

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

JO‘RAYEVA MAQSUDA MUHAMMADOVNA

**ZAMONAVIY FRANSUZ GAZETA SARLAVHALARIDA
AXBOROTNING DISKURSIV TAQDIM ETILISHI (FUNKSIONAL-
PRAGMATIK ASPEKT)**

10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti

**FILOLOGIYA FANLARI bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Buxoro – 2023

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati mundarijasi
Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам
The contents of the dissertation abstract for a Doctor of Philosophy (PhD) in Philology

Jo'rayeva Maqsuda Muhammadovna Zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv taqdim etilishi (funktional-pragmatik aspekt).....	3
Жураева Максуда Мухаммадовна Дискурсивное представление информации в заголовках современных французских газет (функционально-прагматический аспект)	21
Juraeva Maksuda Mukhammadovna Discursive Presentation of Information in Modern French Newspaper Headlines (Functional-Pragmatic Aspect)	41
E'lon qilingan ishlar ro'uxati Список опубликованных работ List of published works	45

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

JO‘RAYEVA MAQSUDA MUHAMMADOVNA

**ZAMONAVIY FRANSUZ GAZETA SARLAVHALARIDA
AXBOROTNING DISKURSIV TAQDIM ETILISHI (FUNKSIONAL-
PRAGMATIK ASPEKT)**

10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti

**FILOLOGIYA FANLARI bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Buxoro – 2023

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida №B2022.1.PhD/Fil2208 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Buxoro davlat universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) Ilmiy kengashning veb-sahifasida (www.buxdu.uz) va «Ziyonet» Axborot ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:	Ismailov Salaxiddin Ismailovich filologiya fanlari nomzodi, dotsent
Rasmiy opponentlar:	Shirinova Raxima Xakimovna filologiya fanlari doktori, professor Absalamova Gulmira Sharifovna filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori
Yetakehi tashkilot:	Samarqand davlat universiteti

Dissertatsiya himoyasi Buxoro davlat universiteti huzuridagi DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03 raqamli Ilmiy kengashning 2023-yil «27» may soat 09⁰⁰ dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 200118, Buxoro shahri, M.Iqbol ko'chasi, 11-uy. Tel.: (0 365) 221-29-14; faks: (0 365) 221-57-27; e-mail: buxdu_rektor@buxdu.uz)

Dissertatsiya bilan Buxoro davlat universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (298 raqami bilan ro'yxatga olingan). (Manzil: 200118, Buxoro shahri, M.Iqbol ko'chasi, 11-uy. Tel.: (0 365) 221-25-87.)

Dissertatsiya avtoreferati 2023-yil «03» may kuni tarqatildi.

(2023-yil «03» may dagi №23-17 raqamli reestr bayonnomasi.)



D.S.O'rayeva

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash raisi,
filologiya fanlari doktori, professor

Z.I.Rasulov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash
ilmiy kotibi, filologiya fanlari doktori, dotsent

D.Z.Rajabov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash
qoshidagi ilmiy seminar raisi o'rinbosari,
filologiya fanlari doktori, professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon tilshunosligida til, nutq va madaniyat tizimlarini zamonaviy tamoyillar asosida tadqiq etish, jahon ilm-fanida amalda bo'lgan ilg'or g'oyalarni ijodiy o'zlashtirish tajribasi shakllandi. Jamiyatni yangilash jarayoni kuzatilayotgan sharoitda ommaviy axborot vositalari va shu jumladan, gazeta matnlari ham evolyutsion o'zgarishlarni boshidan kechirmoqda. Ayniqsa samarali pragmatik ta'sirga erishish maqsadida gazeta sarlavhalarining tarkibini shakllantirishda morfologik (ot, sifat, fe'l, ravish, son) va sintaktik birliklar (atributiv konstruksiyalar, sodda/qo'shma, yoyiq/yig'iq, sodda/so'roq/undov gaplar) hamda leksik birliklar (neologizm, o'zlashtirma so'z, atama, atoqli ot, akronim, abbreviatura)dan tashkil topgan nominativ modellarning nutqiy variantlarini ilmiy baholashga imkon beradi.

Dunyo tilshunosligida gazeta sarlavhalaridagi axborotning kundalik muloqotda tutgan o'рни, ularning milliy, madaniy, tarixiy va ijtimoiy xususiyatlarini tadqiq etishning ahamiyati tobora oshib bormoqda. Kundalik hayotda katta pragmatik ta'sir ko'rsatish uchun ekspressiv iboralar, obrazli vositalar, pretsedent hodisalar faol qo'llanilmoqda. Shuningdek, tegishli soha vakillari materialni nostandart taqdimoti bilan o'quvchilar e'tiborini jalb qilishga, unda istalgan reaksiyani uyg'otishga, fakt yoki voqeaga nisbatan muayyan munosabatni shakllantirishga, kitobxon fikrini boshqarishga qaratilgan stilistik uslublar tanlanmoqda. Axborot oluvchilar ongiga ta'sir etuvchi pragmatik omillar, gazeta diskursining mazmun jihatlari, gazeta sarlavhalarining tasnifi hamda funksiyalarini aniqlash, fransuz davriy nashrlari sarlavhalarini funksional-pragmatik parametr bo'yicha tasniflash, ularning lisoniy aspektlarini ma'lum til qonuniyatlari doirasida funktsionallik kasb etib ilmiy asoslashga imkon yaratadi.

Mamlakatimizda yuksak e'tibor bilan keng ko'lamlı islohotlar amalga oshirilayotgan bugungi kunda barcha sohalari kabi tilshunoslik ham jadallik bilan ravnaq topib, ilmiy-nazariy asoslari mustahkamlanib bormoqda. Bunda «Biz milliy tiklanishdan – milliy yuksalishga erishishni o'z oldimizga eng muhim va ustuvor vazifa qilib qo'ydik...»¹. Shunday vazifalar qatorida funksional-diskursiv va pragmatika sohalari bilan bog'liq bo'lgan inson fe'l-atvorini ifodalovchi til birliklarini lisoniy hamda nutqiy xususiyatlariga ko'ra tadqiq etish masalasi eng muhim ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtai nazardan, XX asrning boshidan to hozirgi kunga qadar Fransiya matbuotida morfologik va sintaktik birliklarning ayrim shakllari, maqola sarlavhalarida keng qo'llanilgan leksik birliklar, o'zlashtirma va kompressiya shakllari borasidagi izlanishlar tilshunoslik sohasidagi tadqiqotlar ko'laming kengayishga keng imkoniyatlar yaratadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son «2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risidagi farmoni, 2017-yil 17-fevraldagi PQ-2789-son «Fanlar akademiyasi faoliyati, ilmiy tadqiqot ishlarini tashkil etish, boshqarish va moliyalashtirishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida», 2021-yil 19-maydagi PQ-

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг «Ўзбек мумтоз ва замонавий адабиётини халқаро миқёсда ўрганиш ва тарғиб қилишнинг долзарб масалалари» мавзусидаги халқаро конференция иштирокчиларига йўллаган табриги // Халқ сўзи, 2018 йил 8 август.

5117-son “O‘zbekiston Respublikasida xorijiy tillarni o‘rganishni ommalashtirish faoliyatini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2019-yil 27-iyundagi PQ-4366-son “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta‘minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarorlari hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu tadqiqot muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma‘naviy-ma‘rifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Tilshunoslikda ommaviy axborot vositalaridagi yozma matbuotning etimologik, struktur-funksional, diskursiv-pragmatik xususiyatlari, muammo va yechimlari doimo olimlarning diqqat markazida bo‘lib kelgan. Ayniqsa, madaniyatlararo aloqalar diskursida dunyo tillari qatorida lingva – franka maqomini egallagan fransuzabonni hamda “fransuz gazeta va jurnallarining lingvistik va ekstralingvistik tabiatini o‘rganishga qator ilmiy tadqiqotlar bag‘ishlangan”². Fransuz pressalari to‘g‘risida umumiy ma‘lumotlar fransuz tilining grammatikasiga doir ishlarda taqdim etilgan³. Gazeta sarlavhalarining ayrim xususiyatlari fransuz va xorijiy tilshunoslarning ilmiy asarlarida har xil nuqtai nazardan o‘rganilgan (Charaudeau 1992; Gaudin 2000; Grevesse 2008; Belova 2009, Dobrosklonskaya 2005, Dotsenko 2009, Kubanova 2007)⁴. Shuningdek, “Sarlavhalardagi axborotlarning majmuini qiyosiy tadqiq

²Серова С. А. Лингвистический анализ новостных газетных статей: оценочный аспект Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2007. –С. 23; Введенская, Л.А. Проблемы общедоступности языка газеты Л.А. Введенская, Методы исследования журналистики. Вып. 3. –Ростовн. Д., 1981. – С. 55-61.; Altschull, J.N. Agents of Power: the role of the news media in human Mediengesichte Grundwissen Medien W. Faulstich (Hg). – Munhen affairs J.N. Altschull. New York-London, 1984.; Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society H.D. Lasswell Communication of Ideas Bryson (Ed). New York, 1948.; Шмелев, Д.Н. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды (печать, радио, телевидение, документальное кино) Д.Н. Шмелев; под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1980.; Хаблак, Г.Г. Грамматические особенности газетно-публицистической речи, Вестник Моск. Ун-та. Сер. 10, Журналистика. 1984. №1. – С. 31-34.; Boltanski L., Mالدидier P. La Vulgarisation scientifique et son public: une enquête sur Science et vie, Centre de sociologie de l'éducation et de la culture. – Paris, 1977. – P. 1-18.; Романова М.Д. Французские научно-популярные журналы / М.Д. Романова // Вестник МГИМО-Университета. – 2015. – № 3. – С. 290-292.

³ Wagner R.L. , Pinchon J. Grammaire du français classique et moderne. – Paris: Hachette, 1972. 1 vol. – P. 648; Басманова А. Г. Именные грамматические категории в современном французском языке : учеб. пособие - М.: Высш. шк., 1977. –С. 198.; Баженова, Н. М. Актуализаторы имени существительного в современном французском языке: автореф. дис. канд. филол. наук : 10.02.05., А. И. Герцена. – СПб., 2003. –С. 23.; Васильева Н.М., Пицкова Французский язык: теоретическая грамматика. Морфология. Синтаксис: ускоренный курс: (на фр. яз.): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 1991. – С. 298; Могилевская, А. Д. Скрытая грамматическая категория лица у французского имени: автореф. дис. . канд. филол. наук: 10.02.05; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2000. – С. 23; Dubois J. Grammaire structural du français: nom et pronom / J. Dubois. – Paris : Librairie Larousse, 1965. – P. 192; Гак В.Г. Теоретическая грамматика французского языка: учеб. для вузов / – М.: Добросвет, 2000. – С. 832.

⁴ Charaudeau P. Grammaire du sens et de l'expression – Paris: Hachette, 1992. – P. 927; F. Gaudin, L. Guespin Initiation a la lexicologie frangaise de la neologie aux dictionnaires – Bruxelles: Duculot, 2000. – P. 355; Grevesse V. Ecritures journalistiques. Strategies redactionnelles, multimedia et journalisme narratif – Bruxelles: De Boeck, 2008. – P. 252; Есина Е.В. Семантико-прагматический аспект языка французских СМИ : на материале женских журналов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2006. – С. 23; Искандерова В.И. Фразеологические единицы библейского происхождения в языке французской периодической печати:

qilish”⁵ masalalariga bir qator ishlarda e’tibor qaratilgan. Biroq zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv taqdim etilishi, lisoniy tizim yoki muayyan diskurs doirasida axborotning ifodalanishi bilan bog‘liq funksional-pragmatik tahlillarning to‘liq tadqiqi, fransuz gazetasi sarlavhasini milliy-madaniy o‘ziga xoslikni aks ettiradigan va sof funksional-sintaktik ahamiyatga ega bo‘lgan matn tizimining tarkibiy qismi sifatida o‘rganish batafsil amalga oshirilmagan.

Ommaviy axborot vositasi, ayniqsa yozma matbuotdagi axborotlar to‘g‘risida ingliz, fransuz, nemis, rus, o‘zbek va boshqa tillar materialida ham maxsus tadqiqotlarning ob’ekti sifatida turli yondashuvlar asosida o‘rganilgan. Masalan, ingliz antroponimikasida shaxs identikligi va pragmatikasi⁶, allyuziv va pretsedent antroponimlarning qo‘llanishi⁷ kabi mavzular tahlil qilingan. Nemis badiiy diskursida atoqli otlar kognitiv ma’nosining taraqqiyoti masalalari tavsiflangan⁸. Rus shaxs ismlarining konnotativ semantikasi va pragmatik mazmuni kommunikativ aspektida nazariy jihatdan talqin qilingan⁹, fransuz antroponimlarining¹⁰ diskursiv-pragmatik nuqtai nazaridan tavsiflagan. Ammo zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv taqdim etilishi,

Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2005. – С. 15; Марченкова И. С. Дискурсивная характеристика текстов газетной рубрики "faits divers" во французской прессе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2008. – С. 25; Белова Ю. А. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов : дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2009. – С. 62; Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов. М., 2005. 2-изд. – С. 288; Доценко М. Ю. Синтаксис газетного заголовка : структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста: Дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009; Кубанова А. З. Субстантивное словосочетание как единица синтаксической номинации в роли газетного заголовка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2007.; Шамелашвили, М. А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1982. – С. 25; Лютая, А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис.... канд. филол. наук. – Волгоград, 2008. – С. 22; Верещинская, Ю.В. Испанский газетный заголовок: лингвопрагматический и национально-культурный аспекты: автореф. дис.... канд. филол. наук: – М., 2013. – С. 22; Лочмеле, Г.Д. Заголовок в тексте англоязычной коммерческой рекламы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Л., 1988. – С. 15.

⁵ Шамелашвили М. А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): автореф., канд. филол. наук. М.: 1982. – С. 24; Стам И. С. Экспрессивные газетный заголовки его взаимодействия с текстом (на материале советских центральных газет и английской коммунистической газеты «Морнинг стар») // автореф. дис. М.: ун-т им. М. В. Ломоносова, 1982. – С. 22; Зеленев А.Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка: автореф., канд., дисс. . Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2009.

⁶ Шумилова А.В. Новообразования в газетном заголовке: структурно-функциональный аспект: на материале нижегородских СМИ : дисс. ... канд. филол. н.; Н.Н., 2011. –С.298; Агапова А.Н. Заголовок в современной русской прессе: эпистемический и прагматический аспекты: дисс.канд.филол. наук, 2011. – С.185; Гарагуля С.И. Антропонимическая прагматика и идентичность индивида (опыт системного описания личных имен в США): Автореф. ... дисс. филол. наук. М., 2009. – С. 42.

⁷ Наумова Т. М. Аллюзивные и прецедентные антропонимы в составе британского лингвокультурного концепта *beauty* // Филологические науки. Вопросы теории и практики (входит в перечень ВАК) 2017. № 10. Ч.1.–С.151-154; Псеунова Б.Х. Антропонимы в современном американском молодежном сленге (психолингвистический анализ): Автореф. ... дис. канд. филол. наук. М., 2011. – С. 24.

⁸ Hayes E. R. The pragmatics of perception and cognition in MT Jeremiah a cognitive linguistics approach. Berlin; New York: de Gruyter, 2008. 272 p.; Чикаткова Ю.А. Развитие когнитивного значения имен собственных, восходящих к немецкому фольклору, в немецкоязычном художественном дискурсе: автореф.... дисс. канд. филол. наук. Самара., 2010. – С. 23.

⁹ Антышев. А.Н. Имена. Немецкие антропонимы. Башк. госуд. аграр.университет. Уфа, 2001, 202. ; Андреева К.А. Русское личное имя в коммуникативно-прагматическом аспекте: Автореф.... дисс.канд.филол.наук. –М., 2011. – С.23; Ненашева Т.А. Коннотативная семантика референтно однозначного имени: монография. – Н. Новгород, 2012. – С.153; Рубцова, Е. Ю. Прагматическое содержание антропонимов: На материале русского и английского языков: Дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2006. – С. 151.

¹⁰ Камолова С.Ж. Француз антропонимларининг дискурсив-прагматик тавсифи. – Самарканд. 2020. – Б.148.

leksik-grammatik, funksional-pragmatik aspektda tadqiqi yetarlicha o'rganilmaganligi kuzatildi.

