



**Mamlakat ISMOILOVA,**

*Osiyo texnologiyalar universiteti o'qituvchisi*

*E-mail: mamlakat.ismoilova@mail.com*

*QarDU dotsenti, f.f.d M.Omonova taqrizi asosida*

## TRANSLATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING TERMS FROM ENGLISH TO UZBEK

### Annotation

The issue of nationalization of terminological units is always in the focus of attention of linguists. In this regard, the translation of English social media marketing terms into Uzbek is one of the pressing issues. In order for the translation process to be successful and the content of the text to match the original text, the specialist must have high knowledge and rich experience. At the same time, a deep understanding of the lexico-grammatical differences between languages, taking this into account when translating the text, ensures a high-quality output of the final result.

**Key words:** Term, vocabulary, vocabulary, vocabulary, English, Uzbek, social network, analysis, translation, text.

## ПЕРЕВОД ТЕРМИНОВ СОЦИАЛЬНОГО МЕДИА-МАРКЕТИНГА С АНГЛИЙСКОГО НА УЗБЕКСКИЙ

### Аннотация

Вопрос национализации терминологических единиц всегда находится в центре внимания лингвистов. В этом отношении перевод английских терминов маркетинга в социальных сетях на узбекский язык является одним из актуальных вопросов. Для того чтобы процесс перевода прошел успешно и содержание текста соответствовало исходному тексту, специалист должен обладать высокими знаниями, богатым опытом. При этом глубокое понимание лексико-грамматических различий между языками, учет этого при переводе текста обеспечивает качественный вывод конечного результата.

**Ключевые слова:** Термин, лексика, словарь, лексика, английский, узбекский, социальная сеть, анализ, перевод, текст.

## INGLIZ TILIDAGI IJTIMOYIY TARMOQ MARKETINGI TERMINLARINING O'ZBEK TILIGA TARJIMASI

### Annotatsiya

Terminologik birliklarni milliy lashtirish masalasi har doim tilshunoslar diqqat markazida turadi. Shu jihatdan ingliz tilidagi ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarini o'zbek tiliga tarjima qilish dolzarb masalalardandir. Tarjima jarayoni muvaffaqiyatli kechishi va matn mazmuni asl matnga muvofiq kelishi mutaxassisdan yuksak bilim, boy tajribaga ega bo'lishni talab qiladi. Bunda tillar orasidagi leksikogrammatik farqlarni teran anglash, matn tarjimasida buni hisobga olish yakuniy natijaning sifatli chiqishini ta'minlaydi.

**Kalit so'zlar:** Termin, leksika, lug'at, leksika, ingliz tili, o'zbek tili, ijtimoiy tarmoq, tahlil, tarjima, matn.

**Kirish.** Ma'lumki, ingliz tilining nufuzi dunyoda xalqaro munosabatlarning barcha sohalarida asosiy tilga aylanib bormoqda. Dunyo miqyosida bu tilda muloqot qiluvchilar soni yildan yilga ortib bormoqda. Leksikasining boyligi nuqtayi nazaridan dunyoning yetakchi tillaridan biri hisoblanadi. "Webster's Dictionary" ma'lumotlariga tayanadigan bo'lsak, bundan bir asr avval ingliz tilida yarim millionga yaqin leksima mavjud bo'lgan [1]. Zamonaviy ingliz tili leksikasida 750 mingdan ortiq so'z va ibora mavjud ekanligini Collins lug'ati asosida dalillash mumkin [2]. Mazkur lug'atni til egalari uchun mo'ljallangan manba sifatida baholash lozim. Lug'at leksik qamrovi boshqa izohli lug'atlardan ko'ra kengroq ekanligi shundan dalolat beradi. Zamonaviy olamda har qanday sohadagi ilg'or texnologiyalar, mashhur ilmiy kashfiyotlar, eng muhim ijtimoiy muammolar ingliz tilida muhokama qilinmoqda. Bu davr evrilishlaridan ortda qolishni istamagan har bir shaxs uchun ingliz tilini o'rganish zaruratini paydo qilmoqda. Ingliz tili mutaxassislari sanalgan omillarga javob sifatida til o'rganish bazasini muntazam ravishda kengaytirib borishmoqda. Bunday leksikografik manbalarining shakllanishida tarjimonlarning o'rni beqiyos ekanligi isbot talab qilmaydi. Tabiiyki, informatsion texnologiyalarga oid yangi tushunchalarning aksariyati ingliz tilida shakllantirilmoqda. Jumladan, ijtimoiy tarmoq marketingi terminologiyasidagi baynalmilallashayotgan leksemalarning katta qismi ingliz tili birliklaridan iborat ekanligi ham ayni haqiqat.

