



Shoxista HAKIMOVA,
Guliston davlat universiteti dotsenti, PhD
E-mail: shohista.hakimova.82@gmail.com

O'zbekiston Milliy universiteti dotsenti I.Jo'raeva taqrizi asosida

O‘ZBEK VA INGLIZ AXBOROT VOSITALARIDAGI ANGLISIZMLAR VA ULARNI TARJIMA QILISH MASALALARI

Аннотация

Ushbu maqolada zamonaviy o‘zbek va ingliz axborot vositalari faol qo‘llanilayotgan anglisizmlar tahlil qilinadi hamda ularni o‘zbek tiliga tarjima qilishda yuzaga keladigan lingvistik va madaniy muammolar yoritiladi. Tadqiqotda anglisizmlar tematik guruhlarga ajratilib, ommaviy axborot vositalarida ularning funksional-uslubiy xususiyatlari ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, realiyalar, noekivalent leksika, konnotasiya farqlari va leksik-grammatik transformasiya usullari asosida tarjima jarayonining murakkab jihatlari tahlil etiladi.

Kalit so‘zlar: Anglisizm, leksik, stilistik va pragmatik funksiyalari, freyming, indeksallik, tarjimada skopos-yondashuv va konnotatsiyalar tahlili, ommaviy axborot vositalari, tarjima muammolari, realiya, noekivalent leksika, leksik transformasiya.

АНГЛИЦИЗМЫ В УЗБЕКСКИХ И АНГЛИЙСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

Аннотация

В данной статье анализируются англицизмы, активно используемые в современных узбекских СМИ, и освещаются лингвистические и культурные проблемы, возникающие при их переводе на узбекский язык. Исследование разделяет англицизмы на тематические группы и рассматривает их функциональные и стилистические особенности в СМИ. Также анализируются комплексные аспекты процесса перевода, основанные на реалиях, неэквивалентной лексике, различиях в коннотации и методах лексико-грамматической трансформации.

Ключевые слова: Англицизм, лексические, стилистические и прагматические функции, фрейминг, индексальность, скопос-подход в переводе и анализ коннотаций, средства массовой информации, проблемы перевода, реалии, неэквивалентная лексика, лексическая трансформация.

ANGLICISMS IN UZBEK AND ENGLISH MASS MEDIA AND TRANSLATION ISSUES

Annotation

This article analyzes anglicisms actively used in contemporary Uzbek mass media and highlights the linguistic and cultural challenges that arise in the process of translating them into the Uzbek language. The study classifies anglicisms into thematic groups and examines their functional and stylistic features in media discourse. It also explores complex aspects of the translation process, including culture-specific realia, non-equivalent vocabulary, differences in connotation, and methods of lexicogrammatical transformation.

Key words: Anglicism, lexical, stylistic and pragmatic functions, framing, indexicality, Skopos approach in translation and connotation analysis, mass media, translation issues, realia, non-equivalent vocabulary, lexical transformation.

Hozirgi paytda O‘zbekistonda an‘anaviy bosma gazetalar o‘rnini asosan raqamli va tezkor axborot vositalari egallamoqda. Globallashuv jarayoni va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi ommaviy axborot vositalari, xususan, onlayn nashrlar tiliga sezilarli ta‘sir ko‘rsatmoqda. An‘anaviy bosma gazetalar o‘rnini tobora ko‘proq internet nashrlari va axborot saytlar egallab, ular jamiyatda muhim axborot-manbaviy va kommunikativ vazifani bajarib kelmoqda. Ushbu jarayon til tizimida, ayniqsa leksik qatlamda, yangi birliklar — anglisizmlarning faol kirib kelishiga sabab bo‘lmoqda.

Gazetalar vazifasini hozir ko‘proq onlayn saytlar bajarmoqda bunga misol qilib kunlik yangiliklar, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy tahlillar, tezkor xabarlarini keltirishimiz mumkin. Bugungi kunda yurtimizda quyidagi ijtimoiy tarmoqlar juda katta rol o‘ynamoqda, ayniqsa: Telegram kanallari, Facebook, Instagram, YouTube ko‘pchilik odamlar yangilikni aynan shu platformalardan oladi. Telegram O‘zbekistonda deyarli “raqamli gazeta” vazifasini bajarmoqda. Mazkur jarayon natijasida ijtimoiy muammolar tezkor yoritilishi bilan birga, jamoatchilik fikrining

shakllanishi hamda xorijiy tillarga mansub leksik birliklarning til tizimida mustahkam o‘rin egallashi kuzatilmoqda.