Dissertatsiya tadqiqotning dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim yoki ilmiy-tadqiqot muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejaları bilan bog'liqligi. Tadqiqot Buxoro davlat universitetining 2017-2021 yillarga mo'ljallangan "Tilshunoslikning dolzarb muammolari" mavzusidagi ilmiy-tadqiqot rejasi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi fonetik, grammatik va leksik birliklardan tashkil topgan zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalariga xos bo'lgan jihatlarni grammatik, struktur-semantik va funksional-pragmatik sathlarda aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilar:

tilshunoslikda diskurs va pragmatika tushunchalari haqida olimlar tomonidan bildirilgan fikrlarni o'rganish va ularga munosabat bildirish;

gazeta diskursining mazmun jihatlari, gazeta sarlavhalarining tasnifi hamda funksiyalarini aniqlashda tayanadigan tamoyillarni belgilash;

fransuz davriy nashrlari sarlavhalarini funksional-pragmatik parametr bo'yicha tasniflash va ularning lisoniy aspektlarini ko'rib chiqish;

gazeta sarlavhalarida axborotning lisoniy-rasmiy, nutqiy-norasmiy shakllarini aniqlash va ularning mazmunini tashkil etuvchi tarkibiy qismlarni ochib berish;

fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv taqdim etilishida funksional-pragmatik ma'nolar mohiyatini yoritish;

gazeta sarlavhasi tarkibida fonetik, grammatik, leksik shakl turlarini aniqlash;

zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning funksional-stilistik xususiyatlarini tahlil qilish.

Tadqiqotning obykti sifatida Mond (Le Monde), Figaro (Le Figaro), Krua (La Croix), Ekip (L'Equipe), Parizen (Le Parisien), Yumanite (L'Humanité) kabi zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalari tanlangan. Shu ma'noda, Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) tomonidan har yili e'lon qilinadigan ma'lumotlardan (2013-2023 yillar), Liberation (1996-2023 yillar), Le Figaro (1998-2023 yillar), Le Monde (2003-2023), L'Humanité (1999-2023 yillar) gazetalari va boshqa gazetalarning internet manbalari maqolalari, barcha turdagi informativ axborotlarni uzatadigan fransuz gazeta sarlavhalari tanlangan.

Tadqiqotning predmetini fransuz gazetalari sarlavhalarida lingvistik vositalarning tanlab olinishiga ta'sir etuvchi milliy-madaniy, funksional-pragmatik omillar tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot mavzusini yoritishda tasniflash, tavsiflash, kontekstual, sotsiodiskursiv, lingvopragmatik, funksional-pragmatik, diskurs tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalaridagi axborot diskursining funksional-pragmatik aspekti kontekstual-diskursiv, genetik-kulturologik, ijtimoiy-tarixiy va lisoniy-madaniy omillar ta'sirida shakllanganligi dalillangan;

gazeta sarlavhalarining mazmuni va taqdim etilish uslubiga ko'ra fransuz matbuotida uchraydigan sarlavhalar *darak sarlavha, sarlavha-qayd qilish, sarlavha-rezyume yoki sharhlovchi sarlavha, paradoks-sarlavha, sarlavha-iqtibos* shakllarida namoyon bo'lishi aniqlangan;

fransuz gazeta sarlavhalaridagi sintaktik munosabatlar asosini leksik-grammatik vositalar tashkil qilishi hamda kommunikativ funksiyalari, mazmun va informatsion kogerentligi (mantiqiy-mazmuniy izchiligi)ni ta'minlashdagi ishtiroki pretsedent matnlar, yorqin metaforik gaplar negizida voqelanishi isbotlangan;

zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarining adresant nuqtai nazaridan informativ, jozibali, chalg'ituvchi, nuqsonli hamda sarlavha mazmun-mohiyatiga ko'ra "shapka", rukn, asosiy sarlavha, tagsarlavha kabi turlari axborot diskursining darak, so'roq va undov gapli sarlavhalar orqali ifodalanishi asoslangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

gazeta diskursi va uning xususiyatlari tahlil qilingan, gazeta sarlavhalarining tasnifi va funksiyalarini aniqlashda tayanadigan tamoyillar belgilangan, adresat nuqtai nazaridan gazeta sarlavhalarining asosiy turlari aniqlangan;

sarlavha matni va aloqa faoliyati, sarlavha fazilati, matbuot sarlavhalaridagi nutq shakllari, gazeta sarlavhalari bitta gazetaning turli bo'limlariga tegishli bo'lishi tilshunoslik nuqtai nazaridan asoslangan;

sarlavhaning ishlashi, uning mushtariy e'tiborini jalb qilish qobiliyati, shuningdek, sintaktik va pragmatik tartiblarga e'tibor qaratilgan, uning sarlavha hamda maqola bilan aloqasi singari boshqa tarkibiy qismlar tadqiq etilgan;

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi muammoning aniq qo'yilganligi, nazariy ma'lumotlarning ilmiy manbalarga asoslanganligi, tanlab olingan badiiy manbalarning tadqiqot predmetiga muvofiqligi, ob'ektga yondashuv hamda qo'llanilgan usullarning tadqiqot maqsadiga mosligi, nazariy fikr va xulosalar tasniflash, tavsiflash, kontekstual, sotsiodiskursiv, lingvopragmatik, funksional-pragmatik, diskurs tahlil metodlari bilan asoslanganligi, nazariy qarashlar, shuningdek, xulosalarning amaliyotga tadbiiq etilganligi, natijalarning vakolatli tuzilmalar tomonidan tasdiqlanganligi bilan aniqlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv-pragmatik aspektda tahlil qilish asosida diskurs ma'nosining voqelanish imkoniyatlari aniqlanganligi, semasiologiya, leksikologiya, semantik sintaksis, lingvomadaniyatshunoslik va pragmalingvistika sohalari tadqiqot ko'lamining boyitilgani hamda diskurs turlarining lingvopragmatik xususiyatlari yoritilganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati oliy va o'rta maxsus, umumta'lim tizimida til va nutq hodisalarini farqlash, uning natijalaridan oliy o'quv yurtlarida zamonaviy fransuz tilini o'qitishda, xususan, "Fransuz tili stilistikasi", "Stilistika va matn tahlili", "O'qituvchi nutqi", "Zamonaviy lingvistika", "Badiiy matn tahriri" fanlaridan ma'ruza hamda amaliy mashg'ulot darslarida keng foydalanish, "Fransuz tilining nazariy grammatikasi", "Fransuz tilining amaliy grammatikasi", "Og'zaki va yozma nutq amaliyoti" fanlari bo'yicha maxsus seminarlarni tashkil qilish, o'quv-uslubiy majmualar, lug'atlar, ma'ruza matnlari, magistrlik va PhD dissertatsiyalari bo'yicha tadqiqotlarni amalga oshirishda, darsliklar va o'quv qo'llanmalar yaratishda hamda tahririyat ishi va jurnalistlar faoliyatida manba sifatida xizmat qilishi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv-pragmatik aspektida tahlil qilish jarayonida erishilgan ilmiy natijalar asosida:

zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalaridagi axborot diskursining funksional-pragmatik aspekti kontekstual-diskursiv, genetik-kulturologik, ijtimoiy-tarixiy va lisoniy-madaniy omillar ta'sirida shakllanganligiga oid nazariy xulosalardan Qoraqalpoq gumanitar fanlar ilmiy tadqiqot institutida 2017-2020 yillarda bajarilgan FA-F-1-005 "Qoraqalpoq folklorshunosligi va adabiyotshunosligi tarixini tadqiq etish" mavzusidagi fundamental ilmiy loyihani bajarishda foydalanilgan (O'zbekiston Fanlar Akademiyasi Qoraqalpog'iston bo'limining 2022-yil 10-iyundagi №17.01/132-son ma'lumotnomasi). Natijada zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv taqdim etilishi va funksional-stilistik xususiyatlari, lisoniy muloqot doirasida insonlar o'rtasida kechadigan munosabatlarning lingvokognitiv mexanizmini aniqlash imkoniyatlari kengaygan;

fransuz gazeta sarlavhalaridagi sintaktik munosabatlar asosini leksik-grammatik vositalar tashkil qilishi hamda kommunikativ funksiyalari, mazmun va informatsion kogerentligi (mantiqiy-mazmuniy izchilligi)ni ta'minlashdagi ishtiroki pretsedent matnlar, yorqin metaforik gaplar negizida shakllanganligiga doir ilmiy xulosa va tavsiyalardan O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi huzuridagi nodavlat notijorat tashkilotlarni, fuqarolik jamiyati boshqa institutlarini qo'llab-quvvatlash jamoat fondi O'zbekiston-Fransiya do'stlik jamiyatida 56-01/10 "Tarixiy yodgorliklar targ'ibotida O'zbekiston ziyoratgohlari (besh tillik) innovatsion imkoniyatlari" dasturi doirasida "O'zbekiston ziyoratgohlari va muqaddas qadamjolari" katalogini tarjima qilishda innovatsion loyahasini bajarishda foydalanilgan (O'zbekiston-Fransiya do'stlik jamiyatining 2022-yil 15-dekabrda №93-son ma'lumotnomasi). Natijada dissertatsiya materiallari gazeta sarlavhalaridagi axborotning kundalik muloqotda tutgan o'rni, ularning milliy, madaniy, tarixiy va ijtimoiy xususiyatlarini tadqiq etishga xizmat qilgan;

gazeta sarlavhalarining mazmuni va taqdim etilish uslubiga ko'ra fransuz matbuotida uchraydigan sarlavhalar darak sarlavha, sarlavha-qayd qilish, sarlavha-rezyume yoki sharhlovchi sarlavha, paradoks-sarlavha, sarlavha-iqtibos shakllarida namoyon bo'lishiga doir xulosalardan Buxoro viloyati "Istiqloq-TV" telekanalining "Hudud yangiliklari" informatsion dasturi ssenariysini tayyorlashda foydalanilgan (Buxoro viloyat "Istiqloq-TV" teleradiosining 2022-yil 13-iyundagi №1812-son ma'lumotnomasi). Natijada ushbu teleko'rsatuvlar uchun tayyorlangan materiallarning mazmuni mukamallashtirilib, ilmiy dalillarga boy bo'lishiga, ko'rsatuvning ilmiy-ommabopligini ta'minlashga erishilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari 14 ta, jumladan, 7 ta xalqaro va 7 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Tadqiqot mavzusi bo'yicha jami 20 ta ilmiy ish, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining dissertatsiya asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 6 ta maqola, ulardan, 3 tasi respublika va 3 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan iborat bo‘lib, umumiy hajmi 131 sahifani tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsadi, vazifalari, ob‘yekt, predmeti, Respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi, ilmiy yangiligi, amaliy natijalari, olingan natijalarning ishonchliligi, ishning nazariy, amaliy ahamiyati, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi, aprotatsiyasi, dissertatsiya tuzilishi bo‘yicha ma‘lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Tadqiqotning tayanch nazariy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobi gazeta sarlavhalarini o‘rganishga doir nazariy qarashlar, gazeta diskursi va uning xususiyatlari, gazeta sarlavhalarining tasnifi hamda funksiyalari, gazeta matni va diskursining funksional-pragmatik aspekti sohasidagi nazariy tadqiqotlarning tahliliga bag‘ishlangan. Unda fransuz davriy nashrlari sarlavhasining strukturasi, funksiyasi jihatlari, matnning tarkibiy qismi sifatida gazeta sarlavhasining tadqiq qilinish muammolari o‘rganilgan.

Tadqiqotning nazariy asosini fransuz va xorijiy olimlarning ilmiy tadqiqotlari tashkil etadi. Matn va mediamatnni o‘rganish J.Korner, R.Bart, L.Martin, P.Albertlarning ishlarida keltirilgan qoidalar asosida amalga oshirildi¹¹. Gazeta sarlavhalarini ko‘rib chiqish jarayonida P.Albert, F.S.Nylander, A.Sauvageot, Ye.I Kuznetsova, L.V.Sharonchikova, Ye.M.Chekalinalarning ishlariga tayanildi¹². Dissertatsiyada muloqotning funksional-pragmatik, milliy-madaniy aspekti V.fon Gumboldt, E.Sepir, A.Vejbiskayaning ishlariga asoslangan holda tadqiq qilindi¹³.

Ma‘lumki, **“Matbuot”** deb ommaviy axborot vositalarining bosma shakllariga aytiladi. Matbuotga gazeta, jurnal, almanaxlar kiradi. Matbuot – barcha bosma mahsulotlar majmui, tor ma‘noda davriy nashrlar, asosan, gazeta va jurnallarni ifodalaydi (sinonimi – *pressa*), ijtimoiy ongning o‘tkir va ta’sirchan vositasi sifatida kishilik jamiyatiga doimiy va faol ta’sir ko‘rsatadi, jamoatchilik fikrini shakllantiradi, omma ongiga muayyan qarashlarni singdirishda qudratli g‘oyaviy

¹¹ Corner, J. (2013) ‘Is there a “field” of media research?, *Media, Culture & Society* 35(8): 1011-1018.; Барт Р. От произведения к тексту Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – С. 413–423.; Martin-Lagarrette, J.-L., *Le guide de l’écriture journalistique*, Paris, La Découverte, 2005., –P. 255.

Albert P., Sonnac N., *La presse française au défi du numérique*, Paris, La documentation française, 2014. – P. 208;

¹² Albert P., Sonnac N., *La presse française au défi du numérique*, Paris, La documentation française, 2014. – P. 208; F.SNylander *Le titre de presse, analyse syntaxique, pragmatique et rhétorique*, Université de Stockholm, 1998., Stockholm, Cahiers de la Recherche, – P. 251; A. Sauvageot: *Français écrit, français parlé. Les procédés expressifs du français contemporain*, Larousee, 1970., – P. 123-124; Кузнецова Е.И. Медиаальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды: автореф. дис... д-ра филос. наук / Е.И. Кузнецова. — Нижний Новгород, 2010., – С. 56; Шарончикова Л. В. Журналистское образование во Франции // *Журналистское образование за рубежом*. – М.: Изд-во Моск.ун-та, 2007.– С.18-22. Чекалина Е.М. Семантические аспекты шведской грамматики: системно-функциональный и сопоставительно-типологический анализ. М.: МАКС Пресс, 2017. – С. 196; Шарончикова Л. В. Журналистское образование во Франции // *Профессия – журналист. Вызовы XXI века*. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2007. – С. 247-248.;

¹³ Гумбольдт В. фон. *Язык и философия культуры*. М.: Прогресс, 1985. – С. 448; Сепир Э. *Избранные труды по языкознанию и культурологии*. – М., 1993. *Язык. Введение в изучение речи.*, – С. 185-194.; XI. *Язык и литература*, с. 195-203. *Язык и среда*, – С. 270-284. *Культура подлинная и мнимая*, – С. 465-493.; Вежбицкая А. *Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики*. М.: *Языки славянской культуры*, Том 22, № 4 (2018): *Культурная семантика и прагматика: к юбилею Анны Вежбицкой*, – С. 717-748.;

omil hisoblanadi hamda jamiyat hayotini turli (ijtimoiy siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish, ilmiy-texnikaviy) yo‘nalishlarda yoritadi”¹⁴.

Darhaqiqat, bugungi kun madaniyat olamida gazeta hamda gazeta sarlavhalaridagi axborotning diskursiv taqdim etilishi va undagi mazmun mohiyatining anglanishida funksional-pragmatik nuqtai nazar muhim ahamiyat kasb etadi. Son-sanoqsiz tarmoqlarga ega bo‘lgan ijtimoiy hayotni hozirgi paytda gazetasiz tasavvur qilib bo‘lmaydi.

Ta’kidlash lozimki, “Gazeta dunyoda, mamlakatda, shaharda sodir bo‘layotgan barcha voqealarni qisqa-qisqa aks ettiradigan va ko‘zga ko‘rinadigan “ijtimoiy hayot parchalariga – faktlar, voqealar, hodisalar, shaxslarga ...” o‘z talqinini beradigan “ko‘zgudir”¹⁵.