O'zbek tilidagi ijtimoiy tarmoq terminlarining ingliz tiliga tarjimasida bo'lgani kabi teskari jarayonda ham leksik-semantik, grammatik va pragmatik omillarga tayanish lozim bo'ladi. Albatta, ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari tarjimasida ingliz tili – o'zbek tili yo'nalishidagi yondashish teskari yo'nalishdagiga nisbatan samarali natijalarga olib keladi. Bu o'zbek tilshunosligida terminlarni milliy lashtirish borasida tizimli ishlar olib borilayotganligi, shuningdek, ijtimoiy tarmoq marketingi

terminlarining katta qismi ingliz tiliga mansub ekanligi bilan izohlanadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** Terminlarnin umumtil birliklaridan farqlari sifatida tilshunos H.Dadaboyev quyidagilarni sanaydi:

“1) semiotik (terminlarda belgi va ifodalovchi o'zaro simmetrik munosabatga kirishadi);

2) vazifaviy (terminlar nafaqat nominativ, balki definitiv funksiyaga egaligi bilan ham xarakterlamadi);

3) semantik (terminlar faqat maxsus tushunchalarni ifodalaydi, ularning har bir o'z ma'nosiga ko'ra unikaldir);

4) tarqalish, ommalashish (faqat fan tiliga oid terminlar muayyan qismining umumadabiy tilga kirishi ularning boshqa sistemaga xosligiga to'sqinlik qilmaydi);

5) shakllanish yo'llari va vositalari” [3].

Ingliz tilidagi ijtimoiy tarmoq terminlarida ham sanalgan xususiyatlar kuzatiladi. Boshqacha aytganda, terminlar va umumtil leksikasi orasidagi farqlar ularning tarjimasida ham aks etadi. Ingliz tilida bunday terminlarni yaratish, tizimlashtirish borasida qator ishlar amalga oshirilgan. Shu jumladan, maxsus tizimlashtirilgan lug'atlarning elektron ko'rinishlari yaratilganligi ham fikrimizni dalillaydi [4]. Quydagi ingliz tilidagi leksik birliklar ijtimoiy tarmoq marketingi sifatida ham maxsuslashgan, deyishimiz mumkin: account, acquisition, action plan, active client, actual product, advertiser, brand story, brandwatch, broadcast, budget, conversion, cookie, copywriting, crawler, devices, direct traffic, diversify, event, forum, frequency, groupware, geofencing, handle, hallucination, hashtag, headers, highlights, hits, index, influencers, infographics, insights, instagram, intercom, inventory, keyword, kissmetrics, leaderboard, like, linkedIn, mention, messaging. Mazkur ro'yxatni yana uzoq davom ettirish mumkin. Qayd etish lozimki, sanalgan ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarining aksariyat qismi o'zbek