Onlayn saytlar jamiyatdagi siyosiy, iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy o‘zgarishlarni tez va ta‘sirchan tarzda aks ettirishi bilan ajralib turadi. Shu bois anglisizmlarning tarmoqlar leksikasidagi o‘rnini o‘rganish zamonaviy tilshunoslikning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Ingliz tilshunosligida ommaviy axborot vositalari tili va undagi ingliz leksikasining global tarqalishi masalasi, avvalo, D.Kristal tadqiqotlarida keng yoritilgan. U ingliz tilining jahon tiliga aylanish jarayonini tahlil qilib, ommaviy axborot vositalari orqali anglisizmlarning boshqa tillarga kirib borishida gazetalar muhim vosita ekanini ta‘kidlaydi. [8]

Rus tilshunosligida gazeta tili va anglisizmlar masalasi ilmiy jihatdan chuqur o‘rganilgan sohalaridan biri hisoblanadi. I. R.Galperin o‘z ishlarida gazeta uslubining o‘ziga xos leksik xususiyatlarini, jumladan, o‘zlashma so‘zlar va xalqaro terminlarning matndagi funksiyasini tavsiflab bergan. V.N.Komissarov va L.S. Barxudarov tarjima nazariyasi nuqtai nazaridan anglisizmlar, realiyalar va noekivalent leksikani tarjima qilish usullarini ishlab chiqqan bo‘lib, ularning qarashlari ingliz–o‘zbek tarjimalari uchun ham nazariy asos

vazifasini bajaradi. Shuningdek, A.V.Fyodorov va YE.V.Breus gazetalar tilidagi leksik transformasiyalar, ayniqsa inglizcha o'zlashmalarning rus tilidagi ifodasiga alohida e'tibor qaratgan. [3,5]

O'zbek tilshunosligida esa mazkur mavzu so'nggi yillarda faol o'rganila boshladi. M. Axmedov, Sh. Safarov, N. Mahmudov kabi olimlar o'zbek publisistik uslubi, ommaviy axborot vositalari tili va zamonaviy leksik jarayonlarni tadqiq etganlar ayniqsa, M. Axmedovning tarjima nazariyasiga oid ishlarida ingliz tilidan o'zbek tiliga tarjima qilishda anglisizmlar va realiyalarning adekvat uzatilishi muammolari ko'rib chiqilgan. Shuningdek, Sh.Safarov o'z tadqiqotlarida globallashuv sharoitida o'zbek tili leksikasiga kirib kelayotgan inglizcha o'zlashmalarning uslubiy va funksional xususiyatlarini tahlil qilgan. [1,9]

Ushbu tadqiqotlarni umumlashtirgan holda aytish mumkinki, raqamli va tezkor axborot vositalari leksikasidagi anglisizmlar va ularni o'zbek tiliga tarjima qilish muammolari tilshunoslikda kompleks yondashuvni talab etadi. Ingliz olimlari asosan global lingvistik jarayonlarga e'tibor qaratgan bo'lsa, rus olimlari tarjima nazariyasi va gazeta uslubi nuqtai nazaridan masalani yoritgan, o'zbek olimlari esa milliy til meyorlari va madaniy moslikni saqlash masalasini birinchi o'ringa qo'yganlar.

Anglisizmlarning o'zbek publisistik uslubidagi qo'llanishini tahlil qilish ekan, ularning funksional jihatdan nominativ, baholovchi va pragmatik funksiyalarni bajarishini, uslubiy nuqtai nazardan esa rasmiy-neytral, reklamaviy va yoshlarga xos ekspressiv qatlam sifatida namoyon bo'lishini ko'rsatadi. Shu bilan birga, anglisizmlarni meyersiz qo'llash o'zbek tilining ichki imkoniyatlarini soya ostida qoldirishi mumkin, mavjud o'zbekcha muqobil bor hollarda milliy variantlardan foydalanish, anglisizmlarni esa faqat zarurat tug'ilgandagina qo'llash lozim.

Ingliz tili global narrativlarni yetkazib beruvchi qulay manba hisoblanadi, rus tili publisistik uslubning boy an'analariga ega bo'lgan mintaqaviy mediator vazifasini bajaradi, o'zbek tili esa ommaviy diskurs meyorlari rasmiy-ishbilarmon va suhbatviy-mediativ registrlar o'rtasida muvozanatni kuchaytiradigan til sifatida namoyon bo'ladi. Tarjimada so'zma-so'z kalka bilan mahalliy moslashtirish o'rtasidagi tanlov faqat so'zlar farqiga emas, balki ijtimoiy indekslar farqiga — o'quvchi ongida voqea va ishtirokchilar qanday obrazda «ishga tushishi»ga olib keladi [7].