Gazetada bilamizki, sarlavha asosiy o‘rinni egallaydi. Geydelberg Fanlar akademiyasining tilshunos olimasi, lug‘atshunos, sotsiologiyachi, tarjimon Stefaniya Ptashnik ham gazetada ilk o‘rinda uning sarlavhasining to‘g‘ri qo‘yilishiga e‘tibor berish lozimligini ta’kidlaydi: “Turli mavzular, jildlar va dizayndagi juda ko‘p sonli gazetalar bilan ishlashda o‘quvchi nafaqat qiziqarli mazmunga ega bo‘lganlarni, balki materialni tartibga solish va qo‘shimcha ma‘lumotlar miqdori uchun o‘quvchiga yoqadiganlarini ham (sarlavhalar, ustsarlavhalar, qo‘shirnoq, tagsarlavhalar, tasvirlar va boshqalar) tanlaydi”¹⁶.

Fransiyada bugungi kunda, milliy ahamiyatga ega kundalik gazetalar orasida “Le Figaro”, “Le Parisien”, “Le Monde”, “France-Soir”, “La Libération”, “L’opinion”, “Première”, “Eure infos”, “L’actu” gazetalari eng katta tirajda nashr etililadi va ulardagi axborotning diskursiv taqdim etilishini alohida ta’kidlanadi.

Dissertatsiya yo‘nalishini e‘tiborga olgan holda, tilshunoslik qomuslari va kognitiv tilshunos olimlar nuqtai nazaridan “diskurs” tushunchasining ta’rifi to‘g‘risida qisqa izoh berilishi alohida qiziqish uyg‘otadi. Chunki nutqiy akt turlarining mazmuni, diskurs tuzilishida muloqot maqsadining o‘rni, tagma‘noning ifoda topishi va muloqot ishtirokchilarining mental qobiliyati kabi hodisalarga qaratiladiki, chunki ular pragmatik ta’sirni aniqlash uchun o‘rin tutadi.

N.D.Arutyunova diskursni quyidagicha ta’riflaydi: “Ekstralingvistik – pragmatik, ijtimoiy madaniy, psixologik va boshqa omillar bilan birgalikdagi bog‘langan matn; voqelik aspektida olingan matn; maqsadli ijtimoiy harakat, odamlarning o‘zaro aloqalarida, ularning ongi mexanizmlarida (kognitiv jarayonlarda) ishtirok etadigan tarkibiy qism sifatida qaraladigan nutqdir. Diskurs – “hayotga botirilgan” nutq”¹⁷. Bizning nazarimizda “diskurs” tushunchasini tilshunoslik, adabiy tanqid, semiotika, sotsiologiya, falsafa, etnologiya va antropologiya nuqtai nazaridan ko‘rib chiqishga to‘g‘ri keladi.

Gazeta diskursiga qaytadigan bo‘lsak, gazeta ommaviy axborot vositalarining bir turi ekanligini ta’kidlash lozim, ya’ni umuman axborot va ommaviy kommunikatsiyalarga xos xususiyatlar gazeta diskursi uchun xarakterlidir.

¹⁴ <https://uz.wikipedia.org/wiki/Matbuot>

¹⁵ Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий, Свердловск Изд. Уральск. Ун-та, 1990. – С. 173.

¹⁶ Ptashnyk, S. (2009). Phraseologische Modifikationen und ihre Funktionen im Text. Eine Studie am Beispiel der deutschsprachigen Presse. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, – P. 436.

¹⁷ Арутюнова, Н.Д. Дискурс, Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Яреца - М. : Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 136-137.

Gazeta sarlavhasi ko‘p funksiyali tabiatga ega bo‘lib, ular *informativ, nominativ, integrativ (bog‘lovchi), reklama, grafiklar bilan ajratish, kompozitsiya, baholovchi ekspressiv* singari asosiy funksiyalari bilan ajralib turadi hamda gazeta sarlavhalardagi axborotning diskursiv taqdim etilishi uchun faol xizmat qiladi. Sarlavha matni idrok etishning o‘qishgacha, o‘qish paytida va o‘qishdan keyin kabi bosqichlariga qarab turli funksiyalarni bajaradi. Matnda biror-bir semantik element ifodalanishining to‘liqlik darajasi bo‘yicha sarlavhalarni to‘liq-ma’lumotli va qisman-ma’lumotli belgilari bo‘yicha ham tasniflash mumkin. To‘liq ma’lumot beradigan sarlavhalar orasida nominativ va predikativ sarlavhalar farqlanadi.

Sarlavhalarni o‘rganishga bag‘ishlangan mavjud ilmiy ishlarni o‘rganish asosida, sarlavhalarning mazmuni va taqdim etilish uslubini inobatga olgan holda, fransuz matbuotida uchraydigan sarlavhalarni, sarlavhalarda axborotning berilishi va informativ funksiyasini kengroq ko‘rib chiqish asosida ularning tasnifini quyidagicha berishga harakat qilamiz: 1. *Darak sarlavha* ko‘proq yangiliklar uchun ishlatiladi. Ushbu sarlavhaning xabar yetkazish uslubi mohiyatni xotirjam va sodda taqdim etishdan iborat; 2. *Sarlavhani qayd qilish*. Bugungi kunda vaziyatni yoki odamlarning tavsiflarini aniq “nomlash” reportajlar va portret intervyulari uchun ko‘pincha izteho yoki o‘yin ohangida ishlatiladi; 3. *Rezyume yoki sharhlovchi sarlavha*. Istehzoli “izohli” rezyume ham kam uchramaydi. Bunday tarkibli sarlavhalar matnga sharh berish uchun qo‘shimcha imkoniyatlar yaratadi; 4. *Paradoks sarlavha*. Bunday sarlavha qiziquvchanlikni uyg‘otadi, o‘quvchini hayratga soladi va ba’zida tezkor, muhim bo‘lmagan xabarning ahamiyatini sun‘iy ravishda oshiradi; 5. *Sarlavhadagi ismlar, tadbir ishtirokchilarining nomlari* matnga bo‘lgan qiziqishni oshiradi.

Shu o‘rinda xulosa tariqasida aytish mumkinki, gazeta sarlavhasi maxsus gap turidir, gazeta sarlavhasining predikativligi faqat matnga nisbatan amalga oshadi. Gazeta sarlavhasi gazeta bo‘limida uchta asosiy *nominativ, informativ, pragmatik* funksiyalarni bajaradi. Zamonaviy fransuz gazetasining sarlavhasi matnning tarkibiy qismi sifatida fonetik, leksik, grammatik, stilistik va noverbal vositalardan foydalanish orqali erishiladigan funksional-pragmatikaga ega bo‘ladi. Shuningdek, jadallik bilan taraqqiy etayotgan zamonaviy tendensiyalar sababli, sarlavhalarning hajman kattalashib borishi, ularning kommunikativ funksiyalari, mazmun hamda informatsion tomoni, muallif kinoyasiga berilib ketish holati kuchayib bormoqda, deb aytish mumkin.

Tadqiqotning **“Fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning grammatik xususiyatlari”** deb nomlangan ikkinchi bobida fransuz gazeta sarlavhalarining morfologik xususiyatlari, fransuz gazeta sarlavhalarining sintaktik jihatlari, gazeta sarlavhalarining asosiy turlari to‘g‘risida fikr yuritilgan.

A.Z.Kubanovanning fikricha, “Sarlavha – bu bir vaqtning o‘zida matn mazmunini kompresslaydigan, o‘z ichiga oladigan va matni o‘qishga qiziqish uyg‘otadigan muayyan koddir”¹⁸. A.A.Lyutaya sarlavhani “sarlavha – matn oldi pozitsiyasidagi kommunikativ birlik”, deb hisoblaydi.

Sarlavhalar kerakli jurnalistik funksiyani bajaradi, chunki ular nafaqat matbuotda, balki bibliografiyada ham namoyish etiladi, shuningdek, ma’lumotlar

¹⁸ Кубанова, А. З. Газетный заголовок современной газетной прессы / А. З. Кубанова. – Русский язык и литература. – 2004. – № 6. – С. 42.

bazalarida, arxivlarda, internet sahifalarida va boshqalarda mavjud. Bundan tashqari, qisqartirilgan sarlavhalar axborot mazmunini yetkazib beradi yoki muhim pragmatik funktsiyani bajaragan holda, maqolada batafsil tavsiflangan ma'lumotlarga baho beradi.

Fransuz nashrlarining xilma-xilligi ularning turli funksional xususiyatlari, funksional-pragmatik yo'nalishi bilan bog'liq hamda ular turli maqsadlarni ko'zlaydi, bu maqsadlar va yo'nalish har bir gazeta hamda jurnalning barcha nashrlari uchun namuna bo'lib sarlavhalarda aks etadi.

Fransuz gazetasi maqolasining sarlavhasi murakkab tuzilishga ega:

- *oldsarlavha (prétitre)* (mavjud bo'lmasligi mumkin),

- *haqiqiy sarlavha (titre)* (doimo beriladi)

- *tagsarlavha (sous-titre)* (mavjud bo'lmasligi ham mumkin).

Oldsarlavha va tagsarlavhalarning mavjudligi axborotning ortiqchaligini anglatmasdan, uni aniqlashtirish, oydinlashtirish haqida ma'lumot beradi. Oldsarlavha o'quvchiga yangilikni tavsiflaydigan kontekstni beradi, sarlavhaning asosiy mavzusini aniqlaydi. Tagsarlavha ostida yoritilayotgan voqeaning lid (*lead* yoki *entrée*) deb nomlanadigan qisqacha rezyumesi joylashtiriladi. Har bir sarlavha o'zining grafik bezaklariga ega bo'ladi.

Sarlavhalarning grammatik xususiyatlarini o'rganish *ikki bosqichda* olib borilgan: *birinchi bosqichda* morfologik birliklarning (fe'l va fe'l shakllari, ot, sifat, ravish, olmosh va boshqalar), *ikkinchi bosqichda* esa sintaktik birliklarning sarlavha janrining turlariga bog'liq holda qo'llanishiga e'tibor qaratilgan.

Informativ matnlar mediamatnlarning asosiy qismini tashkil etadi va o'quvchilar uchun eng muhim, qiziqarli voqealar haqida xabar beradi. Ushbu turdagi matnlarning asosiy janrlariga yangiliklar, reportajlar hamda intervyular kiradi. Sarlavhalar asosan informativ funktsiyani bajaradi. Ta'sir etuvchi funktsiya, matn hujjatligini voqelantirgan holat, yordamchi vazifasini bajaradi. Informativ matn sarlavhalari uchun (asosan bu informativ va tasvirlovchi sarlavhalar) ko'proq neytral leksikadan foydalanishi bilan xarakterlidir. Masalan: – *Le Japon demande à la population de quitter la zone à 30 kilomètres de Fukushima*¹⁹ – Yaponiya aholidan Fukusimadan 30 kilometr radiusda ushbu hududni tark etishlarini so'raydi.

Analitik matnlar zamonaviy axborot vositalarining muhim tarkibiy qismlaridan biri bo'lib, ular bu yoki boshqa mavkuraviy kontekst tufayli axborot mazmuniga ma'lum bir falsafiy izoh qo'shadi, ya'ni ular ommaviy muloqotning g'oyaviy yoki ta'sir etuvchi funktsiyasini ko'proq bajaradi.

Fransuz matbuotidagi yangiliklarni ifodalovchi maqolalar uchun qo'shma yoyiq gaplarni sarlavhalar sifatida ishlatish xarakterlidir, tahliliy maqolalar uchun esa fe'lsiz sarlavhalar ko'proq ishlatiladi. Stilistik nuqtai nazardan, informatsion janrlarda leksik jihatdan neytral sarlavhalar ishlatilsa, analitik janrlarda esa, aksincha, ritorik va empatik sarlavhalar ko'proq ishlatiladi.

Ommaviy axborot vositalarida *badiiy publitsistik matnlar taqriz, ocherk, pamflet, feleton* shaklida taqdim etilgan. Ularda bayonning informativligi,

¹⁹ Libération, N° 10824 10 mars 2016 https://www.epresse.fr/orange_kiosque/liberation/2016-03-10

hujjatligi ikkinchi o‘ringa ko‘chadi, haqiqiy dallillar, shuningdek, baholar majoziy assotsiatsiyalar, taqqoslashlar va o‘xshatishlarga aylantiriladi.

Zamonaviy fransuz gazetalarining sarlavhalarida “être” fe‘lini tushirib qoldirish yo‘li bilan nutq fe‘llari yordamida ifodalanganligini ko‘rish mumkin yoki fe‘l umuman ishtirok etmagan sarlavhalar ham juda ko‘p uchraydi. Masalan: *Fribourg, douce pour le climat; La Floride à l’avantgarde de la censure; Au nom de Bangkok*²⁰ (*phrase non verbale*)

Gazeta sarlavhalarining yana bir turi – *ma’lumot beruvchi; undovchi sarlavhalar; axborot sarlavhalari* hisoblanadi. Axborot sarlavhalari odatda imkon qadar ko‘proq ma’lumot beradi. Iv Agnes fikriga ko‘ra: “*Le titre informatif est le titre-roi de la presse quotidienne, mais aussi pour tous les articles de la presse périodique qui ont pour but premier d’apprendre un fait au lecteur, de lui livrer une information utile pour sa culture personnelle, dans sa profession, dans sa vie quotidienne*”²¹.

Mond (Le Monde) uzoq vaqtdan beri *axborot beruvchi sarlavhalari* bilan mashhur. U ko‘pincha to‘liq ma’lumotga ega bo‘lgan juda uzun sarlavhalarga boy sanaladi. Mond (Le Monde) gazetasining matnidagi 50% o‘rganilgan sarlavhalari ma’lumot beruvchi sarlavhalardir, 4 ta gazetaning axborot taqdim etuvchi sarlavhalari jami 54 % ni tashkil etadi. *Ma’lumot beruvchi sarlavhalarni* yaratish jurnalistlar uchun murakkab emasligi ham tadqiqot davomida o‘rganilib misollar yordamida tahlil qilindi.

Yuqoridagi fikrlarni, Iv Agnes²² nazariyasidan ma’lumot beruvchi sarlavha nomini qo‘yishni tavsiya etadigan *to‘rt qoida* bilan asoslaymiz: *birinchidan*, axborotni yorituvchi savollarga qisman javob berish zarur; *ikkinchidan*, ortiqcha narsalarni, keraksiz so‘zlarni, muhim bo‘lmagan qo‘shimcha ma’lumotlarni yo‘q qilish orqali ixchamlashtirish lozim; *uchinchidan*, sarlavha bilan, xususan, harakatni joylashtirish yoki maqolaga tegishli sohani berish uchun yuqori sarlavhani qo‘shish; *to‘rtinchidan*, fe‘l bilan yoki fe‘lsiz qo‘llashdir.

Mulohazani yanada aniqroq dalillash maqsadida, quyidagi ikkita misolni solishtirish o‘rinli bo‘ladi: “*A Ben Gardane, le choc et la peur face au péril djihadiste*”²³ hamda “*Terrorisme: l’armée appelle les réservistes à la rescousse*”²⁴ Ikkalasida ham *kim?*, *nima?*, *qayerda?* ma’lumot beruvchi sarlavha mavjud. Figaro gazetasining sarlavhasida (*kim? : l’armée, nima?: appelle les réservistes à la rescousse, soha: terrorisme*) harakatni ifodalash maqsadida (*appelle*) fe‘ldan foydalanilgan, ayni paytda Mond (Le Monde) gazetasidagi sarlavhada *kim? : les habitants* (nazarda tutilgan), *nima?: le choc et la peur face au péril djihadiste, qayerda?: à Ben Gardane* sarlavha ta’sirchanligini oshirish hamda ta’kidlash maqsadida kalit so‘z qilib *le choc va la peur* leksemalari o‘rinli qo‘llangan.

Sarlavha nisbati ikkita asosiy shaklga ega: aniq nisbat yoki majhul nisbatdan iborat. Aniq nisbatning odatiy shakli: (SN) ega + nisbat kesimi + (SN) to‘ldiruvchi. Majhul nisbat shaklida: (SN) to‘ldiruvchi + “être” fe‘li + fe‘l nisbati (*participe*)

²⁰ Courrier International 14 Avril 2022

²¹ Yves Agnès, Manuel de journaliste, Paris, La Découverte, 2002. –P. 143.

²² Yves Agnès, Manuel de journaliste, Paris, La Découverte, 2002. –P. 131.

²³ Le Monde, vendredi le 11 mars 2016

²⁴ Figaro, jeudi 10 mars 2016 N° 22264

passé) + par/de + SN ega. Fe'l harakatni ham, voqea-hodisaning borishini ham, bir-biriga nisbatan dalillarning xronologiyasini ham ifodalaydi.

