqealarni ko'proq yoritishni o'z ichiga oladi.

## **Jurnal muqovasidagi sarlavhalar nima deb ataladi?**

Masthead - nashriyot sahifasining yuqori qismidagi ro'yxat bo'lib, unda muharrirlar, mualliflar va mulkdorlarning ismlari, shuningdek, gazeta yoki jurnal nomi mavjud. Odatda u katta hajmdagi, diqqatni tortadigan shaklda chop etiladi, bu o'quvchilar uchun vizual ishora bo'lib xizmat qiladi.

"Masthead" so'zi dengiz terminologiyasidan olingan. Bu kema kapitanining yoki egasining nomini o'z ichiga olgan kema ustunining yuqori qismiga ishora qiladi.

Jurnallar ko'pincha oldingi muqovadagi maqolani tasvirlash uchun "muqovali hikoya" atamasidan foydalanadilar. Gazeta maqolalari, odatda, mavzulari uchun alohida nomlanmaydi; aksincha, mavzu chop etilayotgan maqola turi bilan nazarda tutiladi (masalan, "Prezident Klinton", "Gov. Bush" yoki oddiygina "Klinton").

Ba'zan jurnallar bitta maqola yoki maqoladan keyin butun sonni nomlashadi. Misol uchun, agar shaharda yirik ilmiy-fantastik anjuman bo'lsa, u holda shahar gazetasi ushbu voqea haqidagi hikoyalarni o'z ichiga olgan "SF City" sonini nashr etishi mumkin. Ular ba'zan "mavzu muammolari" deb ataladi.

Jurnallar qonun bo'yicha mastheadlar yoki muqovali hikoyalarga ega bo'lishi shart emas, lekin ikkala element ham gazeta va jurnallar orasida keng tarqalgan amaliyotdir. Ular har bir nashrning qaysi mazmuni uchun kim mas'ul ekanligi haqida ma'lumot beradi va o'quvchilarga ularni qiziqtirgan nashrlarni aniqlashga yordam beradi.

## **Bosh gazeta nima?**

Matning cho'qqisi 2a: sarlavha va egalik ma'lumotlari, reklama narxlari va obuna to'lovlarini taqdim etadigan gazeta yoki jurnaldagi bosma matn. B: nashrning ochilish sahifasi (masalan, gazeta). Bosma ommaviy axborot vositalarida masthead gazetaning nomi va manzilini, uning muharriri(lar)i va nashriyotini o'z ichiga oladi. Odatda qog'ozning har bir sonining yuqori qismida joylashgan. Onlayn gazetalarda odatda har bir sahifada ko'rsatiladi. Dastlab, ustunlar qo'lda bosilgan va keyin o'lchamiga qarab kesilgan yog'och bloklardan iborat edi.

Birinchi ma'lum bo'lgan masthead printeri Iogann Geynrix Vilgelm Tishbayn bo'lib, u taxminan 1780-yilda Germaniyada o'yilgan mis plitalari bilan kitoblarni nashr ettirgan. Keyinchalik bu atama boshqa nashrlarning ochilish sahifalarini ham tasvirlash uchun keldi.

Yoki, u birinchi sahifadagi bo'lim sarlavhalari qatoriga kiritilishi mumkin (masalan, "Milliy yangiliklar", "Jahon yangiliklari", "Biznes yangiliklari" va boshqalar). Ba'zan u banner sarlavhasi ostida orqa sahifadagi sana (ya'ni, yubiley nashri) bilan birga ko'rinadi.

Birinchi sahifaning gazeta nomidan keyin eng muhim qismi qaysi?

Birinchi raqamli bosh bosh. Yangilikni muhokama qilishda bosh sahifaning yuqori qismida gazeta nomi va emblemasi yozilgan banner masthead hisoblanadi. "Rebranding o'tkazilgandan so'ng, media firmasi o'zining mastheadini o'zgartirishni tanladi." Bu atama gazetalar paydo bo'lishining dastlabki kunlaridan kelib chiqqan bo'lib, har bir nashrning o'zining birinchi sahifalarida foydalanish uchun muhim odamlarning suratlarini olgan shaxsiy fotografi bo'lgan. Ushbu fotosuratlar endi jurnallarning to'plangan nashrlari yoki jildlari uchun muqova sifatida ishlatiladi.

Amerikada masthead sarlavha sahifasini o'z ichiga oladi, bu qog'ozni qayerdan va qanday topish haqida muhim ma'lumot beradi. Bundan tashqari, u odatda bosh muharrir tomonidan yoziladigan muharrir eslatmasini o'z ichiga oladi. Tahririyat eslatmasi gazetaning norasmiy bo'limi bo'lib, gazeta bilan bog'liq dolzarb voqealar haqida xabar beradi. Unga bosh muharrirning o'zi ko'rayotgan masalalar yuzasidan shaxsiy mulohazalari ham kiritilishi mumkin. Va nihoyat, mahalliy korxonalar tomonidan joylashtirilgan reklamalar ustuni mavjud. Yevropada masthead faqat amerikalik hamkasbi bilan bir xil maqsadga ega bo'lgan sarlavha sahifasini o'z ichiga oladi.

Biroq, ba'zi hollarda, unda bosh muharrirning fotosurati ham bo'lishi mumkin. Nihoyat, reklamalar ustuni mavjud. Ba'zi qog'ozlarning birinchi sahifalarida "A bo'limi", "B bo'limi" va boshqalar deb nomlangan alohida bo'limlar mavjud.