tiliga baynalmilal so'z sifatida o'zlashish bosqichida. Instagram, infografika, linkedIn kabi leksemalar shular jumlasidandir. Keltirilgan leksemalar ham, aslida, ingliz tilida o'z definatsiyasiga, etimologiyasiga ega. Masalan, instagram leksemasi ijtimoiy tarmoqlardan biri bo'lib, ingliz tilidagi elektron onlayn lug'atlarda "mashhur foto va video ulashish imkoniyatiga ega bo'lgan va Facebookka tegishli bo'lgan ijtimoiy tarmoq" izohi bilan ta'riflangan. LinkedIn haqida ham xuddi shunday fikrlarni bayon qilish mumkin. Sanalgan leksemalar ijtimoiy tarmoq sifatida xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalarning nomini ifodalaganligi uchun ularni dunyoning birorta tiliga tarjima qilishga ehtiyoj mavjud emas. Infografika leksemasi ham o'zbek tiliga ingliz tilidagi infographics leksemasining shakliy yozuv tamoyili asosida hosil qilingan muqobilidir.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Ijtimoiy tarmoq marketingi sohasiga doir leksik birliklar orasida to'g'ridan to'g'ri tarjima qilinishi lozim bo'lganlari salmoqli qismni tashkil etadi. Bu tadqiq qilayotgan sohamizning nisbatan yangi ekanligi, shu tufayli sohaga doir leksik birliklarning aksariyati texnologiyalar rivojlangan davlatlar tilida hosil qilinishi bilan izohlanadi. Active client, forum, advertiser kabi leksemalar fikrimizni dalillaydi. Sanalgan leksemalarni faol mijoz, jamoat, reklama beruvchi kabi leksik birliklar vositasida tarjima qilish mumkin. To'g'ri, uchinchi leksik birlik tarjimasida struktur nuqtayi nazardan nomuvofiqlik bor. Chunki advertiser leksemasini o'zbek tiliga birgina so'z bilan tarjima qilishning imkonini topa olmadik. Aslida, o'zbek tilida -chi qo'shimchasi yordamida shaxs otini hosil qilish mumkin: "-chi affiksi eng faol ot yasovchi bo'lib, u orqali yasalgan otning xilma-xil ma'nolari bevosita yasash asosining ma'nosi bilan bog'langan" [5]. Affiksning polisemantikligi bizga advertiser leksemasini "reklamachi" so'zi vositasida tarjima qilish imkonini bermadi, deyishimiz mumkin. Chunki -chi affiksi: a) yasash asosi anglatgan narsa bilan shug'ullanuvchi; b) ish-harakatni yasash asosi anglatgan narsa bilan shug'ullanuvchi shaxsni; d) yasash asosidan anglashilgan narsani yartuvchi shaxsni; e) muayyan guruhga kiruvchi shaxsni ifodalovchi shaxsni ifodalashi mumkin. Boshqacha aytganda, "reklamachi" leksemasi nafaqat reklama beruvchini, balki uni yaratuvchini ham anglatishi, natijada "advertiser" leksemasining terminologik ma'nosidan uzoqlashishi mumkin. Shu sababli morfologik transformatsiya vositasida bo'lsa ham, "advertiser" leksemasini "reklama beruvchi" birikmali termini vositasida tarjima qilish maqsadga muvofiq.

Leksik birlikning ifodaviy ko'lamini tarjima matnida to'liq aks ettirish tarjimondan ikki tilning leksik imkoniyatlarini to'liq o'zlashtirishni talab qiladi. Ingliz tilidagi ijtimoiy tarmoq terminlari orasida shunday leksik birliklar borki, ularning ma'nosini ifodalash uchun o'zbek tilidagi bir nechta leksik birliklardan birini tanlash zarur bo'ladi. Leksik birliklarni tanlash tarjimonlar oldida turgan eng muhim vazifalardan sanaladi. Bunda leksik birlikning janriy-uslubiy, pragmatik imkoniyatlari ham hisobga olinadi. Zero, "tarjimoni qiyosiy uslub asosida tekshirishda frazeologizmlar va sarlavha qatorida so'zlarni taqqoslash asosiy o'rinda turishi lozim. Chunki har qanday ibora va boshqa birikmalar, avvalo so'zlardan tuziladi"[6]. Umuman, ingliz tilidagi leksik birliklarning o'zbek tiliga tarjimasida nomuvofiqliklar millatlar dunyoqarashi, urf-odatlar, ma'naviy sifatlar orasidagi farqlar asosida ham shakllanadi. Shuningdek, termin sifatida qo'llanayotgan leksik birlik ifodalaydigan tushunchaning tarjima tili egalari uchun notanish bo'lgan holatlarda ham tarjima nomuvofiqliklari yuzaga chiqadi. Insights, leaderboard, hallucination, kissmetrics kabi leksemalar

tarjimasida leksik ko'lam va semik tarkibni saqlab qolish birmuncha murakkab jarayon ekanligi ham fikrimizni dalillaydi. Jumladan, insights leksemasining terminologik ma'nosi til egalari uchun ham yangilik bo'yog'iga ega. Shu sababli bu leksemaning terminologik ma'nosidan bexabarlik uning tarjimasida muammo tug'dirishi shubhasiz. Quyida leksemaning umumtil va terminologik ma'nolarini qiyoslaymiz:

"a sight or view of the interior of anything; a deep inspection or view; introspection" [7].

**Tahlil va natijalar.** Iqtibosdan ma'lum bo'ladiki, insight leksemasi umumtil ma'nosida "biror narsani ichki qismlarigacha tahlil qilish, ko'zdan kechirish" ma'nosini ifodalaydi. Insights leksemasi esa yuqorida izohi keltirilgan leksemaning ko'pligini ifodalaydi. Mazkur leksema uchun ikki tilli lug'atda keltirilgan maqola ham uning umumtil leksikasi sifatidagi ma'nosiga tayanib yaratilgan:

"insight [insayt] n zakovat; farosat, sezgirlik, ziyraklik, o'tkirlik, donolik, topqirlik" [8].