Vaqt davomiyligida *le passé*, *le présent* va *le futur* fe'l mayllarida *antériorité*, *simultanéité* hamda *postériorité* ga ajratiladi. Tahlillar natijasida barcha gazetalarni birlashtirganda, sarlavhalarining taxminan 80% hozirgi zamondagi fe'l qo'llanilishini kuzatish mumkin. Sarlavhalarining aksariyatida voqea jarayoni allaqachon sodir bo'lgan voqelik yoki nutqni ifodalaydi, shuningdek, *le passé composé* (o'tgan zamon) zamon bilan fe'l tuslanadi.

Biz bitta bo'lakning turli shakllarga ega ekanligini uchratdik. *De* predlogi biror predmet yoki shaxsga mansublikni, qarashlilikni yoki atalganlikni, predmetning bahosi, sifatini ifodalaydi. Bosh gaplardan tuzilgan sarlavhalarda *vers*, *sur*, *en*, *dans*, *pour*, *à*, *sans* predloglarining keng doirasi mavjud.

Qisqa xulosa qiladigan bo'lsak, statistik ma'lumotlar orqali kundalik gazetalarda va davriy nashrlarda fe'l ishtirokisiz sarlavhalarga ko'proq ustunlik berilganligi aniqlandi. Qolaversa, fransuz nashrlarining xilma-xilligi ularning turli funksional xususiyatlari, funksional-pragmatik yo'nalishi bilan bog'liq bo'lishi asoslandi.

“Fransuz gazeta sarlavhalarining leksik xususiyatlari” deb nomlangan uchinchi bobda fransuz gazetalar sarlavhalarining leksik tarkibi ko'rib chiqilgan. Shuningdek, neologizmlar, o'zlashtirma so'zlar, atamalar, atoqli otlar, abbreviaturalarning qo'llanish holatlari o'rganilgan. Sarlavhadagi akronim va abbreviaturalarning semantikasini aniqlash maqsadida maqola matni o'rtasidagi o'zaro bog'lanishlar tahlil qilinadi, akronim va abbreviaturadan tashkil topgan sarlavhalarining funksional turlari hamda har bir funksional turdagi sarlavhalarining maqsadini ifodalash vositalari ko'rib chiqilib, tahlilga tortilgan.

Gazetalar o'z xabarlarini yetkazish uchun turli xil lingvistik vositalardan, masalan, lug'atlar, sifatlar, shartli ergash gaplar, taqqoslash, metafora, tashxis, antitezalardan foydalanganligi sababli, tadqiqotimiz metodologiyasi sarlavhalardagi axborotlarni diskursiv, pragmatik, funksional tahlil qilish bilan bir qatorda, fransuz gazetasi sarlavhalarining leksik tarkibi kabi vositalarni ham o'rganishga asoslanadi.

Martin Lagardet fikriga ko'ra *“Les titres incitatifs: ils révèlent l'esprit de l'article plus que sa matière et s'appuient souvent sur des jeux de mots inspirés de titres de films ou de livres, de slogans publicitaires, etc”*²⁵ – ya'ni undovchi sarlavhalar: mavzudan ko'ra ko'proq maqolaning ruhini ochib beradi va ko'pincha filmlar yoki kitoblar nomlaridan, reklama shiorlaridan ilhomlangan so'z o'yinlariga asoslanadi. Darhaqiqat, ushbu olimning bildirgan fikri quyidagi misollar namunasida ham namoyon bo'ladi: *“Le souffle au cœur”*²⁶ sarlavhasida *“souffle au cœur”* so'z birikmasi qo'llaniladi, bu bir vaqtning o'zida kasallik va film nomi hamdir.

Sarlavhalarni o'rganishga bag'ishlangan mavjud ilmiy ishlarni o'rganish asosida, sarlavhalarining mazmuni va taqdim etilish uslubini inobatga olgan holda,

²⁵ Jean-Luc Martin Lagardette *Le Guide de l'écriture journalistique*, 2005, – P. 137. November 10, 2005

²⁶ Le Canard enchaîné N° 4977-mercredi le 16 mars 2016 <https://www.revues-litteraires.com/articles.php?lng=fr&pg=3339>

fransuz matbuotida uchraydigan sarlavhalarning tashkil etilish tamoyillarini quyidacha taqdim etish mumkin.

1. *Darak sarlavha* ko‘pincha ta‘kidlovchi sarlavha vaziyatni tushuntirib beradigan keng yangiliklarga va “ko‘rgazmali manzaralarga” o‘quvchini olib boradigan yo‘lboshchiga o‘xshaydi, jumladan: *Les projets d'exploration des grands fonds menacent les mollusques; Inde, les antimusulmans affichent leur haine*²⁷.

2. Sarlavha qayd qilish. Reportajlar va portret intervyulari uchun ko‘pincha iztehzoyoki o‘yin ohangida ishlatiladi: *Steve Savidan : «J'ai connu la précarité intellectuelle»; Il n'y a pas que le foot dans la vie...*²⁸

3. Sarlavha – rezyume yoki sharhlovchi sarlavha. Bugungi kunda bunday sarlavhalar fransuz matbuotida juda ommabop bo‘lib, vaziyatni xarakterli, deyarli qonuniy sifatida qayd qiladigan shaxssiz, noaniq-shaxsli shakllardan unda tez-tez foydalanishadi. Ko‘p holatlarda rezyume sarlavhalarda istehzoli eslatmalar mavjud bo‘ladi: *«Un simple chèque de 100 euros face à la hausse continue des prix»*²⁹

4. Paradoks sarlavhada ko‘pincha intriga, shov-shuv mavjud: *À Madagascar, la première famine climatique*³⁰;

5. Sarlavhadagi ismlarda atoqli otlarni qo‘llash, voqea ishtirokchilarini eslatib o‘tish matnga bo‘lgan intilishga sabab bo‘ladi, jumladan: *L'héritage perdu du général de Gaulle; Jérémy Galvan, une cuisine intellectuelle*³¹;

6. Sarlavha – iqtibos. Bu turdagi sarlavha samarali va keng tarqalgan bo‘lib, unda to‘g‘ridan-to‘g‘ri havolalar keltiriladi. Ishonchilik taassuroti hosil bo‘ladi: *Quand on a 16 ans l'environnement ce n'est pas une option. Aujourd'hui La Banque Postale a 16 ans. Et nous sommes engagés dans l'arrêt du financement des énergies fossiles d'ici 2030*³².

Tadqiqotda zamonaviy fransuz gazetalari sarlavhalaridagi axborotning taqdim etilishi yuzasidan miqdoriy ma‘lumotlar jadvali tuzildi. Maqolalari mustaqil yoki qo‘shimcha maqola bo‘lgan har bir bo‘limdagi matbuot sarlavhalarining umumiy soni, ya‘ni har bir gazetadagi sarlavhalar soni aniqlandi: Mond (Le Monde) 174 (ya‘ni 15 %), Var-matin (Var-Matin) (178, ya‘ni 15 %), Obs (L’Obs) (159 yoki 14 %), Ekspres (L’Express) (152 yoki 14%) va 139 sarlavhaga ega, shuningdek, Canard enshene (Le Canard enchaîné) (12,59%), Figaro (Le Figaro) 244 nom sarlavha bilan eng diqqatga sazovordir (ya‘ni 22 %), Libération esa 13 % unvonlarning umumiy soniga mos keladi.

Bilamizki, dunyo tillari leksik fondida qisqartmalar juda ham keng tarqalgan bo‘lib, ularning qo‘llanilishida bir qancha o‘ziga hos jihatlari mavjud. Shu o‘rinda yuqorida nomlari keltirilgan fransuz gazetalari sarlavhalarida akronim va abbreviaturalarning ham juda ko‘p qo‘llanilganligini ta‘kidlash joiz. Ularning semantikasini aniqlash maqsadida maqola matni o‘rtasidagi o‘zaro bog‘lanishlarni tahlil qilish, akronim va abbreviaturadan tashkil topgan sarlavhalarning funksional

²⁷ Monde Mardi 4 Janvier 2022

²⁸ Le Figaro Mercredi 20 Avril 2022

²⁹ Vendredi 22, Samedi 23et Dimanche 24 Octobre, 2021 № 23297 L’ Humanité

³⁰ Les Echos Lundi 25 octobre 2021

³¹ Valeurs Actueles 6 Janvier 2022

³² L’Equipe Lundi 14 Mars 2022

turlari hamda har bir funksional turdagi sarlavhalarning maqsadini ifodalash vositalariga e'tibor qaratish lozim bo'ladi.

Gazeta sarlavhalarining qisqartmasi to'g'risidagi "Nashrlar sarlavhalari va sarlavhalarda so'zlarni qisqartirish to'g'risida"gi qoidalar *ISO (International Organization for Standardization-Xalqaro Standartlashtirish Tashkiloti)* ning 1997 yil 4-normalariga muvofiqdir. ISSN xalqaro tashkiloti esa turli tillar uchun qisqartirilgan so'zlar ro'yxatini yuritadi va yangilaydi: *Audit Comptabilité Contrôle: Recherches Appliquées (ACCRA)*, *Actualité juridique collectivités territoriales (AJCT)*. Ikki qisqartmaning ketma-ket ishlatilishi kitobxonlar, ayniqsa, bu sohaga har doim ham qiziqmaydiganlar uchun qiyinchilik tug'diradi. Bunda internetda qidirish mumkin bo'lgan atamalar ro'yxatidan istalgan qisqartirilgan sarlavhani yaratish mumkin, faqat bitta so'zdan iborat sarlavhalar qisqartirilmaydi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, sarlavhali maqolalar (kundalik nashrlar uchun 37 % va haftalik nashrlar uchun 25 %) va sarlavhali (kundalik gazetalar uchun 14% , haftalik nashrlar uchun 8 % tashkil qildi. Kundalik va haftalik gazetalar o'rtasida ma'lumot beruvchi va rag'batlantiruvchi sarlavhalar sonida ham farq borligi aniqlandi.

Barcha gazetalarni bir ovozdan o'rganishda sarlavha muhim element ekanligini, katta nashri bilan u nafaqat ma'lumotni e'lon qilish rolini o'ynaydi, balki kishini maqolani o'qishga undaydi.

Umuman olganda, siyosiy yangiliklar matnlarida ishlatiladigan sarlavhalarning strukturasi ko'rib chiqish ularning o'ziga xos asosiy xususiyatlaridan biri fikrni lo'nda va ixcham ifodalashini ko'rsatdi. Sarlavhalarning lo'nda va aniqligi nafaqat so'zlarning soni bilan, balki leksemalarning qay darajada informativligi va bu leksemalarning o'zaro qanday bog'langanligi bilan ham tavsiflanadi.

Yuqorida sanab o'tilgan funksiyalarni e'tiborga oladigan bo'lsak, "sarlavhaning maqsadi" tushunchasi ravshan bo'lib qoladi. Sarlavhaning maqsadi, avvalambor, yangiliklar matnining qisqacha mazmunini aniq yetkazishi, hamda o'quvchi e'tiborini jalb qilish va shu orqali unga ma'lum darajada ta'sir ko'rsatishdan iborat.

Biz dissertatsion tadqiqotimizda gazeta sarlavhalarining tipologik belgilarini umumlashtirgan holda quyidagi ta'rifni taklif etamiz: gazeta sarlavhasi – bu ommaviy axborot vositalarining muhim struktur-semantik tarkibiy qismi sifatida bu tizimning boshqa komponentlari, masalan, mavzu, g'oyalar, faktlar, ishtirok etuvchi shaxslar, havolalar va boshqalar bilan chambarchas bog'langan bo'lib, doimo matnning oldida turadi, uni nomlaydi va u haqida dastlabki ma'lumotni beradi.

XULOSA

1. Madaniyat olamida gazeta va gazeta sarlavhalaridagi axborotning diskursiv taqdim etilishi hamda undagi mazmun mohiyatning anglanishi muhim hisoblanib, gazeta sarlavhasining predikativligi faqat matnga nisbatan amalga oshadi. Buni zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning diskursiv taqdim etilishi tahlili ham isbotlaydi.

2. Sarlavhaning maqsadi, avvalambor, yangiliklar matnining qisqacha mazmunini aniq yetkazish, hamda o'quvchi e'tiborini jalb qilish va shu orqali unga ma'lum darajada ta'sir ko'rsatishdan iborat bo'ladi. Sarlavhalarning lo'nda va aniqligi nafaqat so'zlarning soni bilan, balki leksemalarning qay darajada informativligi va bu leksemalarning o'zaro qanday bog'langanligi bilan ham tavsiflanadi.

3. Gazeta sarlavhasi gazeta bo'limida uchta asosiy nominativ, informativ, pragmatik funksiyalarni bajaradi. Fransuz gazetasi sarlavhasi matnning tarkibiy qismi sifatida fonetik, leksik, stilistik, grammatik va noverbal vositalardan foydalanish orqali erishiladigan pragmatikaga ega bo'ladi, shuningdek, gazetaning o'ziga xos xususiyati ijtimoiy-madaniy komponentli leksikadan foydalanishdan, sarlavhaning struktur turi, pragmatik potensialining nomlanayotgan maqola janri bilan o'zaro bog'liqligida namoyon bo'ladi.

4. Sarlavhalarning hajman kattalashib borayotgani, ularning kommunikativ funksiyalari, mazmun va informatsion tomoni, "Nutq modasi"ning ta'siri ham sezilarli darajada zamonaviy tendensiyalar bilan uyg'undir. Tadqiqotda tanlagan yondashuv gazeta sarlavhalarida ma'lum fe'l shakllari, jumla turlari va leksik-semantik birliklarni ishlatish sabablarini tushuntirishga, ularning semantikasini muayyan maqola kontekstida ochib berishga va shu sababli lisoniy birlik shakllaridan foydalanishda muallif niyatlarining ta'sir etish mexanizmini tahlil qilishga imkon yaratadi.

5. Precedent matnlarning, yorqin metaforik gaplarning sarlavhalarda qo'llanishi diqqatni jalb qilish, o'quvchining qiziqishini uyg'otish va uni gazeta maqolasini o'qishni davom ettirishga undash orqali gazetaning raqobatbardoshligini oshiradi. Shuningdek, sarlavhaning yangiliklar matnining qisqacha mazmunini aniq yetkazish maqsadi, hamda o'quvchi e'tiborini jalb qilishi va shu orqali unga ma'lum darajada ta'sir ko'rsatishdan iborat bo'ladi.

6. Fransuz nashrlarining xilma-xilligi ularning turli funksional xususiyatlari, diskursiv-pragmatik yo'nalishi bilan bog'liqligi hamda ko'zlangan maqsad har bir gazeta hamda jurnalning barcha nashrlari uchun namuna bo'lib sarlavhalarida aks etishi kuzatildi. Shuningdek, fransuz gazetasi maqolasining sarlavhasi birinchidan, *oldsarlavha (prétitre)* (mavjud bo'lmasligi mumkin), ikkinchidan, *haqiqiy sarlavha (titre)* (doimo beriladi), uchunchidan, *tagsarlavha (sous-titre)* (mavjud bo'lmasligi ham mumkin) singari o'ziga xos murakkab tuzilishga, har bir sarlavha o'zining grafik bezaklariga ega ekanligi hamda axborotning ortiqchaligini anglatmasdan, uni aniqlashtirish, oydinlashtirish haqida ma'lumot berishi ayonlashdi.

7. Zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborot diskursining funksional-pragmatik, funksional-stilistik xususiyatlari darak, so'roq va undov gapli sarlavhalarda tahlil qilinganda adresant nuqtai nazaridan gazeta sarlavhalarning informativ, jozibali, chalg'ituvchi, nuqsonli turi aniqlanib, sarlavha mazmun-mohiyatiga ko'ra, "shapka", rukn, asosiy sarlavha va tagsarlavha singari misollar tahlili orqali asoslanganligi bilan ajralib turadi. Qolaversa, tasvirlanayotgan voqea bilan bog'liq havola yoki mashhur iboralardan tashkil topgan mavzulastiruvchi sarlavhalar mavjud ekanligini ham kuzatildi.

8. Zamonaviy fransuz gazeta sarlavhalarida axborotning funksional-pragmatik aspektda diskursiv o'rganishga bag'ishlangan mavjud ilmiy ishlarni o'rganish asosida, sarlavhalarning mazmuni va taqdim etilish uslubini inobatga olgan holda, fransuz matbuotida uchraydigan sarlavhalarning tashkil etilish tamoyillarini quyidacha taqdim etadi: 1. Darak sarlavha; 2. Sarlavha – qayd qilish; 3. Sarlavha – rezyume yoki sharhlovchi sarlavha; 4. Paradoks-sarlavha; 5. Sarlavhadagi ishtirokchilarning nomlari; 6. Sarlavha–iqtibos.