Tilning ustunligi faqat qo'llanish chastotasi bilan cheklanmaydi. Bu — talqinlarning legitimligini taqsimlashdir. Anglosizimlar saytdagi beriladigan matnlar xom ashyo sifatida xizmat qilganda, ularning freymlari «tabiiy» deb qabul qilinishiga da'vo qiladi: [2] ishtirokchilarni qanday atash, qaysi metaforalarni meyor deb hisoblash, baholash shkalalarining qay biri maqbul ekani o'zbek tili muhitiga ko'chirilganda bu freymlarning bir qismi publisistikaning merosi bilan to'qnash keladi, chunki barqaror kollokatsiyalar va modal ko'rsatkichlar voqeani milliy janr shakllariga moslashtiradi. O'zbek tilida esa mazkur jarayon rasmiy nutq etiketi, postpozitsiyalarning funksional xususiyatlari hamda kitobiy va og'zaki nutq unsurlarining uyg'unligi bilan tavsiflanadi. Aynan shu yerda indekslik namoyon bo'ladi: denotativdek tuyulgan shakllar ijtimoiy soyalarni — nufuz, masofa, hamjihatlikni — olib yuradi.

Skopos-yondashuv tarjimaviy tanlovni tartibga solishga yordam beradi. Agar maqsad talqinsiz, tezkor «uzatish» bo'lsa, tarjimonning ko'rinmasligi fazilat sifatida namoyon bo'ladi; ammo vazifa mahalliy auditoriyaga begona kontekstni tushuntirish bo'lsa, ochiq adaptasiya matnini manzilga nisbatan halolroq qiladi [11].

Amaliy tahririyat ishida bu boshqariladigan qarorlar tizimini anglatadi: qachon neytral inglizcha konstruksiyalarni saqlash, qachon esa ularni milliy huquqiy yoki madaniy lug'at

bilan ochib berish; qachon siyosiy metaforalarni kalkalash, qachon esa mahalliy freymlar bilan almashtirish. Masalan, iqtisodiy yangiliklarda ko'pincha shkalalarni almashtirish talab etiladi: inglizcha inflation cools bu ibora ob-havo metaforasiga asoslangan (issiq-sovuq), so'zma-so'z tarjima qilsak "inflatsiya soviydi" deb tarjima qilinadi, ammo o'zbek tilida iqtisodiy matnlarda bunday ob-havo metaforalari kam qo'llanadi, uning o'rniga nazorat, pasayish, barqarorlashuv yoki ko'rsatkichlar harakatini bildiruvchi fe'llar ishlatiladi hamda ob-havo metaforasini so'zma-so'z berish jarayon agentligini noto'g'ri talqin qilishga olib kelishi mumkin. Shuning uchun tarjima jarayonida metafora saqlanmaydi, balki mazmun boshqa ifoda vositasi bilan beriladi. Xuddi shunday, sources familiar with the matter iborasi mahalliy janr meyorlariga moslashtirilmasa, ishonchsizlik sifatida qabul qilinishi mumkin, holbuki ingliz an'anasida bu anonim atribusiyaning barqaror usulidir. Media muhitida tarjima doimo baholovchilik va modallik bilan ishlashni anglatadi. Inglizcha yangiliklarda modal yumshatgichlar (may, could, appears to) yuridik ehtiyotkorlik vositasi bo'lsa, o'zbek publisistikasida shu ta'sir leksik yo'l bilan ta'minlanadi (taxminan, ma'lumotlarga ko'ra...), ammo ritorik keskin mavzularda modal ko'rsatkichlar o'rni qat'iy fe'llar egallaydi [4].

Kod-almashtirish va kal'kalash ko'p tillilikning ikki qirrali vositasidir. Ular global ishtirok (brendlar, terminlar, texnologik realiyalar) hissini kuchaytirsa-da, osongina elitar masofa belgisiga aylanishi mumkin. O'zbek matnida saqlab qolingani anglisizmlar tekstga xay-tek aura berishi mumkin, biroq ayni paytda auditoriyaning bir qismini uzoqlashtiradi. Tarjimonning vazifasi — o'zlashma yagona aniq nomlovchi bo'lgan holatlarni mahalliy ekvivalent ma'noni yo'qotmasdan tushunarlikni ta'minlaydigan holatlardan farqlashdir. Bu yerda qaysi o'zlashmalar qaysi registrda maqbul ekani, qaysi kalkalar chalg'ituvchi deb hisoblanishi yoki qaysilari allaqachon tabiiylashgani ko'rsatilgan "stilbuk"lar yani qaysi so'zni qayerda va qanday ishlatish mumkinligini belgilab beradigan tahririyat uslub qo'llanmalari juda muhim. [4]

