

Journal of Social Research in Uzbekistan**TITLE-THE NAME OF THE TEXT*****Sakhiba Yakhayevna Nasimova****assistant**Samarkand State Medical University**Samarkand, Uzbekistan**E-mail: nasimovasohiba4@gmail.com***ABOUT ARTICLE****Key words:** text, title, fractality, actualizer, semiotics, Baltic work.**Received:** 09.08.24**Accepted:** 11.08.24**Published:** 13.08.24

Abstract: This article presents some considerations about the headings of a literary text. The title is the name of the text, its main thesis; it performs nominative, communicative and advertising functions. Depending on the situation, the title may be in the text with or without illustrations. When there is a photo in addition to the signature, it complements and concretizes the image. In the absence of an illustration, the title also assumes the function of attracting the reader's attention.

SARLAVHA –MATNNING NOMLANISHI***Sohiba Yaxyayevna Nasimova****assistant**Samarqand Davlat TibbiyotUniversiteti**Samarqand, O'zbekiston**E-mail: nasimovasohiba4@gmail.com***MAQOLA HAQIDA****Kalit so'zlar:** matn, sarlavha, fraktallik, aktualizator, semiotika, baliy asar.

Annotatsiya: Mazkur maqolada bidiiy matn sarlavhasi to'risida ayrim mulohazalar keltirilgan. Sarlavha-matnning nomlanishi, uning asosiy tezisi; u nominativ, kommunikativ va reklama funksiyalarini bajaradi. Vaziyatga qarab, sarlavha matnda rasmlı yoki rasmsiz bo'lishi mumkin. Sarlavhaga qo'shimcha ravishda fotosurat bo'lsa, u tasvirni to'ldiradi va konkretlashtiradi. Illustratsiya bo'lmasa, sarlavha kitobxonlar e'tiborini jalb qilish funksiyasini ham o'z zimmasiga oladi.

ЗАГОЛОВОК-НАЗВАНИЕ ТЕКСТА

Сахиба Яхаевна Насимова

ассистент

Самаркандский государственный медицинский университет

Самарканд, Узбекистан

E-mail: nasimovasohiba4@gmail.com

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: текст, заголовок, фрактальность, актуализатор, семиотика, балийская работа.

Аннотация: В этой статье представлены некоторые соображения о заголовках художественного текста. Заглавие-наименование текста, его основной тезис; оно выполняет номинативную, коммуникативную и рекламную функции. В зависимости от ситуации заголовок может быть в тексте с иллюстрациями или без них. Когда в дополнение к подписи есть фотография, она дополняет и конкретизирует изображение. В отсутствие иллюстрации заголовок также берет на себя функцию привлечения внимания читателя.

KIRISH

Ma'lumki, sarlavha – bu matnni nomlash, uni muayyan makonda ifodalash va uni talqin qilishning dastlabki, eng keng chegaralarini belgilashdir. Kompozitsiyaning elementi sifatida sarlavha har qanday matnga xosdir. Aslida, aynan sarlavha ma'lum bir belgilar to'plamli mikromatn, ya'ni mazmuniy va kompozitsion butunlik ekanligini ko'rsatadi. Semiotika nuqtayi nazaridan sarlavha va matn bir-biri bilan belgi va referent sifatida bog'liq: sarlavha belgi sifatida matn o'rnini bosuvchi ijtimoiy-madaniy makonda yuzaga keladi. Ushbu substitutiv funktsiya asosan sarlavhaning semantik va tarkibiy xususiyatlarini aniqlaydi: matnning o'zi bilan taqqoslaganda kichik hajm, semantik to'yinlanlik ko'zga tashlanadi.

ASOSIY QISM

Sarlavha-matnning nomlanishi, uning asosiy tezisi; u nominativ, kommunikativ va reklama funksiyalarini bajaradi.

Sarlavhalar matnlar dunyosi – kitoblar, maqolalar, xabarlar, veb-saytlar bo'ylab harakatlanishingizga yordam beradi. Biz ulardan kerakli matnni aniqlash uchun foydalanishimiz mumkin. Buning uchun ular haqiqatan ham o'z vazifalarini samarali bajarishlari kerak bo'ladi.