9. Zamonaviy ommaviy axborot matnlarining sarlavhalari yetarlicha informativ bo'lishi kerakligi, o'quvchini qiziqtirishi va shu bilan maqola o'qishni davom ettirish istagini uyg'otadi. Shuningdek, sarlavhalarning quyidagi funksiyalarini ajratib ko'rsatish mumkin: nominativ funksiya – sarlavha matnning nomi; informativ funksiya – sarlavha matn mazmuni, mavzusini umumlashtiradi; reklama funksiyasi – sarlavhaga qiziqish uyg'otadi, o'quvchining e'tiborini jalb qiladi; deyktik funksiya – sarlavha tashqi olamdagi matnni ko'rsatadi; apellyativ-ekspressiv funksiya – sarlavha, muayyan tarzda axborotni uqtirgan holda, o'quvchiga ta'sir ko'rsatadi; gipermatnli funksiya ya'ni o'quvchi e'tiborini jalb qilish maqsadida informatsion yangiliklar lentasida sarlavhalar taqdimoti kuzatiladi.

10. Kundalik, haftalik, oylik va yillik nashr etiladigan davriy hamda mintaqaviy zamonaviy fransuz gazetalari hisoblangan *Le Monde*, *Le Figaro*, *La Croix*, *L'Equipe*, *Le Parisien*, *L'Humanité*, *Libération*, *Express*, *Canard Enchaîné* kabilarning sarlavhalari ostidagi maqolalarni tahlil qilish natijasida barcha turdagi informativ va baholovchi axborotlarni uzatadigan sarlavhalarning taxminan 80 foizida hozirgi zamondagi fe'l qo'llanishi va ko'p hollarda fe'lsiz ifodalanishi ma'lum bo'ldi.

11. Bugungi kunda sarlavhalar odatda barcha tillarda, shu jumladan, fransuz matbuotida ham noan'anaviy bo'lgan modellar asosida tuzilmoqda. Uzoq vaqt davomida aniq va ixcham bo'lishi kerak bo'lgan amaldagi prinsiplar teskarisi bilan almashtirilishi tabiiydir. Asarning qaysidir semantik elementni ifodalashning to'liqlik belgisi bo'yicha sarlavhalar to'liq informativ (matnning semantik tarkibiy qismini to'liq voqelantiruvchi) va qisman informatik, nuqtali (matnning semantik tarkibiy qismini qisman voqelantiruvchi) sarlavhalarga bo'linishini ta'kidlash o'rinlidir.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ
БУХАРСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

БУХАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЖУРАЕВА МАКСУДА МУХАММАДОВНА

**ДИСКУРСИВНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В
ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННЫХ ФРАНЦУЗСКИХ ГАЗЕТ
(ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

10.00.04 – Язык и литература народов Европы, Америки и Австралии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени доктора наук (PhD) по
ФИЛОЛОГИЧЕСКИМ НАУКАМ

Бухара – 2023

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована под номером №B2022.1.PhD/Fil2208 в Высшей Аттестационной комиссии.

Диссертация выполнена в Бухарском государственном университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещён на веб-странице Научного совета (www.buxdu.uz) и на информационно-образовательном портале «Ziyounet» (www.ziyounet.uz).

Научный руководитель: Исмаилов Салахиддин Исмаилович
кандидат филологических наук, доцент

Официальные оппоненты: Ширинова Рахима Хакимовна
доктор филологических наук, профессор

Абсаламова Гулмира Шарифовна
доктор философии по филологическим наукам (PhD)

Ведущая организация: Самаркандский государственный университет

Защита диссертации состоится «27» мая 2023 года в «09⁰⁰» часов на заседании Научного совета DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03. по присуждению научных степеней при Бухарском государственном университете. (Адрес: 200118, город Бухара, улица М.Икбол, 11. Тел: +99865 221-29-14; факс: +99865 221-27-57; e-mail: buxdu_rektor@buxdu.uz).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Бухарского государственного университета (зарегистрирована за № 298). Адрес: 200118, город Бухара, улица М.Икбол, 11. Тел: +99865 221-25-87).

Автореферат диссертации разослан 03 » мая 2023 года
(Протокол реестра рассылки № 23-17 от «03» мая 2023 года).



Д.С.Ураева
Председатель Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор филологических наук, профессор

З.И.Расулов
Учёный секретарь Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор филологических наук (DSc), доцент

Д.З.Раджабов
Заместитель председателя Научного семинара при Научном совете по присуждению учёных степеней, доктор филологических наук (DSc), профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мировой лингвистике сформировался опыт исследования систем языка, речи и культуры на основе современных принципов, творческого усвоения передовых идей на практике в мировой науке. В условиях обновления общества средства массовой информации, в том числе и газетные тексты, претерпевают эволюционные изменения. Позволяет проводить научную оценку речевых вариантов номинативных моделей, состоящих из морфологических (существительное, прилагательное, глагол, числительное) и синтаксических единиц (атрибутивные конструкции, простые/ составные, распространенные/ агрегированные, простые/ вопросительные/ восклицательные предложения), а также лексических единиц (неологизм, слова-исключения местоимение, собственное существительное, акроним, аббревиатура) при формировании заглавных газетных заголовков с целью достижения особенно эффективного прагматического эффекта.

В мировом языкознании все больше возрастает значение исследования роли информации газетных заголовков при повседневном общении, их национальных, культурных, исторических и социальных особенностях. Экспрессивные фразы, образные средства, прецедентные явления активно используются в повседневной жизни для оказания большого прагматического влияния. Также, представители соответствующей области выбирают стилистические приемы, направленные на то, чтобы привлечь внимание студентов нестандартной презентацией материала, вызвать в нем желаемую реакцию, сформировать определенное отношение к факту или событию, а также управлять мнением читателя. Прагматические факторы, влияющие на сознание слушателей, содержательные аспекты газетного дискурса, классификация и функция газетных заголовков, классификация названий французских периодических изданий по функционально-прагматическому параметру, позволяют научно обосновать занятие функциональностью в рамках их лингвистических аспектов.

На сегодняшний день, как и во всех областях, где в нашей стране с повышенным вниманием проводятся широкомасштабные реформы, лингвистика так же, набирает обороты и укрепляет свои научно-теоретические основы. Таким образом, "мы сделали своей самой важной и приоритетной задачей достижение от национального возрождения к –на национальному совершенствованию...»¹. В ряду таких задач первостепенное значение имеет вопрос исследования лингвистических и речевых характеристик языковых единиц, представляющих человеческие характеры, связанных с областями функционально-дискурсивной и прагматической. В связи с этим с начала XX века и по сегодняшний день французская пресса широко использовала некоторые формы морфологических и синтаксических

¹Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг «Ўзбек мумтоз ва замонавий адабиётини халқаро миқёсда ўрганиш ва тарғиб қилишнинг долзарб масаллари» мавзусидаги халқаро конференция иштирокчиларига йўллаган табриги // Халқ сўзи, 2018 йил 8 август.

единиц, лексические единицы в заголовках статей, форм ассимиляции и компрессии создают широкие возможности для расширения сферы исследований в области языкознания.

Данная диссертация в определенной степени служит процессу выполнения задач намеченных в Указе Президента Республики Узбекистан за № УП-60 от 28 января 2022 года «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», Постановлениях Президента за № ПП-2789 от 17 февраля 2017 « О мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности академии наук, организации, управления и финансирования научно-исследовательской деятельности», за № ПП-5117 от 19 мая 2021г. «О мерах по поднятию на качественно новый уровень деятельности по популяризации изучения иностранных языков в Республике Узбекистан», за №ПП-4366 от 27 июня 2019 г. «О дальнейших мерах по обеспечению независимости средств массовой информации и развитию деятельности пресс-служб государственных органов и организаций» и других нормативно-правовых документов.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Диссертация выполнена в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики “Информированное общество и демократические пути формирования системы инновационных идей и их реализации в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовном и образовательном развитии государства”.

Степень изученности проблемы. Этимологические, структурно-функциональные, дискурсивно-прагматические особенности, проблемы и решения печатной прессы в средствах массовой информации в лингвистике всегда были в центре внимания ученых.

В частности, в дискурсе межкультурных отношений ряд научных исследований был посвящен изучению французского языка, имеющего статус лингва-франка среди языков мира, и “лингвистической и экстралингвистической природе французских газет и журналов”². Общие сведения о французской прессе представлены в работах по грамматике французского языка³. Некоторые особенности газетных заголовков

²Серова С. А. Лингвистический анализ новостных газетных статей: оценочный аспект Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2007. –С. 23; Введенская, Л.А. Проблемы общедоступности языка газеты Л.А. Введенская, Методы исследования журналистики. Вып. 3. –Ростовн. Д., 1981. – С. 55-61.; Altschtull, J.N. Agents of Power: the role of the news media in human Mediengeschichte Grundwissen Medien W. Faulstich (Hg). – Munhen affairs J.N. Altschtull. New York-London, 1984.; Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society H.D. Lasswell Communication of Ideas Bryson (Ed). New York, 1948.; Шмелев, Д.Н. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды (печать, радио, телевидение, документальное кино) Д.Н. Шмелев; под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1980.; Хаблак, Г.Г. Грамматические особенности газетно-публицистической речи, Вестник Моск. Ун-та. Сер. 10, Журналистика. 1984. №1. – С. 31-34.; Boltanski L., Mالدидьер P. La Vulgarisation scientifique et son public: une enquête sur Science et vie, Centre de sociologie de l'éducation et de la culture. – Paris, 1977. – Р. 1-18.; Романова М.Д. Французские научно-популярные журналы / М.Д. Романова // Вестник МГИМО-Университета. – 2015. – № 3. – С. 290-292.

³Wagner R.L. , Pinchon J. Grammaire du français classique et moderne. – Paris: Hachette, 1972. 1 vol. – Р. 648; Басманова А. Г. Именные грамматические категории в современном французском языке : учеб. пособие - М.: Высш. шк., 1977. –С. 198.; Баженова, Н. М. Актуализаторы имени существительного в современном

изучаются с разных точек зрения в научных работах французских и зарубежных лингвистов (Charaudeau 1992; Gaudin 2000; Grevesse 2008; Белова 2009, Добросклонская 2005, Доценко 2009, Кубанова 2007)⁴. Также существует ряд работ, посвященных вопросам “Сравнительного изучения комплекса информации в заголовках”⁵. Однако, в современных французских газетных заголовках дискурсивное представление информации, всестороннее изучение функционально-прагматического анализа, связанного с выражением той или иной информации в рамках языковой системы или определенного дискурса, изучение названия французской газеты, как компонента текстовой системы, отражающей национальную специфику.- культурная идентичность и имеющее чисто функционально-синтаксическое значение детально не проводится.

Средства массовой информации, особенно информация в печатной прессе, изучались на английском, французском, немецком, русском, узбекском и других языках как объект специального исследования на основе разных подходов. Например, в английской антропонимии были проанализированы такие темы, как идентичность личности и прагматика⁶, а

французском языке: автореф. дис. канд. филол. наук : 10.02.05., А. И. Герцена. – СПб., 2003. –С. 23.; Васильева Н.М., Пицкова Французский язык: теоретическая грамматика. Морфология. Синтаксис: ускоренный курс: (на фр. яз.): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 1991. – С. 298; Могилевская, А. Д. Скрытая грамматическая категория лица у французского имени: автореф. дис. . канд. филол. наук: 10.02.05; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2000. – С. 23; Dubois J. Grammaire structural du français: nom et pronom / J. Dubois. – Paris : Librairie Larousse, 1965. – P. 192; Гак В.Г. Теоретическая грамматика французского языка: учеб. для вузов / – М.: Добросвет, 2000. – С. 832.

⁴Charaudeau P. Grammaire du sens et de l'expression – Paris: Hachette, 1992. – P. 927; F. Gaudin, L. Guespin Initiation a la lexicologie frangaise de la neologie aux dictionnaires – Bruxelles: Duculot, 2000. – P. 355; Grevesse V. Ecritures journalistiques. Strategies redactionnelles, multimedia et journalisme narratif – Bruxelles: De Boeck, 2008. – P. 252; Есина Е.В. Семантико-прагматический аспект языка французских СМИ : на материале женских журналов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2006. – С. 23; Искандерова В.И. Фразеологические единицы библейского происхождения в языке французской периодической печати: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2005. – С. 15; Марченкова И. С. Дискурсивная характеристика текстов газетной рубрики "происшествия" (faits divers) во французской прессе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2008. – С. 25; Белова Ю. А. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов : дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2009. – С. 62; Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов. М., 2005. 2-изд. – С. 288; Доценко М. Ю. Синтаксис газетного заголовка : структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста: Дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009; Кубанова А. З. Субстантивное словосочетание как единица синтаксической номинации в роли газетного заголовка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2007.; Шамелашвили, М. А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1982. – С. 25; Лютая, А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис.... канд. филол. наук. – Волгоград, 2008. – С. 22; Верещинская, Ю.В. Испанский газетный заголовок: лингвопрагматический и национально-культурный аспекты: автореф. дис.... канд. филол. наук: – М., 2013. – С. 22; Лочмеле, Г.Д. Заголовок в тексте англоязычной коммерческой рекламы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Л., 1988. – С. 15.

⁵Шамелашвили М. А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): автореф., канд. филол. наук. М.: 1982. – С. 24; Стам И. С. Экспрессивные газетный заголовок его взаимодействие с текстом (на материале советских центральных газет и английской коммунистической газеты «Морнинг стар») // автореф. дис. М.: ун-т им. М. В. Ломоносова, 1982. – С. 22; Зеленев А.Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка: автореф., канд., дисс. . Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2009.

⁶Шумилова А.В. Новообразования в газетном заголовке: структурно-функциональный аспект: на материале нижегородских СМИ : дисс. ... канд. филол. н.; Н.Н., 2011. –С.298; Агапова А.Н. Заголовок в современной русской прессе: эпистемический и прагматический аспекты: дисс.канд.филол. наук, 2011. – С.185; Гарагуля С.И. Антропонимическая прагматика и идентичность индивида (опыт системного описания личных имен в США): Автореф. ... дисс. филол. наук. М., 2009. – С. 42.

также использование аллюзионных и прецедентных антропонимов⁷. В немецком художественном дискурсе описываются вопросы развития познавательного значения существительных⁸. Коннотативная семантика и прагматическое содержание русских личных имен теоретически интерпретируются в коммуникативном аспекте⁹, который французские антропонимы¹⁰ описывают с дискурсивно-прагматической точки зрения. Однако, было замечено, что дискурсивная презентация информации, лексико-грамматические, функционально-прагматические аспекты современных французских газетных заголовков были изучены недостаточно.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертация выполнена в рамках научно-исследовательского плана Бухарского государственного университета “Актуальные проблемы языкознания”.

Цель исследования - определить характеристики современных французских газетных заголовков, состоящих из фонетических, грамматических и лексических единиц на грамматическом, структурно-семантическом и функционально-прагматическом уровнях.

Задачи исследования заключаются в следующем:

изучение мнений ученых о концепциях дискурса и прагматики в лингвистике и выражение отношение к ним;

определение принципов, которые опираются на содержательные аспекты газетного дискурса, классификацию газетных заголовков и определение их функций;

классификация названий французских периодических изданий по функционально-прагматическому параметру и учет их лингвистических аспектов;

выявить языково-формальные и неформально-речевые формы информации в газетных заголовках и выявить компоненты, составляющие их содержание;

выделение сущности функционально-прагматических значений в дискурсивном представлении информации в заголовках французских газет;

определение типов фонетических, грамматических и лексических форм в составе газетного заголовка;

⁷Наумова Т. М. Аллюзивные и прецедентные антропонимы в составе британского лингвокультурного концепта *beauty* // Филологические науки. Вопросы теории и практики (входит в перечень ВАК) 2017. № 10. Ч.1.–С.151-154; Псеунова Б.Х. Антропонимы в современном американском молодежном сленге (психолингвистический анализ): Автореф. ... дис. канд. филол. наук. М., 2011. – С. 24.