Etika masalasini ham chetlab o'tish mumkin emas. Media ko'p tilliligi «xilma-xillik uchun aralashtirish» emas, balki ko'plab auditoriyalarni tan olishdir. Masalan: ruscha matn global inglizcha diskursga ulanadi, o'zbekcha matn esa mahalliy jamoatchilik muhokamasiga qaratiladi; shu sababli aniqlik va tushunarlik mezonlari bir xil bo'lmaydi. Ayrim materiallar uchun tarjimonning «ko'rinmasligi» o'rinli bo'lsa, boshqalari uchun madaniy realiyalar, konnotasiya tuzoqlari va huquqiy farqlarni ochiq izohlaydigan «ko'rinadigan» adaptasiya maqbuldir. Bu yerda skopos strategiyasi — nazariya uchun nazariya emas, balki tahririyat yig'ilishida vazifalarni aniq belgilash vositasidir. [7]

O'zbek axborot vositalarida anglisizmlarning tematik tasnifi tahlil qilindi; o'rganilgan materiallar asosida anglisizmlar quyidagi asosiy tematik guruhlariga bo'linadi:

Jamiyat va siyosat sohasi: bu guruhda eng ko'p anglisizmlar qayd etildi (36 ta): parlament, prezident, premyer-ministr, miting, brifing, sammit, reyting, investor, biznes, brend, ofis, tender va boshqalar. Ushbu birliklar siyosiy va iqtisodiy axborotni ixcham, xalqaro standartlarga mos tarzda yetkazishga xizmat qiladi.

San'at va moda: san'at va moda sohasidagi anglisizmlar (31 ta) ko'proq estetik va reklama funksiyasini bajaradi: imidj, meypak, shou, klip, blokbuster, feshn, xudi, kardigan va h.k. Bu so'zlar gazetalarga zamonaviylik va globallik ruhini baxsh etadi.

Yoshlar leksikasi: yoshlar nutqiga xos anglisizmlar (48 ta) gazetalarda jonli, norasmiy uslub yaratish uchun qo'llaniladi: luzer, blogger, xayp, layk, selfi, strimit', yuzer, insta kabi birliklar.

Texnika va kompyuter sohasi: zamonaviy texnologiyalar bilan bog'liq anglisizmlar (30 ta): kompyuter, brauzer, onlayn, sayt, fayl, gadjet, xaker va boshqalar, deyarli tarjima qilinmasdan, internasional shaklda qo'llaniladi.

Sport, kasb, reklama va oziq-ovqat: bu sohalarda ham anglisizmlar faol: fitness, match, menedjer, marketing, banner, fastfud, steyk va h.k.

Ingliz ommaviy axborot vositalarida berilayotgan matnlarni o'zbek tiliga tarjima qilishning umumiy muammolari xususan tarjima jarayonida namoyon bo'ladi. Ushbu matnlarni tarjima qilish jarayonida tarjimon faqat tillararo emas, balki madaniyatlararo farqlarni ham hisobga olishi kerak. Ingliz ommaviy axborot vositalarida qo'llaniladigan ko'plab birliklar o'zbek tilida to'g'ridan-to'g'ri muqobilga ega emas. Masalan, innocent remark iborasi o'zbek tilida vaziyatga qarab "beg'araz gap" yoki "tasodifiy tanbeh" kabi majoziy yo'l bilan tarjima qilinadi. Vanished into the air iborasi esa "issiz yo'qoldi" tarzida funksional ekvivalent orqali beriladi [6].

Realiyalar va noekvivalent leksikaning tarjimasida faqat bitta til jamiyatiga xos realiyalar deb boshqa tillarda to'g'ridan-to'g'ri muqobili mavjud bo'lmagan, muayyan xalqning tarixiy, ijtimoiy va madaniy hayotiga xos tushunchalarni ifodalovchi leksik birliklar tushuniladi va bunday birliklarni tarjima qilishda odatda izohli tarjima yoki kengaytirilgan tavsifiy usuldan foydalanish talab etiladi.