Vaziyatga qarab, sarlavha matnda rasmiy yoki rasmsiz bo'lishi mumkin. Sarlavhaga qo'shimcha ravishda fotosurat bo'lsa, u tasvirni to'ldiradi va konkretlashtiradi. Illustratsiya bo'lmasa, sarlavha kitobxonlar e'tiborini jalb qilish funksiyasini ham o'z zimmasiga oladi.

Mashhur reklama beruvchi D.Ogilvi shunday deydi: "Sarlavha aksariyat reklamalarning eng muhim elementidir. U telegramma funksiyasini bajarib, unga qarab odamlar reklama matnini o'qish

yoki o'qimaslikni hukm qilishadi. Sarlavhalarni reklamaning asosiy matniga qaraganda o'rtacha besh baravar ko'p odam o'qiydi" [1].

Xuddi shu ta'rifni badiiy asar matniga nisbatan ham berish mumkin. Badiiy asar sarlavhasi uning hali o'qib chiqilmagan, yashirin syujeti haqida qisqa tezis sifatida xizmat qiladi.

Matnning ma'nosi sarlavhada o'ralgan, yashirin tarzda keltiriladi. S.Krjijanovskiyni fikricha sarlavha – bu cheklangan kitob; kitob esa kengaytirilgan sarlavhadir [2]. Aytish joizki, sarlavha matnni talqin qilishda boshlanadigan birinchi so'z sifatida paydo bo'ladi va natijada o'quvchilarning umidlari ufqini belgilaydi. Shu bilan birga, sarlavhani matnning muallif tomonidan qilingan birlamchi talqini sifatida ham ko'rib chiqish mumkin [3].

Darhaqiqat, sarlavha metamatn darajasining muhim birligidir; bu o'zaro ta'sir qiluvchi (ko'pincha assotsiativ darajada), keyingi matn bilan va boshqa shunga o'xshash matnlar bilan o'zaro bog'liq bo'lgan, munosabatlarning maxsus, matnusti tizimlarini tashkil etuvchi maxsus kichik matndir.

Sarlavha matn kodini ma'lum darajada ochib beradi. Bu jarayonni dekodlash jarayoni desak ham bo'ladi. Aynan ana shu dekodlash jarayonida retrospektiv rol o'ynab, sarlavha, kitobxonni asarning mikrodunyosi bilan tanishtiradi. Shu bilan birga, sarlavha keyingi voqealar haqida ma'lum darajadagi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan kirishning bir turi bo'lsa, boshqa tomondan, u barcha mantiqiy, semantik, struktur qism sifatida namoyon bo'ladi. Matnning lingvistik signallari retrospektiv ravishda tushuniladi.

V.I.Tyupa matn sarlavhasida uch muhim xususiyat mujassam bo'lishi kerak deb ta'kidlaydi:

1. Referent xususiyat – badiiy asarning ichki dunyosi bilan bog'liqlik xususiyati. Bunda asar sarlavhasi uning voqea-hodisalari markazida turgan qahramon obrazi bilan ham bog'liqligi kuzatiladi.

2. Kreativ xususiyat – matnning ma'lum bir kommunikativ voqea tashkilotchisi sifatida muallifning ijodiy erkinligi bilan o'zaro bog'liqligi.

3. Retseptiv xususiyat – berilgan kommunikativ hodisaning potensial amalga oshiruvchisi sifatida o'quvchining ijodiy munosabati bilan matnning o'zaro bog'liqligi [3].

Umuman, badiiy matn sarlavhasini matnning informatsion tuzilishining asosiy elementi sifatida o'rganish matndagi sarlavhaning holati, uning matndagi mavqei, badiiy matnlar sarlavhalarining funksional o'ziga xosligi va subtekstning ta'rif bilan uzviy bog'liqdir. Ushbu masalalarni faol o'rganish XX asrda, matn rus va xorijiy olimlar tomonidan ko'rib chiqila boshlanganda, uni talqin qilish nazariyasi nuqtayi nazaridan, shuningdek I R. Galperin tomonidan matnning axborot tuzilishi nazariyasi paydo bo'lganidan keyin boshlandi (I.V.Arnold, N.D.Arutyunova, V.A.Kuxarenko, Yu.M.Lotman va hokazo) [4;5;6;7;8].