⁸ Hayes E. R. The pragmatics of perception and cognition in MT Jeremiah 1:1–6:30: a cognitive linguistics approach. Berlin; NewYork: deGruyter, 2008. 272 p.; Чикаткова Ю. А. Развитие когнитивного значения имен собственных, восходящих к немецкому фольклору, в немецкоязычном художественном дискурсе : автореф.... дисс. канд. филол. н. –С., 2010. – С. 23.

⁹Антышев. А.Н. Имена. Немецкие антропонимы. Башк. госуд. аграр.ун7т. Уфа, 2001, – С. 202.; Андреева К.А. Русское личное имя в коммуникативно-прагматическом аспекте: Автореф.... дисс.канд.филол.наук. М., 2011. – С. 23.; Ненашева Т.А. Коннотативная семантика референтно однозначного имени: монография. – Н. Новгород, 2012. – С. 153.; Рубцова, Е. Ю. Прагматическое содержание антропони-мов: На материале русского и английского языков: Дис. ... канд. филол. наук.Ростов н/Д, 2006. – С. 151.

¹⁰Камолова С.Ж. Француз антропонимларинингдискурсив-прагматик тавсифи. – Самарқанд. 2020, – Б. 148.

анализ функционально-стилистических особенностей информации в заголовках современных французских газет.

Объект исследования. В качестве объекта исследования были выбраны заголовки современных французских газет, таких как Мوند (Le Monde), Фигаро (Le Figaro), Круа (La Croix), Экип (L'Equipe), Паризьен (Le Parisien), Юманите (l'humanité). В этом смысле, исходя из информации, ежегодно публикуемой Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) (2013-2023гг.), газетами Liberation (1996-2022гг.), Le Figaro (1998-2022), Le Monde (2003-2023гг.), L'Humanité (1999-2023гг.), а также интернет-источниками других газет и всевозможных из информативных и оценочных газет были выбраны заголовки французских газет, которые передавали информацию.

Предметом исследования являются национально-культурные, функционально-прагматические особенности, влияющие на выбор языковых средств в заголовках французских газет.

Методы исследования. При освещении темы исследования были использованы методы классификации, описания, контекстуальный, социодискурсивный, лингвопрагматический, функционально-прагматический, дискурс - анализ методы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

доказано, что информационный дискурс в заголовках современных французских газет формируется под влиянием функционально-прагматического аспекта, текстуально-дискурсивных, генетико-культурологических, социально-исторических и лингво-культурных факторов;

аргументировано, что заголовки, встречающиеся во французской прессе, в соответствии с содержанием газетных заголовков и способом их подачи проявляются в следующих формах: заголовок-примечание, заголовок - запись, заголовок-резюме или заголовок - комментатории, парадокс-заголовок, заголовок-цитата;

обосновано, что синтаксические сочетания во французских газетных заголовках, как лексико-грамматические особенности формирования и коммуникативные функции, содержание и информационная связность (логико-содержательная согласованность) в форме речи, или презентабельных текстов, основаны на том факте, что они формируются в контексте ярких метафорических высказываний;

с точки зрения адресата, типы современных французских газетных заголовков бывают информативными, привлекательными, вводящими в заблуждение, недостоверными, а по содержанию заголовка, «шапка», колонка, основной заголовок, слоган определяется, что их информационный дискурс выражается через повествовательные, вопросительные и восклицательные словосочетания.

Практические результаты исследования:

анализируется дискурс газеты и его особенности, устанавливаются принципы, опирающиеся на выявление классификации и функций газетных

заголовков, с точки зрения адресата, выделяются основные типы газетных заголовков;

текст заголовка и коммуникативные действия, привлекательность заголовка, формы речи в заголовках прессы, принадлежность газетных заголовков разным разделам одной и той же газеты основаны на лингвистической точке зрения;

были исследованы эффективность восприятия заголовка, его способность привлекать внимание клиентов, а также на синтаксические и прагматические правила, связь заглавия со статьей и другие составляющие компоненты.

Достоверность результатов исследования определяется тем, что проблема грамотно и конкретно поставлена, теоретические сведения основаны на научных источниках, правильности выбранных художественных источников предмету исследования, подходом к объекту и обоснованностью используемых методов к цели исследования, классификации, описания, контекстуального, социодискурсивного, лингвопрагматического, функционально-прагматического, дискурсивного анализа теоретических идей и выводов, что определяется тем, что в его основе лежат методы, теоретические воззрения, а также как практическое применение выводов, так и подтверждение результатов компетентными структурами.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов диссертации определяется тем, что возможности реализации дискурсивного смысла определяются на основе анализа информации современных французских газетных заголовков в дискурсивно-прагматическом аспекте, обогащаются области семасиологии, лексикологии, семантического синтаксиса, лингвокультурология и прагмалингвистика, выделяются лингвопрагматические характеристики типов дискурса.

Практическая значимость результатов исследования заключается в дифференциации языка и речевых явлений, широком использовании его результатов в системе высшего и среднего специального, общего образования, при преподавании современного французского языка в высших учебных заведениях, в частности, “Стилистика французского языка”, “Стилистика и текстологический анализ”, “Речь учителя”, “Современная лингвистика”, “Редактирование художественного текста” а так же при организации специальных семинаров, при подготовке учебно-методических комплексов, словарей, текстов лекций, при проведении исследований текстов для магистерских и докторских работ (PhD), служит ресурсом при создании учебников и учебных пособий, а также в редакторской работе и в деятельности журналистов.

Внедрение результатов исследования. На основе научных результатов, достигнутых в процессе анализа в дискурсивно-прагматическом аспекте информации в заголовках современных французских газет:

теоретические выводы о функционально-прагматическом аспекте тексто-дискурсивных, генетико-культурологических, социально-исторических и лингвокультурных факторов информационного дискурса в заголовках современных французских газет, были использованы при реализации Фундаментального научного проекта ФА-Ф-1-005 "«Изучение истории фольклористики и литературоведения каракалпаков» в 2017-2020 годах, при Каракалпакском Научно-исследовательском институте (Справка за № 17.01/132 от 10 июня 2022 года Каракалпакского отдела Академии наук Узбекистана). В результате дискурсивного представления и функционально-стилистических особенностей информации в заголовках современных французских газет расширились возможности определения лингвокогнитивного механизма отношений между людьми в рамках языковой коммуникации;

научные выводы и рекомендации по формированию основы синтаксических отношений во французских газетных заголовках на основе лексико-грамматических средств, а также на основе коммуникативных функций, содержательной и информационной согласованности (логико-содержательной непротиворечивости), прецедентных текстов, ярких метафорических высказываний, были использованы при выполнении инновационного проекта по переводу каталога "Святые места и места поклонения в Узбекистане" в рамках проекта программы 56-01/10 "Инновационные возможности по популяризации исторических памятников в святых мест Узбекистана (на пяти языках)" Обществом Узбекско-Французской дружбы при Фонде по поддержке негосударственных некоммерческих организаций и других институтов гражданского общества при Олий Мажлисе Республики Узбекистан (Справка за №93 от 20 мая.2012 года Общества Узбекско-Французской дружбы). В результате материалы диссертации послужили исследованию роли информации в газетных заголовках в повседневном общении, их национальных, культурных, исторических и социальных особенностей;

результаты выводов о том, что согласно содержанию газетных заголовков и способу их подачи, заголовки, встречающиеся во французской прессе бывают: заголовок-описание, заголовок - запись, заголовок-резюме, или комментирующие заголовки, заголовок-парадокс, заголовок-цитата, были использованы при подготовке сценария телепередачи Бухарским областным телевидением "Истиклол-ТВ" на информационном канале "Худуд янгиликлари" (Справка за №1812 от 13 июня 2022 года телерадиокомпании "Истиклол-ТВ" Бухарской области). В результате, содержание материалов, подготовленных для этих телешоу, было доведено до совершенства и обогатилось научными доказательствами, обеспечив научную популярность шоу.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования опубликованы в 14 статьях, из них, обсуждались на 7-х международных и 7-х республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. Всего по теме исследования опубликовано 20 научных работ, в том числе 6 научных статей опубликовано в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов диссертаций, из них 3 - в республиканских журналах и 3 - в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Исследовательская часть диссертации составляет 131 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во Введении диссертации обосновываются актуальность и необходимость темы, уровень изученности и научной новизны проблемы, зависимость научной работы от приоритетных направлений развития науки и техники нашей страны, определяются объект, предмет, методы, цели и задачи, научно-теоретическая и практическая значимость результатов, полученных в ходе исследования, их сведения о внедрении в практику, утверждении, опубликованных работах, объеме диссертации.

Первая глава диссертации, под названием **“Основные теоретические основы исследования”**, посвящена анализу теоретических исследований в области газетных заголовков, газетного дискурса и его особенностей, классификации и функциям газетных заголовков, функционально-прагматическому аспекту газетного текста и дискурса. В главе рассматриваются структура, функциональные аспекты заглавия французских периодических изданий, проблемы исследования газетного заглавия как компонента текста.

Теоретической основой исследования являются научные изыскания французских и зарубежных ученых. Изучение текста и медиаматериалов осуществлялось по правилам, изложенным в работах Дж.Корнера, Р.Бартона, Л.Мартина, П.Альберта¹¹. В ходе просмотра и анализа газетных заголовков опирались на работы П.Альберта, Ф.С.Нйландера, А.Саувагеот, Е.И.Кузнецовой, Л.В.Шарончиковой, Е.М.Чекалиной¹². Функционально-прагматический, национально-культурный аспект коммуникации в

¹¹Corner, J. (2013) ‘Is there a “field” of media research? Media, Culture & Society 35(8): – P. 1011-1018.; Барт П. От произведения к тексту. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – С. 413–423.; Martin-Lagarrette, J.-L., Le guide de l’écriture journalistique, Paris, La Découverte, 2005., – P. 255.

Albert P., Sonnac N., La presse française au défi du numérique, Paris, La documentation française, 2014. – P. 208.;

¹²Albert P., Sonnac N., La presse française au défi du numérique, Paris, La documentation française, 2014. – P. 208.; F.SNylander Le titre de presse, analysesyntaxique, pragmatique et rhétorique, Université de Stockholm, 1998., Stockholm, Cahiers de la Recherche, – P. 251.; A. Sauvageot: Français écrit, français parlé. Les procédés expressifs du français contemporain, Larousse, 1970., – P. 123-124; Кузнецова Е.И. Медиальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды: автореф. дис... д-ра филос. наук / Е.И. Кузнецова. – Нижний Новгород, 2010., – С. 56.; Шарончикова Л. В. Журналистское образование во Франции // Журналистское образование зарубежом. – М.: Изд-во Моск.ун-та, 2007. –С. 18-22. Чекалина Е.М. Семантические аспекты шведской грамматики: системно-функциональный и сопоставительно-типологический анализ. М.: МАКС Пресс, 2017. – С. 196.; Шарончикова Л. В. Журналистское образование во Франции // Профессия – журналист. Вызовы XXI века. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2007. – С. 247-248.;

диссертации изучался на основе работ В.фон Гумбольдта, Э.Сепира, А.Вежбицкой¹³.

Известно, что “пресса” относится к печатным формам средств массовой информации. Печать включает в себя газеты, журналы, альманахи. Пресса - совокупность всей печатной продукции, в узком смысле представляет собой периодические издания, преимущественно газеты и журналы (синоним - пресса), как острое и действенное орудие общественного сознания, оказывает постоянное и активное влияние на общество личности, формирует общественное мнение, является мощной идеологической силой внушения в общественное сознание определенных взглядов, является фактором и освещает жизнь общества в различных (общественно-политических, хозяйственно-производственных, научно-технических) направлениях¹⁴.

Действительно, в современном мире культуры функционально-прагматическая точка зрения важна при дискурсивном представлении информации в газете и газетных заголовках и в осознании сути содержащегося в ней содержания. В настоящее время общественная жизнь с бесчисленными сетями немыслима без газет.

Следует отметить, что “Газета – это зеркало, кратко отражающее все события, происходящие в мире, стране, городе и дающее свою интерпретацию видимым фрагментам общественной жизни – фактам, событиям, явлениям, лицам...”¹⁵.

Нам известно, что в газете, заголовок занимает имеет основное место. Стефания Пташник, лингвист, лексикограф, социолингвист, переводчик Гейдельбергской Академии наук, также подчеркивает, что газета должна обращать внимание на правильное размещение своего заголовка в первую очередь: “При работе с большим количеством газет по разным тематикам, объема и оформления, читатель выбирает не только те, которые имеют интересное содержание, но и те, которые нравятся читателю по оформлению материала и количеству дополнительной информации (заголовки, подзаголовки, цитаты, субтитры, изображения и т. д.)”¹⁶.

Сегодня во Франции среди ежедневных газет национального значения следует отметить газеты “Le Figaro”, “Le Parisien”, “Le Monde”, “France-Soir”, “La libération”, “L’opinion”, “Première”, “Eure infos”, “L’actu”, которые издаются самым большим тиражом, и необходимо особо отметить дискурсивное изложение информации в них.

Учитывая направленность диссертации, представляет особый интерес дать краткий комментарий к определению понятия “дискурс” с точки зрения

¹³ Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985. – С. 448.; Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. Язык. Введение в изучение речи., – С. 185-194.; XI. Язык и литература, – С. 195-203. Язык и среда, – С. 270-284. Культура подлинная и мнимая, – С. 465-493.; Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М.: Языки славянской культуры, Том 22, 2018: Культурная семантика и прагматика: к юбилею Анны Вежбицкой, – С.717-748.;

¹⁴ <https://uz.wikipedia.org/wiki/Matbuot>

¹⁵ Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий, Свердловск Из Уральск. ун-та. 1990. – С. 173.

¹⁶ Ptashnyk, S. (2009). Phraseologische Modifikationen und ihre Funktionen im Text. Eine Studie am Beispiel der deutschsprachigen Presse. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, – P. 436.

лингвистических словарей и ученых лингвистов-когнитивистов. Поскольку акцентируется внимание на таких явлениях, как содержание типов речевых актов, роль цели общения в структуре дискурса, выражение мысли и умственные способности участников общения, поскольку они занимают особое место для определения прагматического эффекта.

Н.Д.Арутюнова определяет дискурс как: “Экстралингвистически – прагматический, социально-культурный, психологически взаимосвязанный текст с другими факторами; текст, взятый в аспекте реальности; целенаправленное социальное движение, речь, которая рассматривается как компонент, вовлеченный во взаимодействие людей, именно речь рассматривается как компонент, участвующий в механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – речь “погруженная в жизнь”¹⁷. На наш взгляд, понятие “дискурс”, необходимо рассматривать с точки зрения лингвистики, литературной критики, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии.

Возвращаясь к газетному дискурсу, следует отметить, что газета является одной из разновидностью СМИ, то есть характеристики, характерные для информации и массовой коммуникации в целом, характерны и для газетного дискурса.

Заголовок газеты имеет многофункциональный характер, который характеризуется его основными функциями, такими как информативная, номинативная, интегративная (связующая), рекламная, разделенная графиками, композиционная, оценочно-экспрессивная, газета активно служит для дискурсивного представления информации в заголовках. Заголовок выполняет различные функции в зависимости от этапов восприятия текста, таких как до прочтения, во время чтения и после прочтения. Заголовки также можно классифицировать по степени полноты представления семантического элемента в тексте полноинформативными и частично информативными символами. Среди заголовков, дающих полную информацию, выделяют номинативные и предикативные заголовки.

На основе изучения существующих научных работ, посвященных изучению заголовков, с учетом содержания и стиля изложения заголовков, постараемся дать их классификацию следующим образом, на основе более широкого рассмотрения представленной информации и функции информативности заголовков во французской прессе: 1. *Повествовательный* заголовок используется для получения дополнительных новостей. Стиль подачи сообщения в этом заголовке заключается в том, чтобы представить суть спокойно и просто; 2. *Регистрация* заголовка. Сегодня специфическое «название» ситуаций или описаний людей часто используется в насмешливом или шутовском тоне для очерков и портретных интервью; 3. *Резюме или описательный* заголовок. Ироничное «пояснительное» резюме – не редкость. Такие заголовки контента предоставляют дополнительные

¹⁷ Арутюнова, Н.Д. Дискурс, Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева – М. : Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 136-137.

возможности для комментирования текста; 4. *Парадокс – заголовок*. Такой заголовок вызывает любопытство, удивляет читателя, а иногда и искусственно повышает важность быстрого, неважного сообщения; 5. *Имена в заголовке, имена участников мероприятия* повышают интерес к тексту.