Mazkur iqtibosda insight leksemasining ko'plik shakli keltirilmagan bo'lsa-da, bu leksemaning definatsiyasini tubdan o'zgartirib yubormaydi. Bozor iqtisodiyotining nihoyatda rivojlanayotganligi, savdo-sotiq jarayonlarining tobora ko'proq onlayn platformalarga o'tayotganligi leksik birliklarning ma'no ko'lamida o'zgarishlarga sabab bo'lmoqda. Bu o'zgarishlar leksik birliklarning leksikografik talqinida ham o'z aksini topib boradi. Ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari ham bundan mustasno emas, albatta. Yuqorida tahlilga tortilgan leksema – insights ham shunday semantik evrilish bosqichlaridan o'tganligini maxsus lug'atdagi quyidagi izohdan bilib olish mumkin:

"valuable observations or interpretations derived from data analysis, providing actionable information for decision-making" [9].

**Xulosa va takliflar.** Iqtibosdan ma'lum bo'ladiki, ijtimoiy tarmoq marketingi terminologiyasida ham insights leksemasi kuzatish, tahlil vositasida erishilgan natijalarni anglatadi. Ammo terminologik ma'noda mazkur leksema biznes sohasida bozor holatini kuzatish va keyingi qadamlarning muvaffaqiyatli bo'lishi uchun foydali bo'lgan ma'lumotlarni anglatadi. Keltirilgan tahlillar leksemaning o'zbek tiliga tarjimasida terminologik ma'noni ham hisobga olish lozimligini anglatadi. Leksemaning o'zbek tiliga tarjimasini "tahlillar", "ma'lumotlar" kabi leksemalar bilan berish mumkin. Ammo bu so'zlar termin sifatida bir nechta sohaga taalluqli bo'lib qoladi. Terminlarning polifunksionalligi terminologiyada ko'p kuzatiladigan va tabiiy hol sifatida qaraladigan hodisa ekanligini hisobga olganda, ingliz tilidagi insights leksemasi tarjimasini uchun "ma'lumotlar" va "tahlillar" so'zlari juftligidan ikkinchisini qoldirish to'g'ri bo'ladi. Chunki "ma'lumotlar" leksemasida "chuqur o'rganishlar, tekshirishlar natijasi" semasi mavjud emas. Umuman, maxsus matnlarda "tahlillar" leksemasini bimalol qo'llash mumkin va o'zbek foydalanuvchilari tomonidan "insights" leksemasi ma'nosida qabul qilinadi. Shunday bo'lsa-da, umumiy mazmunli matnlarda "tahlillar" leksemasini ijtimoiy tarmoq marketingi sohasiga maxsuslashtirish uchun biroz kengaytirish lozim bo'ladi. Bunda "bozor tahlili" birikmasidan foydalanish mumkin bo'ladi. Aslida, polifunksionallik xususiyatiga ega bo'lgan terminlar umumiy mazmundagi matnlarda qo'llanganda terminologik ma'noni yaqqol ifodalash uchun aniqlashtiruvchi leksik birliklardan foydalanish me'yoriy holat sanaladi[10].

## ADABIYOTLAR

1. Webster N. An American Dictionary of the English Language: in two volumes. – New York: S.Converse, 1828.
2. www.collinsdictionary.com [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 02.01.2025.
3. Dadaboyev H. O'zbek terminologiyasi. – Toshkent: Yoshlar nashriyot uyi, 2019. – 86 b.
4. https://digitalmarketinginstitute.com/resources/glossary/social-media-marketing-smm [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 03.01.2025.
5. Турсунов У. ва бошқ. Ҳозирги ўзбек адабий тили. – Тошкент: Ўзбекистон, 1992. – 399 б.
6. Bell R.T. Translation and translating . Theory and practice. – London, New York: Routledge, 1991. – 298 p.
7. Webster's Unabridged Dictionary of the English Language. – New York: Random House, 2001. – 2256 p.
8. Butayev Z. Inglizcha-o'zbekcha, o'zbekcha-inglizcha lug'at. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 656 b.
9. https://digitalmarketinginstitute.com/resources/glossary/social-media-marketing-smm [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 03.01.2025.

- 
10. Zihan Y., Elaine W. Multifunctionality in English: Corpora and Language and Academic Literacy Pedagogy. – London: Routledge, 2022. – 266 p.