Bugungi kunda subtekst hodisasini aniqlash, matn sarlavhasining holati, turli janrdagi matn sarlavhalarining funksional o'ziga xosligi bo'yicha tadqiqotchilarning turli nuqtayi nazarlari, shuningdek, badiiy asar nomini matnning informatsion tuzilishining asosiy elementi sifatida tushunish va talqin qilish tadqiq qilinayotgan masalani dolzarbligini ko'rsatadi.

S.M.Shakirov ta'kidlaganidek, badiiy matn hodisasi unda ifodalangan ma'no va cheksiz g'oyalarida yotadi: har bir yangi mutolaa kitobxonni tushunish maydonini oshiradi [9].

Darhaqiqat, bir qator tadqiqotchilar (Valgina, Psursev, Kuxarenko va hokazo) yuqori axborot uzatish, tasviriylik va yashirin ma'nolarni o'z ichiga olish qobiliyati badiiy matn sarlavhasini o'ziga xos xususiyatlari ekanligini va aynan sarlavhadanoq bir badiiy asar boshqalardan ajralib turishini ta'kidlashadi [10;11;7] .

Badiiy matnning turli xil ifodalari, uning implikativligi uning sarlavhasiga xos bo'lgan bir qator o'ziga xos xususiyatlarni aniqlaydi, chunki sarlavha I.R.Galperin nuqtayi nazaridan "matnning siqilgan, oshkor qilinmagan mazmunidir" [4]. Shuningdek, sarlavha badiiy matn vositasi sifatida qo'shimcha matn yaratadi. Badiiy matnning o'zi esa Galperinning fikricha, matn pozitsiyalariga qo'shimcha yuk yuklaydi . Sarlavhaning qo'shimcha imkoniyatlari haqida N.A.Kojina shunday deydi: "sarlavha badiiy asar nomiga ham, bu haqda muallifning shaxsiy bayonotiga ham xizmat qiladi" [12].

Badiiy asarning o'ziga xos xususiyati shundaki, u muallifning asl niyatiga muvofiq boshi va oxiri bir-biriga bog'langan yopiq makondir. Muallifning g'oyasi, aslida, badiiy asarni qurishning asosiy prinsipi rolini o'ynaydi va birinchi navbatda barcha darajalarda namoyon bo'ladi - alohida jummalarni qurishdan tortib, hikoya chizig'ini rivojlantirishgacha. U o'quvchini hikoya rivojini diqqat bilan kuzatishga majbur qiladi, uning xayolini u yoki bu yo'nalishga tortadi.

Har birimiz bilamizki, o'quvchining qiziqishiga ta'sir birinchi harflar, birinchi bo'g'inlar, birinchi so'zlar, ya'ni sarlavha bilan boshlanadi. Agar har qanday badiiy asarning birinchi tarkibiy elementi - sarlavhaga e'tibor qaratsak, sarlavhaning informatsion, g'ayrioddiy va o'ziga xos xususiyatiga ko'zimiz tushadi.

Matnning sarlavhasi, ayniqsa badiiy matnniki, murakkab hodisa. V.A.Kuxarenkoning fikricha, sarlavha matnning "kuchli pozitsiyasini" ham ko'rsatadi [7]. Bu atama Fineas nazariyasiga va I.A.Boduyen de Kurtenening fonetik almashinuviga asoslangan. Biroq, keyinchalik bu atama matnga ham qo'llanilishni boshladi. Zamonaviy matn tilshunosligida kuchli pozitsiyalar "matnning eng muhim ma'nolarini ajratib ko'rsatishni ta'minlaydigan matnning maxsus tashkil etilishi"deb tushuniladi... ma'nolar iyerarxiyasini o'rnatish, eng muhim narsalarga e'tibor qaratish, hissiylik va estetik ta'sirni kuchaytirish, bir xil va turli darajalarga tegishli qo'shni va uzoq elementlar o'rtasida mazmunli aloqalarni o'rnatish matnning izchilligi va eslab qolishini ta'minlaydi" [13].

Matnga nisbatan sarlavha holatini aniqlash muammosi hali ham munozarali hisoblanadi. Shunday qilib, sarlavhaning mustaqilligi foydasiga kuchli dalillar mavjud, ya'ni sarlavhaning matndan tashqarida mustaqil ravishda mavjud bo'lish qobiliyati, matnning elementi sifatida sarlavha g'oyasi, sarlavhalarining funksional xususiyatlari haqidagi savollar va shunga o'xshash boshqa masalalar tilshunoslarni hanuzgacha diqqatini tortmoqda.