Здесь в качестве вывода можно сказать, что газетный заголовок представляет собой особый тип предложения, предикативность газетного заголовка реализуется только по отношению к тексту. Газетный заголовок выполняет в газетном разделе три основные номинативную, информативную и прагматическую функции. Заглавие современной французской газеты имеет функционально-прагматический характер, что достигается за счет использования в составе текста фонетических, лексических, грамматических, стилистических и невербальных средств. Также можно сказать, что стремительно развивающиеся современные тенденции, то есть увеличение размеров заголовков, их коммуникативных функций, содержательной и информационной стороны, усиливают состояние снисходительности к иронии автора.

Во второй главе исследования, озаглавленной **«Грамматические особенности информации во французских газетных заголовках»**, рассматриваются морфологические особенности французских газетных заголовков, синтаксические аспекты французских газетных заголовков и основные типы газетных заголовков.

По мнению А. З. Кубановой, «Заголовок – это специфический код, который одновременно сжимает содержание текста, включает его и вызывает интерес к чтению текста»¹⁸. А.А.Лютая рассматривает заголовок как «заглавие есть коммуникативная единица в предтекстовой позиции».

Заголовки выполняют необходимую журналистскую функцию, поскольку отображаются не только в печати, но и в библиографиях, а также имеются в базах данных, архивах, на страницах в Интернете и т. д. Кроме того, сокращенные заголовки передают информативность или оценивают детализированную в статье информацию, выполняя важную прагмалингвистическую функцию.

Разнообразие французских изданий связано с их разными функциональными характеристиками, функционально-прагматической направленностью и разными целями, которые отражаются в названиях каждой газеты, а также журнала как образца для всех изданий.

Заголовок статьи во французской газете имеет сложную структуру:

- *префикс (pré-titre)* (может отсутствовать),
- *настоящее заголовок (titre)* (всегда указывается)
- *подзаголовок (sous-titre)* (может отсутствовать).

Наличие предисловий и подзаголовков не означает, что информация избыточна, но дает информацию о ее уточнении и разъяснении. Предзаголовок дает читателю контекст, который описывает новость,

¹⁸ Кубанова, А. З. Газетный заголовок современной газетной прессы / А. З. Кубанова. – Русский язык и литература. – 2004. – № 6. – С. 42.

определяет основную тему заголовка. Под заголовком размещается краткое изложение освещаемого события, именуемое лидом (*lead ёки entrée*). Каждое название будет иметь свое графическое оформление.

Изучение грамматических особенностей заглавий проводилось в *два этапа*: на *первом этапе* внимание уделялось употреблению морфологических единиц (глаголов и глагольных форм, существительных, прилагательных, наречий, местоимений и др.), а на *втором этапе* было обращено внимание на употребление синтаксических единиц в зависимости от видов жанра заглавия.

Информационные тексты составляют основную часть медиатекстов и информируют читателей о наиболее важных и интересных событиях. К основным жанрам этого типа текстов относятся новости, репортажи и интервью. Заголовки в основном выполняют информативную функцию. Влияющая функция выступает в качестве помощника, состояния, проявляющего текстовую документацию. Для информативных текстовых заголовков (преимущественно информативных и описательных) характерно использование более нейтральной лексики. Например, – *Le Japon demande à la population de quitter la zone à 30 kilomètres de Fukushima*¹⁹ – Япония просит жителей покинуть район в радиусе 30 километров от Фукусимы.

Аналитические тексты являются одним из важных компонентов современных медиа, они вносят в содержание информации определенное философское объяснение за счет того или иного идеологического контекста, то есть выполняют скорее идеологическую или воздействующую функцию массовой коммуникации.

Для новостных статей во французской прессе характерно использование в качестве заголовков сложных словосочетаний, тогда как для аналитических статей чаще встречаются безглагольные заголовки. Со стилистической точки зрения информативные жанры используют лексически нейтральные заглавия, а аналитические жанры, наоборот, используют более риторические и эмфатические заглавия.

В средствах массовой информации литературно-публицистические тексты представлены в виде рецензий, очерков, брошюр, фельетонов. В них информативность, документальность высказывания вторичны, реальные доказательства, а также оценки превращаются в метафорические ассоциации, сравнения и сходства.

В заголовках современных французских газет можно увидеть, что глагол «être» выражается с помощью речевых глаголов, опуская его, или даже заголовки вообще без глагола. Например: *Fribourg, douce pour le climat; La Floride à l'avantgarde de la censure; Au nom de Bangkok*²⁰ (*non verbale*).

Другой тип газетных заголовков – информативный; восклицательные заголовки; являются информационными заголовками. Заголовки обычно

¹⁹ Libération, N° 10824 10 mars 2016 https://www.epresse.fr/orange_kiosque/liberation/2016-03-10

²⁰ Courrier International 14 Avril 2022

содержат как можно больше информации. По словам Ива Агнеса: “*Le titre informatif est le titre-roi de la presse quotidienne, mais aussi pour tous les articles de la presse périodique qui ont pour but premier d’apprendre un fait au lecteur, de lui livrer une information utile pour sa culture personnelle, dans sa profession, dans sa vie quotidienne*”²¹.

Монд (Le Monde) давно известна своими информативными заголовками. Часто считается, что он богат очень длинными заголовками с полной информацией. 50 % исследованных заголовков в тексте журнала Монд (Le Monde) составляют информационные заголовки, информационные заголовки 4-х газет составляют в сумме 54 %. Тот факт, что создание информативных заголовков не составляет труда для журналистов, также изучался и анализировался на примерах в ходе исследования.

Обоснуем изложенные выше пункты на *четырёх правилах*, которые рекомендует Ив Аньес для именованя информативных заголовков: *во-первых*, необходимо частично ответить на вопросы, освещающие информацию; *во-вторых*, необходимо сократить, исключив лишнее, ненужные слова, дополнительную информацию, не являющуюся важной; *в-третьих*, с заголовком, в частности, добавлением надзаголовка для размещения действия или придания статье соответствующего поля; *четвертое* - использование с глаголами или без них²².

Чтобы нагляднее доказать рассуждения, уместно сравнить следующие два примера: “*A Ben Gardane, le choc et la peur face au péril djihadiste*”²³ также “*Terrorisme: l’armée appelle les réservistes à la rescousse*”²⁴ В обоих есть информативное заглавие *кто?, что?, где?* В заголовке газеты Фигаро (*кто?: l’armée, что?: appelle les reservistes à la rescusse, сектор: терроризм*) глагол (*appelle*) используется для выражения движения, а *кто* в заголовке Монд (*Le Monde*) *?: les habitants* (имеется ввиду), *что?: le choc et la peur face au péril djihadiste, где?: à Ben Gardane* чтобы повысить эффективность заголовка и подчеркнуть его лексемы *le choc* и *la peur* уместно использовать их в качестве ключевых слов. Коэффициент заглавия имеет две основные формы: определенный коэффициент или пассивный коэффициент. Типичная форма точного отношения: имеющий (SN) + соотношение + (SN) дополнение. В пассивной форме: (SN) дополнение + глагол “être” + глагол участия (*participe passé*) + *par/de* + имеющий SN. Глагол выражает как действие, ход событий, так и хронологию свидетельства по отношению друг к другу.

По длительности *le passé*, *le présent* и *le futur* делятся на *antériorité*, *simultanéité* и *posteriorité*. В результате анализа, когда мы объединяем все газеты, мы наблюдаем, что около 80% заголовков используют глагол настоящего времени. В большинстве названий действие события представляет реальность или дискурс, который уже произошел, а глагол обозначается временем *le passé composé* (причастие прошедшего времени).

²¹ Yves Agnès, Manuel de journaliste, – Paris, La Découverte, 2002. – P. 143.

²² Yves Agnès, Manuel de journaliste, – Paris, La Découverte, 2002 – P. 131.

²³ Le Monde, vendredi le 11 mars 2016

²⁴ Figaro, jeudi 10 mars 2016 N° 22264

Мы обнаружили, что одна часть имеет много разных форм. Предлог *De* выражает принадлежность к предмету или лицу, принадлежность или название, ценность, качество предмета. Заголовки, образованные от предлогов, имеют широкий спектр предлогов *vers, sur, en, dans, pour, à, sans*.

Подводя краткий вывод, статистические данные показали, что заголовки без глаголов более предпочтительны в ежедневных газетах и периодических изданиях. Более того, было обосновано, что разнообразие французских изданий связано с их разными функциональными особенностями, функционально-прагматической направленностью.

В третьей главе, озаглавленной «**Лексические особенности заголовков французских газет**», исследуется лексический состав заголовков французских газет. Также изучалось употребление неологизмов, заимствованных слов, терминов, имен собственных, аббревиатур. С целью определения семантики акронимов и аббревиатуры в заглавии анализируются взаимосвязи между текстом статьи, функциональными видами заглавий, состоящими из акронимов и аббревиатур, рассматриваются и анализируются и средства выражения назначения каждого функционального вида заглавий.

Поскольку газеты используют различные языковые средства для передачи своих новостей, такие как словари, прилагательные, условные предложения, сравнения, метафоры, диагнозы, антитезы, поэтому методология нашего исследования представляет собой дискурсивный, прагматический, функциональный анализ информации в заголовках, а также лексический состав французских газетных заголовков, основанных на изучении таких средств.

По – мнению Мартина Лагардета “*Les titres incitatifs: ils révèlent l’esprit de l’article plus que sa matière et s’appuient souvent sur des jeux de mots inspirés de titres de films ou de livres, de slogans publicitaires, etc*”²⁵ – то есть восклицательные заголовки: раскрывают суть статьи больше, чем тему, и часто основаны на игре слов, вдохновленных названиями фильмов или книг, рекламных лозунгов.

Несомненно, точка зрения этого ученого также отражена в следующих примерах: В названии «*Le Souffle au cœur*»²⁶ используется фраза «*souffle au cœur*», которая одновременно является и болезнью, и названием фильма

На основе изучения существующих научных работ, посвященных изучению заголовков, с учетом содержания и стиля изложения заголовков, ниже могут быть представлены принципы организации заголовков, встречающиеся во французской прессе.

1. Повествовательный заголовок часто похож на руководство, которое ведет читателя к широким новостям и «показным видам», где заголовок

²⁵ Jean-Luc Martin Lagardette Le Guide de l’écriture journalistique, 2005, – P.137. November 10, 2005

²⁶ <https://sante.journaldesfemmes.fr/fiches-maladies/2542672-souffle-au-coeur-definition-cause-symptomes-sport/#:~:text=Le%20souffle%20au%20c%C5%93ur%20ou,lors%20de%20l'auscultation%20cardiaque.>

объясняет ситуацию, в том числе: *Les projets d'exploration des grands fonds menacent les mollusques; Inde, les antimusulmans affichent leur haine*²⁷.

2. Регистрация заголовка. Для репортажей и портретных интервью часто используется в насмешливом или шутовском тоне: *Steve Savidan : « J'ai connu la précarité intellectuelle»; Il n'y a pas que le foot dans la vie...*²⁸

3. Заголовок – резюме или описательный заголовок. Сегодня во французской прессе очень популярны такие заголовки, в которых часто используются безличные, расплывчато-личные формы, фиксирующие ситуацию как характерную, почти юридическую. Во многих случаях заголовки резюме содержат саркастические примечания, например: *«Un simple chèque de 100 euros face à la hausse continue des prix»*²⁹

4. В парадоксальном заглавии часто присутствует интрига, ощущение: *À Madagascar, la première famine climatique*³⁰;

5. Использование имен собственных в заглавия, упоминание участников события вызывает желание перехода к тексту, в том числе: *L'héritage perdu du général de Gaulle; Jérémy Galvan, une cuisine intellectuelle*³¹;

6. Заглавие - цитата. Этот тип заголовка эффективен и распространен, он обеспечивает прямые ссылки. Создается впечатление надежности: *“Non au crime”, a dit le cardinal; Les prêtres ne doivent pas s'impliquer dans la politique (Le cardinal); Il doit y avoir un accord politique sur le CNE (Jose Virtuoso)*³².

В ходе исследования была составлена таблица количественных данных подачи информации в заголовках современных французских газет. Общее количество заголовков в каждом разделе, статьи которых являются самостоятельными или дополнительными статьями, то есть количество заголовков в каждой газете, можно наблюдать на следующей: Мوند (Le Monde) 174 (т.е 15 %), Вар-матин (Var-Matin) (178, т.е 15 %), Обс (L'Obs) (159 или 14 %), Экспресс (L'Express) (152 или 14%) и 139 имеющие заглавие, также, Канард еншейн (Le Canard enchaîné) (12,59%), Фигаро (Le Figaro) 244 заглавия является наиболее заметным среди титулов (т.е. 22%), в то время как Liberation соответствует общему количеству титулов с 13%.

Мы знаем, что аббревиатуры очень распространены в лексическом фонде языков мира, и в их употреблении есть несколько специфических аспектов. Здесь следует отметить, что акронимы и аббревиатуры также широко используются в названиях вышеупомянутых французских газет. Для определения их семантики необходимо проанализировать взаимосвязи между текстом статьи, обратить внимание на функциональные типы заголовков, состоящие из акронимов и аббревиатур, и на средства выражения назначения каждого функционального типа заголовков.

Правила сокращения заголовков газет «О сокращениях заголовков и названий изданий» соответствуют нормам ISO (International Organization for

²⁷ Monde Mardi 4 Janvier 2022

²⁸ Le Figaro Mercredi 20 Avril 2022

²⁹ Vendredi 22, Samedi 23 et Dimanche 24 Octobre, 2021 № 23297 L' Humanité

³⁰ Les Echos Lundi 25 octobre 2021

³¹ Valeurs Actuelles 6 Janvier 2022

³² L'Equipe Lundi 14 Mars 2022

Standardization – Международная организация по стандартизации 4 от 1997 года). Международная организация ISSN поддерживает и обновляет список сокращений для разных языков. Н: Audit Comptabilité Contrôle: Recherches Appliquées (ACCRA), Actualité juridique collectivités territoriales (AJCT), Последовательное использование двух сокращений создает трудности для читателей, особенно для тех, кто не всегда интересуется этой областью. В этом случае любой сокращенный заголовок может быть создан из списка поисковых терминов в Интернете, но заголовки, состоящие только из одного слова, не будут сокращены. Можно продолжить выражение идей в этом контексте еще на нескольких примерах.

Таким образом, заголовки статей (37% для ежедневных и 25% для еженедельных изданий) и заголовки (14% для ежедневных и 8% для еженедельников). Также было обнаружено наличие разницы в количестве информативных и убедительных заголовков между ежедневными и еженедельными изданиями. При изучении всех газет было выяснено, что заголовок является важным элементом, при крупном шрифте он не только играет роль оглашения информации, но и побуждает человека к прочтению статьи.

В общем, обзор структуры заголовков, используемых в текстах политических новостей, показал, что одной из основных их характеристик является лаконичность. Ясность и четкость названий характеризуется не только количеством слов, но и тем, насколько информативны лексемы и как эти лексемы связаны друг с другом.

Если принять во внимание перечисленные выше функции, то становится понятным значение «назначение заглавия». Назначение заголовка состоит, прежде всего, в том, чтобы четко передать краткое содержание текста новостей, а также привлечь внимание читателя и тем самым в определенной степени повлиять на него.

В нашем диссертационном исследовании мы предлагаем следующее определение, обобщающее типологические признаки газетных заголовков: газетный заголовок является важным структурно-смысловым компонентом СМИ, тесно связанным с другими компонентами этой системы, такими как темы, идеи, факты, участники, ссылки и т.п. подключен, всегда стоит перед текстом, называет его и дает о нем предварительную информацию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования особенностей дискурсивной подачи информации в рамках функционально-прагматического аспекта современных французских газетных заголовков были сделаны следующие научно-теоретические выводы:

1. В мире культуры важным считается дискурсивное изложение информации в газетах и газетных заголовках и понимание их содержания, а предсказуемость газетного заголовка реализуется только по отношению к

тексту. Это доказывается анализом дискурсивной подачи информации в заголовках современных французских газет.

2. Назначение заголовка состоит, прежде всего, в том, чтобы четко передать краткое содержание текста новостей, а также привлечь внимание читателя и тем самым в определенной степени повлиять на него. Ясность и понятность заглавий характеризуется не только количеством слов, но и тем, насколько информативны лексемы и как эти лексемы взаимосвязаны.