### **Yangilik sarlavhalari qanday?**

"Gazeta sarlavhasi" iborasi zamonaviy va akademik yozuvlarda doimiy ravishda qo'llaniladi. Gazeta sarlavhalarini gazetaning birinchi sahifasi (yoki sarlavha sahifasi)dagi mastheadda, shuningdek folioda, har bir keyingi sahifaning yuqori qismidagi qatorda sana, sahifa raqami va ba'zi hollarda topish mumkin. , bo'lim sarlavhasi. Shimoliy Amerikada asosiy bayramlardan tashqari ko'pchilik gazetalar har kuni nashr etiladi; shunday qilib, ularning sarlavhalari kundalik so'zlardan iborat, New York Times bundan mustasno, uning sarlavha uslubi uchun faqat otlardan foydalanadi.

Umuman olganda, gazeta sarlavhalari odatda qisqa va mazmunli bo'lib, ko'pincha bir so'z yoki "nyu-york tayms", "uoll-strit jurnali", "kundalik pochta" kabi birikmalardan foydalanadi. Ba'zi sarlavhalar o'quvchilarni birinchi sahifadan o'tib davom etishga undash uchun uzunroq jumalardan foydalanadi. Misol uchun, Chicago Tribune jumla uzunligi sarlavhasi bor :

"Agar siz boshqa hech narsa o'qimasangiz, buni o'qing". Ko'pgina gazeta sarlavhalari tizer uslubida, ya'ni o'quvchilarni maqolaning mazmuni bilan etarlicha qiziqtirish maqsadida, uni bosish uchun yozilgan. Bu, ayniqsa, onlayn-trafikga ishonadigan hujjatlar uchun juda muhimdir; ular e'tiborni jalb qilish va o'quvchilarni o'z veb-saytidan gazeta sahifasiga bosish uchun sarlavhalardan foydalanadilar .

**Xulosa qilib aytganda**, Gazetalar dunyoda ro‘y berayotgan voqea-hodisalar to‘g‘risida axborot va fikr bildirishning muhim manbai hisoblanadi. Ular ko‘pincha dolzarb voqealarni yoritish orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishda ta’sirchan rol o‘ynaydi.

### Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. MENGBOYEVICH, B. A., IBODULLAYEVNA, S. B., & TOSHTEMIROVNA, M. G. The Appearance of Valence in the Literary Text (According to Shukur Kholmirzaev’s Story Named After “Fatherland”). *JournalNX*, 6(05), 109-111.
2. Bobojonov, D. (2022). STYLISTIC FEATURES OF NEWSPAPER HEADLINES ON THE MATERIALS OF ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES. *Mental Enlightenment Scientific-Methodological Journal*, 2022(1), 148-155.
3. Panjiyev, J., & Bobojonov, D. (2022). FALSAFANING DOLZARB MUAMMOLARI. O‘rta Osiyo ta’lim va innovatsiyalar jurnali, 1(2), 4-8.
4. Dilshod, B. (2021, March). EDUCATION IN UZBEKISTAN. In *Archive of Conferences* (Vol. 17, No. 1, pp. 171-174).
5. IBODYULLAYEVNA, S. B., MINGBOYEVICH, B. A., & XURRAMOVNA, U. J. Several Reason, Power and Narrative Technique in the Novel of “the Collector”. *International Journal of Innovations in Engineering Research and Technology*, 7(05), 203-206.
6. O‘G‘Li, A. M. A., & Ibodullayevna, S. B. (2020). “youth investment-2020” innovative approach and modern trends in the development of science and education. *Science and Education*, 1(1), 508-511.
7. Ibodullayevna, S. B. (2020). Kompyuter lingvistikasini kashf etilishidagi matematik modellar ko‘rinishi. *Science and Education*, 1(1), 167-172.
8. Sodiqova, B. I., Bobojonov, D. J. O. G. L., & Abdumalikov, F. B. O. G. L. (2021). Til va nutqiy faoliyat o‘rtasidagi munosabatlar. *Science and Education*, 2(12), 641-645.
9. Sodiqova, B. I., Bobojonov, D. J. O. G. L., & Jo‘Rayeva, S. B. (2021). Tilshunoslikda til va nutq dialektikasi. *Science and Education*, 2(12), 634-640.
10. Ibodullayevna, S. B. (2021, March). ALGORITHMIC THEORY IN COMPUTER LINGUISTICS AND THEIR PUBLIC AND EFFECTIVE PROPERTIES. In *Euro-Asia Conferences* (Vol. 4, No. 1, pp. 17-20).

11. Toshmuradovna, I. S., Ibodullayevna, S. B., & Jumaqul o'g'li, B. D. (2022). NUTQ YARALISHINING PSIXOLINGVISTIK KO'RINISHLARI. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMYIY JURNALI*, 264-266.

12. IBODULLAYEVNA, S. B., SOBIRJONOVNA, S. M., & MIRBOBOYEVNA, T. G. The Concept of Culture and Internet Connection. *International Journal of Innovations in Engineering Research and Technology*, 7(05), 193-195.

13. IBODULLAYEVNA, B. S., XUSHBOQOVNA, E. B., & QIZI, X. D. H. (2020). The Terms of Postmodern Characteristics in Daniel Martin Novel of John Fowles. *JournalNX*, 6(05), 98-104.

14. Ibodullayevna, S. B., Rajavaliyeva, A. N., G'anievna, A. Q., & Ergashevna, M. G. (2022). JOHN FOWLES AS AN EXISTENTIALIST WRITER AND REALIST LITERARY TRENDS AND ITS PHILOSOPHICAL-PSYCHOLOGICAL APPROACHES. *湖南大学学报(自然科学版)*, 49(04).