Bunday birliklar milliy-madaniy xususiyatni aks ettiradi: Bill of Rights, kitchen cabinet, NATO, St. Peter's chair. Ularni tarjima qilishda ko'pincha izohli tarjima talab etiladi. Boshqa tilda mavjud, ammo alohida nomlanmagan realiyalar

Masalan: gerrymandering, backroom boys, vote fraud. Bunday hollarda tarjimon tushuntirish usulidan foydalanadi. O'xshash funksiyali realiyalar Racial discrimination – irqiy diskriminasiya; secret ballot – yashirin ovoz berish kabi birliklar nisbatan oson tarjima qilinadi. Konnotasiyasi turlicha bo'lgan o'xshash realiyalar: The Bar – advokatura so'zi har ikki tilda mavjud bo'lsa-da, huquqiy tizim farqi sababli qo'shimcha bilimni talab qiladi. [6,13]

Leksik va grammatik transformasiya usullari quyidagi tarjimada ikki asosiy usul ajratiladi:

1. Almashtirish – tillararo parallellar asosida.

2. Transformasiya – struktura, ma'no yoki uslubiy o'zgarish orqali.

Masalan: to go on strike – ish tashlash, cat's paw – bironing qo'lida qo'g'irchoq bo'lish, wild-cat strike – favqulodda namoish

Bu misollar tarjimada to'g'ridan-to'g'ri emas, balki funksional yondashuv muhim ekanini ko'rsatadi. Anglisizmlarning faol qo'llanilishi ayrim hollarda milliy til meyorlariga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli o'zbek ommaviy axborot vositalarida ularni qo'llashda meyor, zarurat va o'rinlilik prinsiplariga amal qilish muhimdir. Ayrim hollarda o'zbekcha muqobil mavjud bo'lsa, milliy variantdan foydalanish tilning sofligini saqlashga xizmat qiladi.

Shunday qilib, yangiliklar tarjimasida ko'p tillilik va til ustunligi «til sofligi» muammosi emas, balki ijtimoiy indekslarni boshqarish masalasidir.

Demak, anglisizmlar deb ingliz tilidan boshqa tillarga o'zlashgan so'z va iboralarga aytiladi. Ular ko'pincha yangi tushuncha va realiyalarni nomlash, axborotni ixcham yetkazish hamda matnga zamonaviy uslubiy tus berish vazifasini bajaradi. Anglisizmlar nafaqat nominasiya vositasi, balki uslubiy, pragmatik va baholovchi funksiyalarni ham bajaradi. Shu sababli ularni tarjima qilish masalasi faqat lug'aviy emas, balki madaniy va funksional yondashuvni ham talab qiladi.

Shuningdek, tahlil shuni ko'rsatadiki, o'zbek va ingliz gazetalarida tilida anglisizmlar juda faol qo'llaniladi va ularning ko'pchiligi internasional xarakterga ega. Biroq ularni o'zbek tiliga tarjima qilish jarayonida lingvistik, madaniy va pragmatik muammolar yuzaga keladi. Tarjimon realiyalarning mohiyatini, kontekstni va milliy tafakkurni hisobga olgan holda leksik-stilistik transformasiyalardan foydalanishi zarur. Faqat shu holdagina axborot mazmuni to'liq va adekvat tarzda yetkazilishi mumkin.

ADABIYOTLAR

1. Ахмедов, М. (2015). Tarjima nazariyasi asoslari. Toshkent: Fan.
2. Bourdieu, P. (1991). Language and symbolic power. Harvard University Press.
3. Bowker, L., & Pearson, J. (2002). Working with specialized language: A practical guide to using corpora. Routledge.
4. Fairclough, N. (1995). Media discourse. Edward Arnold.
5. Гальперин, И.П. (2006). Текст как объект лингвистического исследования. Москва.
6. Daley, D. (2025, August 9). How did we get all this gerrymandering? A short history of the Republican redistricting scheme. The Guardian. https://www.theguardian.com/us-news/2025/aug/09/gerrymandering-republican-redistricting?utm_source=chatgpt.com
7. С.С.Кулбаеваб, Ф.Н. Хакимова (2023). Прагматические аспекты перевода реалий. In G. Salomov (Ed.), Uzbek school translation: Сборник научных статей (В. 336–340). Тошкент. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7481634>
8. Crystal, D. (2003). English as a global language. Cambridge University Press.
9. Сафаров Ш. Прагмалингвистика. Монография. - Тошкент. «Зиё» нашриёти, 2008 йил, 318 бет
10. Silverstein, M. (2003). Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life. Language & Communication, 23(3–4), 193–229.
11. Venuti, L. (1995). The translator's invisibility: A history of translation. Routledge.
12. Vermeer, H. J. (2004). Skopos and commission in translational action. In L. Venuti (Ed.), The translation studies reader (2nd ed., pp. 227–238). Routledge. (Original work published 1989)
13. Kun.uz Telegram канали. (2024). @kunuzofficial.