Turli janrdagi matnlar sarlavhalarining funksional xususiyatlari masalalari tadqiqot adabiyotlarida keng keltirilgan (Bogdanova, Dimitreva, Kuxarenko va boshqalar) [14;15;7]. Bundan tashqari, badiiy matn sarlavhalarining funksional xususiyatlarini belgilaydi. Ushbu muammo doirasida ko'plab tadqiqotchilar badiiy matn sarlavhasining quyidagi asosiy funksiyalarini ajratish mumkinligini ta'kidlashdi. Bu esa, o'z navbatida, matn sarlavhasi badiiy matn va kitobxon o'rtasidagi asosiy bog'lovchi vosita vazifasini bajarishini ko'rsatadi:

- nominativ funksiya (nomlash). Nominativ funksiya barcha sarlavhalarga xosdir va tarixan matn sarlavhasining asosiy vazifasi bo'lgan.

- Grafik tanlash funksiyasi: sarlavhaning bu funksiyasi sarlavha matn maydonidan ajratib ko'rsatilganligi bilan ifodalanadi, bu grafik vositalar yordamida amalga oshiriladi — sarlavhaning matn oldidagi holati, shrift va boshqalar.

- Informatsion funksiya: har qanday sarlavha ochilgan matn haqida ma'lumot beradi;

- Jozibador xususiyati. Sarlavhaning jozibali funksiyasi o'quvchining e'tiborini va matnni umuman o'qishga bo'lgan qiziqishini jalb qilishda amalga oshiriladi va turli holatlarda u kamroq yoki aniqroq ifodalanadi;

- Bashoratli funksiya. Shuni ta'kidlash kerakki, ba'zi tadqiqotlarda bu funksiya istiqbolli deb ataladi, ya'ni sarlavha asosiy matnni ushbu mavzuni rivojlantirishga yo'naltiradi, unga konkretlashtiruvchi, tushuntirish havolasi rolini beradi.

Tilshunoslarning fikriga qo'shilgan holda yana shuni ham ta'kidlashimiz mumkinki, lingvistik nuqtayi nazardan sarlavha matnning nomi. Semiotik ma'noda esa bu matnning birinchi elementidir. Sarlavha, ayniqsa, talqinlarning ko'pligini yorqin aks ettiradi va yaxlit matn birligini yaratishda muhim rol o'ynaydi. U matn mazmunini to'liq tushunishga o'ziga xos kalit vazifasini bajaradi. Bu, o'z navbatida, matnni to'liq o'qiganimizda va sarlavhaning barcha funksional xususiyatlarini matn bilan birlashtirganimizda yuzaga chiqadi.

Matnning asosiy mohiyatini o'z ichiga olish uchun xizmat qiladigan va uning asosiy me'yoriy elementi sifatida qaraladigan sarlavha masalasi tilshunoslarni uchun eng muhim bo'lib qolmoqda. Shuning uchun biz matnni alohida emas, balki sarlavha bilan ajralmas o'zaro ta'sirida ko'rib chiqamiz.

Shubhasiz, o'z shakllanishida bir necha bosqichlardan o'tgan matn semantik jihatdan bir o'lchovli bo'lishi mumkin emas. G.A.Oleinikovaning so'zlariga ko'ra, matnni "fraktal struktura"

sifatida ko'rib chiqish mumkin. Fraktallik ma'lum bir tarzda xarakterni tavsiflash orqali badiiy obrazlarni shakllantirishga ko'maklashadi hamda qahramonning xatti-harakati boshqa qahramonlar ko'zlari bilan kuzatiladi. Bu tabiiy ravishda ma'lum bir tarkibiy va semantik o'ziga o'xshashlikni yaratadi, qabul qiluvchiga mavzuning individual psixologik xususiyatlarini shakllantirishga va muallifning umumiy g'oyasini aniqlashga imkon beradi [16].

Shu sababli, badiiy asarning nomi semantik omil va funksional xususiyatlar bilan bir qatorda fraktallik elementlariga ega bo'lgan murakkab struktur-semantik butunlik deb ta'kidlash mumkin.