3. Газетный заголовок выполняет в газетном разделе три основные функции: номинативную, информативную и прагматическую. Заглавие французской газеты имеет прагматичный характер, достигаемый за счет использования в качестве компонента текста фонетических, лексических, стилистических, грамматических и невербальных средств, а также особенность газеты проявляется в использовании лексики компонента с социокультурной направленностью, структурного типа заглавия и соотношение его прагматического потенциала с жанром статьи.

4. Возрастающие размеры заголовков, их коммуникативные функции, содержательно-информационная сторона, влияние «Речевой моды» также существенно соответствуют современным тенденциям. Выбранный в исследовании подход позволяет объяснить причины употребления тех или иных глагольных форм, типов предложений и лексико-семантических единиц в газетных заголовках, выявить их семантику в контексте конкретной статьи, а значит, проанализировать механизм воздействия авторских намерений в использовании форм языковых единиц.

5. Использование прецедентных текстов, ярких метафорических предложений в заголовках повышает конкурентоспособность газеты, привлекая внимание, вызывая интерес читателя и побуждает его к дальнейшему чтению газетной статьи. Также цель заголовка состоит в том, чтобы четко передать краткое содержание текста новостей, а также привлечь внимание читателя и тем самым в определенной степени повлиять на него.

6. Было отмечено, что разнообразие французских изданий связано с их различными функциональными характеристиками, дискурсивно-прагматической направленностью, а намеченная цель отражена в названиях каждой газеты и журнала как образца для всех изданий. Также заглавие французской газетной статьи имеет свою сложную структуру, во-первых, *предзаголовок (prétitre)* (может не существовать), *во-вторых, настоящее заглавие (titre)* (всегда дается), *в-третьих, подзаголовок (sous-titre)* (может и не быть), и становится понятным, что каждое заглавие имеет свое графическое оформление и дает информацию об уточняющей и проясняющей информации, не предполагая при этом избыточности.

7. При анализе функционально-прагматических, функционально-стилистических особенностей информационного дискурса в современных французских газетных заголовках в изъявительных, вопросительных и восклицательных заголовках с точки зрения адресата определяется информативный, привлекательный, вводящий в заблуждение, ущербный тип газетных заголовков и его отличает то, что он основан на анализе основного

заголовока и подзаголовка. Кроме того, было замечено наличие тематических заголовков, состоящих из ссылок или популярных фраз, связанных с изображаемым событием.

8. На основе изучения существующих научных работ, посвященных дискурсивному изучению информации в функционально-прагматическом аспекте современных французских газетных заголовков, с учетом содержания и стиля изложения заголовков, представлены принципы организации заголовков, встречающиеся в французской прессе следующим образом: 1. Заголовок повествовательный; 2. Заголовок - запись; 3. Заголовок – краткий или пояснительный заголовок; 4. Парадоксальное заглавие; 5. Имена участников заголовка; 6. Заголовок-ссылка.

9. Заголовки текстов современных СМИ должны быть достаточно информативными, способными заинтересовать читателя и тем самым вызвать у него желание продолжить чтение статьи. Также можно выделить следующие функции заголовков: номинативная функция – заголовок является названием текста; информативная функция – заголовок резюмирует содержание и тему текста; рекламная функция – заголовок вызывает интерес, привлекает внимание читателя; дейктическая функция – заголовок показывает текст внешнего мира; аппеллятивно-экспрессивная функция – заглавие воздействует на читателя, определенным образом передавая информацию; функция гипертекста, т.е. подача заголовков в информативной новостной ленте соблюдается с целью привлечения внимания читателя.

10. В результате анализа статей под названиями *Le Monde*, *Le Figaro*, *La Croix*, *L'Equipe*, *Le Parisien*, *L'Humanité*, *Libération*, *Express*, *Canard Enchaîné*, которые все являются ежедневными, еженедельными, ежемесячными и ежегодными периодическими и региональными современных французских газет и около 80% заголовков, передающих информационную и оценочную информацию, используют глагол настоящего времени и в большинстве случаев он выражается без глагола.

11. Сегодня заголовки, как правило, основаны на нетрадиционных моделях во всех языках, включая французскую прессу. Соответственно, что принципы практики, которые давно должны были быть ясными и лаконичными, заменяются на противоположные. Стоит отметить, что заголовки произведения делятся на полностью информативные и частично информативные, точечные заголовки по полноте представления смысловой элемент.

**SCIENTIFIC COUNCIL DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03 AWARDED
SCIENTIFIC DEGREES AT BUKHARA STATE UNIVERSITY**

BUKHARA STATE UNIVERSITY

JURAEVA MAKSUDA MUHAMMADOVNA

**DISCURSIVE PRESENTATION OF INFORMATION IN MODERN
FRENCH NEWSPAPER HEADLINES (FUNCTIONAL-PRAGMATIC
ASPECT)**

10.00.04 – Language and Literature of the peoples of Europe, America and Australia

**DISSERTATION ABSTRACT
for a Doctor of Philosophy scientific degree (PhD) in PHILOLOGY**

Bukhara – 2023

<https://buxdu.uz>

The theme of the dissertation for a Doctor of Philosophy (PhD) was registered under No. B2022.1.PhD/Fil2208 by the Supreme Attestation Commission.

The dissertation has been accomplished at Bukhara State University.

The dissertation abstract in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) has been placed on the website of the Scientific Council (www.buxdu.uz) and «Ziyonet» Information-educational portal (www.ziyonet.uz).

Scientific advisor: **Ismailov Slakhiddin Ismailovich**
Candidate of Philology, Associate Professor

Official opponents: **Shirinova Rakhima Hakimovna**
Doctor of Science in Philology, Professor

Absalamova Gulmira Sharifovna
Doctor of Philosophy in Philology (PhD)

Leading organization: **Samarkand State University**

The dissertation defense will be held on “27” May 2023 at 09⁰⁰ at the meeting of the Scientific Council DSc.03/04.06.2021.Fil.72.03 awarding scientific degrees at Bukhara State University (Address: 200118, Bukhara, M.Iqbol street, 11. Phone: (0365) 221-29-14; Fax: (0365) 221-27-57; e-mail: buxdu_rektor@buxdu.uz).

The dissertation is available at the Information-resource center of Bukhara State University, (registration number 298). Address: 200118, Bukhara, M.Iqbol street, 11. Phone: (0365) 221-25-87

The dissertation abstract is distributed on “03” May 2023.
(Mailing report № 23-17 on “03” May 2023).



D.S.Uraeva
Chairperson of the Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of Science in Philology, Professor

Z.I.Rasulov
Scientific Secretary of the Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of Science in Philology, Associate Professor

D.Z.Radjabov
Deputy Chairperson of the Scientific Seminar under Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of Science in Philology, Professor

INTRODUCTION (PhD thesis annotation)

The aim of the research work is to determine the characteristic features of modern French newspaper headlines consisting of phonetic, grammatical and lexical units at the grammatical, structural-semantic and functional-pragmatic levels.

The object of the research work is modern French newspaper headlines as Mond (Le Monde), Figaro (Le Figaro), Croix (La Croix), Equipe (L'Equipe), Parizen (Le Parisien), Yumanite (L'Humanité) were selected as the object of the research. Thus, French newspaper headlines that convey all kinds of informative and evaluative information from the data published annually by the Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) (2013-2023), Liberation (1996-2022), Le Figaro (1998-2022), Le Monde (2003- 2023), L'Humanité (1999-2023) and headlines of internet source articles from other newspapers were selected.

The scientific novelty of the research work includes the followings:

it has been proved that the formation of the functional-pragmatic aspect of information discourse in modern French newspaper headlines based under the influence of contextual-discursive, genetic-cultural, socio-historical and linguistic-cultural factors;

it has been stated that the classification of the headlines found in the French press fall into *headline*, *headline-note*, *headline-resume or descriptive headline*, *paradox-headline*, *headline-quote* according to the content and presentation style of newspaper headlines;

it has been justified that the facts considered the basis of syntactic relations in French newspaper headlines formed by lexico-grammatical tools and their participation in ensuring communicative functions, content and informational coherence formed on the basis of precedent texts, bright metaphorical sentences;

it has been determined that the expression of informative, attractive, misleading, flawed types of modern French newspaper headlines from the addressee's point of view, and "headline", "column", "main headline", "tagline" types according to the content of the headline through indicative, interrogative and exclamatory headlines of information discourse.

Implementation of the research results. Based on the scientific results obtained during the analysis of information in the discursive-pragmatic aspect of modern French newspaper headlines:

from the theoretical conclusions about the functional-pragmatic aspect of information discourse in modern French newspaper headlines formed under the influence of contextual-discursive, genetic-cultural, socio-historical and linguistic-cultural factors FA-F-1-005, carried out in 2017-2020 at the Karakalpak Humanities Scientific Research Institute " It was used in the implementation of the fundamental scientific project "Researching the history of Karakalpak folklore and literary studies" (Karakalpakstan branch of the Academy of Sciences of Uzbekistan, reference No. 17.01/132 dated June 10, 2022). As a result, the discursive presentation of information and functional-stylistic features of modern

French newspaper headlines, opportunities to determine the linguo-cognitive mechanism of relations between people within the framework of linguistic communication have expanded;

lexical-grammatical tools form the basis of syntactic relations in French newspaper headlines and from scientific conclusions and recommendations on the fact that its participation in ensuring communicative functions, content and informational coherence (logical-content consistency) was formed on the basis of precedent texts, bright metaphorical sentences. Public fund for support of non-governmental non-commercial organizations and other institutions of civil society under the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan Uzbekistan- In the French Friendship Society 56-01/10 as part of the program "Innovative possibilities of pilgrimages of Uzbekistan in the promotion of historical monuments (five languages)" was used in the translation of the catalog "Pilgrimages and holy places of Uzbekistan" (Uzbekistan-France Friendship Society, reference No. 93 dated December 15, 2022). As a result, the dissertation materials served to research the role of information in newspaper headlines in daily communication, their national, cultural, historical and social characteristics;

according to the content of the newspaper headlines and the way of presentation, the headlines appearing in the French press are presented in the form of headline, headline-note, headline-resume or explanatory headline, paradox-headline, headline-quote, Bukhara region "Istiqlol-TV" television channel "Hudud news" " " was used in the preparation of the scenario of the informational program ("Istiqlol-TV" Broadcasting company, reference No.1812 dated June 13, 2022). As a result, the content of the materials prepared for these TV programs was improved, enriched with scientific evidence, and it was achieved to ensure the scientific popularity of the program.

The outline of the thesis. The dissertation consists of an introduction, three chapters, the conclusion, and the list of used literature, with a total volume of 131 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (I часть, Part 1)

1. Jurayeva M.M. Medias relations in French discourse // Middle European Scientific Bulletin. Vol. 12, May 2021. – P.178-180. ISSN: 2694-9970. (Impact Factor – JIF 7.525)

2. Jurayeva M.M. Discursive Presentation of Information in the Headlines of Modern French Newspapers // International journal on orange technology. Vol. 04, Issue 3, March 2022. – P. 5-10. ISSN: 2615-7071. (Impact Factor –Crosref 8.75)

3. Jurayeva M.M. Pour une analyse fonctionnelle et discursive des titres de la presse française // Educational Research in Universal Sciences. Vol. 1, Issue 7, 2022. – P.422- 428. ISSN: 2181-3515. (Impact Factor – SJIF 4.556)

4. Jurayeva M.M. Француз газетаси сарлавҳаларининг лексик таркиби. Innovative Development in Educational Activities. VOL. 2, ISSUE 6, March, 2023. – В. 324-329. ISSN: 2181-3523. Impact Factor (SJIF): 5.938

5. Jurayeva M.M. Yozma matbuot diskursining funksional // Ilm sarchashmalari. – Ургенч, 2021. – №6.– В. 162-164. (10.00.00; №3).

6. Jurayeva M.M. Fransuz gazeta sarlavhalarining sintaktik xususiyatlari // O'zbekiston milliy universiteti xabarлари. –Toshkent, 2022. – №1/10. – В. 211-213. (10.00.00; №15).

7. Jurayeva M.M. For the functional and discourse analysis of the french press headlines // O'zbekiston milliy universiteti xabarлари. –Toshkent, 2022. – №1/12/1. – В.232-234. (10.00.00; №15).

8. Jurayeva M.M. Matbuot va jurnalistika // Fan va texnologiyalar taraqqiyoti. ISSN: 2181-8193, – Buxoro, 2022. – №7. – В. 235-238. (05.00.00; №25).

9. Jurayeva M.M. Fransuz gazeta matnlarida akronim va abbreviaturalar tahlili (замонавий француз газеталари мисолида) // “FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES” – Italia 13 April 2023. ISBN 978-955-3605-86-4. – P. 179-183.

II bo'lim (II часть, Part II)

10. Jurayeva M.M. Газета ва унинг сарлавҳаларидаги ўзига хос хусусиятлар //Multidisciplinary Scientific Journal. VOL. 1, ISSUE 7, March, 2023. – В. 87-95. ISSN: 2181-4120,

11. Jurayeva M.M. Le role du titre dans un article de journal International Scientific and Practical Conference “Modern philological paradigms: interaction of traditions and innovations II”–Toshkent, 2022. – P.315-322.

12. Jurayeva M.M. Les médias français // Roman-Genman filologiyasining dolzarb muammolari: Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman. – Samarqand, 2021. – В.239-241.

13. Jurayeva M.M. «J'aime lire» et «Je bouquine» // Qiyosiy adabiyotshunoslik chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik: muammo, yechim va istiqbollari. Ilmiy-amaliy konferentsiya. – Buxoro, 2021. – B. 337-342.

14. Jurayeva M.M. 6-синфда Антуан де Сент-Экзюпери ижодини ўрганиш усуллари // Чет тилларни ўрганишнинг замонавий муаммолари ва истиқболлари: Республика илмий-амалий конференцияси. – Бухоро, 2014. – Б.366-367.

15. Jurayeva M.M. Таълим самарадорлиги – инновацион технологиялар // Таълим тизимининг барча босқичларида чет тилларни ўрганишни янада ривожлантириш. – Бухоро, 2016. – В.291-294.

16. Jurayeva M.M. Sur les expressions et les verbes auxiliaires “avoir” et “être” // Прагмалингвистика, функционал таржимашunoslik ва тил ўрганиш жараёнлари интеграцияси: Республика илмий-амалий анжуман материаллари тўплами. – Бухоро, 2018. – Б.244-247.

17. Jurayeva M.M. Les types des jeux à la leçon et leurs particularités // Адабиётшunoslik ва таржимашunoslikнинг долзарб муаммолари: адабий жараён, қиёсий адабиётшunoslik, услубшunoslik ва тилшunoslik масалалари. Республика илмий-амалий конференцияси материаллари. – Бухоро, 2019. – Б. 466-468.

18. Jurayeva M.M. Француз ва ўзбек шеърлятида эркин вазн // Таълим тизимида чет тилларда ўрганишнинг замонавий муаммолари ва истиқболлари: Халқаро илмий-амалий анжуман. Бухоро, 2020. – Б. 807-811.

19. Jurayeva M.M. Elegiya va marsiya munosabati // Xorijiy tillarni o'rgatishda zamonaviy innovatsion texnologiyalardan foydalanishning maqsad va vazifalari hamda dolzarb usullari: Respublika miqyosidagi onlayn ilmiy amaliy anjuman materiallari. – Buxoro, 2020. – B. 284-286.

20. Jurayeva M.M. O'zbek she'riyatidagi musallas va uchlik janrlari haqida // Tafakkur va talqin ilmiy maqolalar to'plami. – Buxoro, 2020. – B. 192-195.

21. Jurayeva M.M. Typologie des genres poésiques dans la littérature française et ouzbèke // Fransuz va o'zbek adabiyotida she'riy janrlar tipologiyasi. Monografiya. – Buxoro, 2021. – B.82.

Avtoreferat “Durdona” nashriyotida tahrirdan o‘tkazildi hamda o‘zbek, rus va ingliz tillaridagi matnlarning mosligi tekshirildi.

Bosishga ruxsat etildi: 29.04.2023 yil. Bichimi 60x84 ¹/₁₆, «Times New Roman» garniturada raqamli bosma usulida bosildi.
Shartli bosma tabog‘i 2,7 Adadi: 100 nusxa. Buyurtma №206.

Guvohnoma AI №178. 08.12.2010.
“Sadriiddin Salim Buxoriy” MChJ bosmaxonasida chop etildi.
Buxoro shahri, M.Iqbol ko‘chasi, 11-uy. Tel.: 65 221-26-45