Muayyan jihatdan fraktallik allaqachon o'quvchilar nigohi bilan bosh qahramonning xarakterini tasvirlashda badiiy matn va badiiy obrazlar sarlavhasining shakllanishiga xosdir. Masalan, Oybekning mashhur "Navoiy" yoki Mirmuhsinning "Temur Malik" romanlari. Bunday vaziyat, tabiiy ravishda ma'lum bir struktur va semantik o'ziga o'xshashlikni keltirib chiqaradi, bu esa adresatga hikoyaning badiiyligiga kiritilgan mavzuning intivlual psixologik parametrlarini shakllantirish imkoniyatini beradi.

Lingvistik fraktallik turli xil mualliflik registrlari asosida namoyon bo'ladi: asar hikoyachi nomidan taqdim etiladi, unga boshqa qahramonlarning "gaplari" kiritilib, muallif ifoda etayotgan asosiy fikrlari bilan birgalikda o'ziga xos hamohanglikni yaratadi hamda fraktalikning o'zgacha xususiyatini ta'minlaydi.

Misol tariqasida quyidagi asarlarning nomlarini keltirish mumkin: "Sariq devni minib", "Mening o'g'rigina bolam", "Dunyoning ishlari" va boshqalar.

Qisqa shakli va butun matnga nisbatan ajratilgan pozitsiyasiga qaramay, sarlavha ushbu matn tushunchasini ifodalash vositasi sifatida juda muhim rol o'ynaydi. Muallif, asarlarining sarlavhasiga asosiy g'oyani yorqin ko'rsatib berishga xizmat qiladigan, o'z nuqtayi nazaricha eng muhim sanaladigan so'z yoki so'zlar birikmasini tanlaydi.

Matn g'oyasining aktualizatori bo'lish uchun sarlavha uning barcha elementlariga kirib boradi, ya'ni u matn bilan yaxlit bir tizimiga singdirilgan bo'lib, sarlavhaning semantik mazmuni matn tarkibiga kirish jarayonida uning segmentlaridan biri bo'lib qoladi.

Sarlavha o'quvchiga adabiy asar bilan tanishishning butun jarayoni davomida hamroh bo'ladi. Sarlavhani tushunish asta-sekin jarayon bo'lib, uning ma'nosi o'quvchi uchun matnning o'ziga singib ketganda o'zgaradi. Muallif deyarli har doim asar tugagandan so'ng asarga nom beradi. Sarlavhada muallif tomonidan qo'yilgan haqiqiy ma'no butun asarni o'qib chiqqandan keyingina aniq bo'ladi. Shunday qilib, sarlavha o'zining asosiy funksiyasini to'la ravishda faqat yakunlangan matn bilan ajralmas aloqada bajarishi mumkin.

Ko'rinadiki, sarlavha ikki tomonlama xarakterdagi adabiy asar yoki maqolaning o'ziga xos elementi sanaladi. Bir tomondan, u matndan oldin, uning ustida "yuqorida" va uning oldida turgan lingvistik tuzilishdir. Shuning uchun sarlavha matndan tashqarida va ma'lum bir mustaqillikka ega

bo'lgan nutq elementi sifatida qabul qilinadi. Boshqa tomondan, sarlavha matnning to'liq tarkibiy qismi bo'lib, unga kiritilgan va butun badiiy asarning boshqa tarkibiy qismlari bilan bog'langan.

Sarlavhaning bu ikki tomonlama tabiati uning ko'plab xususiyatlarini belgilaydi. Sarlavha matnning yagona tizimdir: "sarlavha-bu matndir".

Bu kabi tushunchani biz Sh.Turniyozovning ham ishlarida kuzatishimiz mumkin: "Mustaqil so'z matn tarzida kelganda, garchi u nominativ birlik bo'lsa-da, tugal fikr ifodasini bera oladi va bunday paytda nutq birligi maqomini oladi. Albatta, mazkur holatni doimiy deb tushunmaslik lozim.

Chunki so'z nutq birligi emas, balki til birligidir. Uning nutq birligi tarzida qo'llanishi, asosan, biror bir voqea-hodisani yoki san'at asarlarini nomlashda ko'p kuzatiladi" [17].

Asar nomlanishiga doir bu kabi fikrlarni boshqa bir qancha olimlarning ham ishlarida uchratishimiz mumkin. Jumladan N.Turniyozovning fikricha, katta polotnoga chizilgan surat «Tong» deb nomlangan bo'lsa, mazkur so'z matn maqomiga ega ekanligi shubhasizdir. Yoki xaritaning tepa qismiga «Toshkent» deb yozilgan bo'lsa, bu o'rinda ham bir so'z orqali ifodalanayotgan matnni ko'ramiz [18].

Darqaiqat, bunday vaziyatda mustaqil so'z tugal fikr ifodasini berib, voqelikka to'liq munosabat bildiradi. X.Z. Xayrullayev ta'biri bilan aytganda, bu o'rinda mustaqil so'z orqali ifodalanayotgan predikativlik hodisasi kuzatiladi [19].

XULOSA

Sarlavhaning o'quvchiga ta'sir qilish nuqtayi nazaridan ahamiyati matnning konsepsiyasi va tugashi bilan birga stilistik jihatdan kuchli pozitsiyani egallashi bilan belgilanadi. Asarining aynan ushbu komponenti eng ko'p e'tiborni tortadi. Matnning sarlavhasi, taqdimoti va oxiridagi ma'lumotlar birinchi navbatda o'zlashtiriladi va asosiy ma'lumot birligi sifatida qabul qilinadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Огилви Д. О рекламе. <https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php>.
2. Кржижоновский С. Пьеса и ее заглавие; Поэтика заглавий // Т. 5. СПб., 2006. – С.87.
3. Тюпа В.И. Произведение и его имя // Аспекты теоретической поэтики: к 60-летию Н.Д. Тмарченко. М.; Тверь, 2000. (Литературный текст: проблемы и методы исследования. Вып. 6);
4. Галперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981. - С.146;
5. Арнольд И.В. Стилистика декодирования (Курс лекций). — Л., 1974. — С. 376;
6. Артюнова Н.Д. Логический анализ языка: Референция и проблемы текстообразования / под ред. Н. Д. Арутюновой. — М.: Наука, 1988. — 233 с;
7. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. М. 1988. — С. 192;
8. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. М., 1970. — С. 387.

9. Шакиров С.М. К вопросу о методологии интерпретации художественного текста.
<https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-metodologii-interpretatsii-hudozhestvennogo-teksta>
10. Валгина Н.С. Теория текста. М., 2003. –С. 145;
11. Псурцев Д.В. Смыслоформирование художественного текста: теоретические основания лингвостилистического подхода // Автореф. докт. дис. М., 2009. – С. 21;
- 12.Кожина Н.А. Заглавие литературно-художественного текста: Антология и поэтика.// автореф. докт.дис. М., 1998. – С. 23.
- 13.Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М.,2013. – С. 301.
- 14.Богданова Л.И. Формирование текстовой компетенции в процессе рецепции и продукции текстов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 1. С. 11–19;
15. Дмитриева О.А. лингвокультурологический анализ текста в процессе моделирования лингвокультурного типажа // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. межвузовский сборник научных трудов. Орел, 2006. С. 284-291;
- 16.Олееникова Г.А. Фрактальний простір у науковофантастичному дискурсі./ «Актуальні питання гуманітарних наук» Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицький державний педагогічний університет ім.Івана Франка, Вип..23, С.. 60-65.
- 17.Турниязова Ш. Н. Ҳозирги ўзбек тилида матн шаклланишининг деривацион хусусиятлари// Номз. дис. Тошкент, 2010. – Б.44.
- 18.Турниёзов Н. Матн лингвистикаси. – Самарқанд, 2004, 16-24 -бетлар.
19. Хайруллаев Х.З. Сўз, сўз бирикмаси ва гапнинг предикативликка муносабати // Номз. дис. авт. – Тошкент, 2001, 11-12- бетлар.
20. Yaxyayevna, Nasimova Sohiba. "Language Teaching Methods." Miasto Przyszłości 45 (2024): 897-901.
21. Yaxyayevna, N. S. (2024). Public Health Communication Enhancing Knowledge and Empowering Communities. International Journal of Formal Education, 3(4), 287-290.
22. Davronbek, Ilxomjonov. "MEDIA MAYDONIDAGI KOMMUNIKATSIYA." IJTIMOIIY FANLARDA INNOVASIYA ONLAYN ILMIY JURNALI 4.5 (2024): 45-48.
23. Ёрова, С. К., & Насимова, С. Я. (2024). ТИББИЙ НУТҚДАГИ ИЖТИМОИЙ-МАДАНИЙ ДИСКУРСИВ ХУСУСИЯТЛАР. International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING, 5(1), 440-442.