

## REKLAMA TARJIMASIDA TARJIMON MAHORATI, REKLAMA TARJIMASI USLUBI VA MUAMMOLARI

**Nuraliyev Jasur,**

SamDCHTI magistranti

***Annotatsiya:** Ingliz tilidagi reklamalarni o‘zbek tilidagi tarjimasini tahlil qilish maqsadida mazkur ilmiy ishda manba sifatida bevosita tarjimalardan bir nechtasini kiritib otdik, bevosita o‘girmalardan ingliz tarjimalari tanlab olindi. Shuningdek, ingliz – o‘zbek reklamalarni tuzilishlari o‘rtasidagi formal hamda funksional mutanosibliklarni o‘rganish maqsadida ingliz, amerika va o‘zbek reklamalarnining qator asosiy matnlari tekshirildi va o‘zaro chog‘ishtirildi.*

***Tayanch so‘zlar:** tarjima, maqsad, original uslub, reklama, asliyat, milliylik, iste’molchi.*

Xorijiy tildagi matnni o‘rganish va uni bir tildan boshqasiga o‘girish va tildagi o‘ziga xos xususiytlarni tarjima jarayonida saqlab qolish tarjimashunoslikda muhim o‘rin tutadi. Bu yerda tarjimon mahoratiga qoyil qolmay iloj yo‘q.

Bu tarjimada tarjimon tomonidan qolip mos tarzda tanlangan va mohironalik bilan tarjima qilingan. Bizda asl nusxa uslubini bergan tarjimalar ko‘p, mohir tarjimonlar bu og‘ir ishni sharaf bilan bajarganlar. O‘tkir tarjimonlar original uslubni berish uchun juda ko‘p bosh qotirishgan. Shuning uchun ham ularning tarjimalari yaxshi chiqqan. Shu maqsada bir misol keltirib o‘tamiz:

Coca-cola firmasining ishlab chiqargan mahsuloti bu koka-kola ichimlik suvlaridir, bu mahsulotni ishlab chiqargandan keyin uning bozori chaqqon bo‘lishi uchun uni reklama qilish kerak bo‘ldi, hammaga ma’lumki yevropa mamlakatlarida reklamalar no‘ananaviy bo‘ladi, ya’ni reklama tayyorlashdagi video ro‘liklar o‘ziga tortish kuchiga ega bo‘lish kerak. Endi bu mahsulot bizning mamlakatda, bu

mahsulotni sotish uchun uni reklama qilish kerak bo‘ladi. Reklama qilishda koka-kola firmasining shiorini tarjimasini bilan reklama qilinadi. Tarjima bir qator usularda amalga oshirilishi mumkin:

“*Open happiness*”. Koka-kola firmasining bu shiorini bizning tarjimonlar “*Baxtinga erish*” shaklida tarjima qilgan. Agar so‘zma-so‘z tarjima qilinganda “*baxting ochiq*” qabilida bo‘lishi tayin edi. Tarjimon tomonidan amalga oshirilgan tarjima e‘tiborni tortishi aniq. Tarjimaning qaysi bir sahifasini ochmang, qaysi bir satrini o‘qimang, bari asl nusxaga mos, katta did va zo‘r ilhom bilan ifodalangan.

Bu yerda “*open*” so‘zi “*erish*” shaklida tarjimon tomonidan katta mahorat bilan tarjima qilinganligi ko‘rinib turibdi. *Moslashtirma tarjima usuli qo‘llangan*. Bu tarjima turida asliyatga o‘ta erkin munosabatda bo‘lingan. Ko‘proq komediya janriga, reklama va e‘lonlar tarjimalarida mavzu personajlar tarkibi, mazmuniy xususiyat odatda saqlansada, asliyatda mujassamlangan milliy o‘ziga xoslik, urf-odatlar, ruhiy holatlar tarjima tili sohiblariga xos jihatlar bilan almashtiriladi. Bunday tarjima beasos asliyatni imkon qadar tarjima tili sohiblariga yaqinlashtirishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘yadi. Moslashtirilgan tarjimaning paydo bo‘lish sabablaridan biri o‘z qalami quvvatiga ishonqiramagan ijodkorning asarni kitobxon qo‘lida tezroq ko‘rish orzusi bilan bog‘liqdir.

Ikkinchi sababi – tarjimonning o‘zga xalq hayotining o‘ziga xos tarzidagi tasviriga bag‘ishlangan baddiy yodgorlikni o‘z kitobxoniga maqbul va manzur tarzda yetkazib berish istagidan iboratdir.

KaOoga! Mobile, by joining the kaooga club you are automatically entered and agree to receive exclusive offers, crazy deals and FREE STUFF every week Your standard text message rates apply and you may opt out at any time by replying STOP.

Tarjimasini: HAMMA G‘OLIB!

*Har hafta ekskluziv yutuqlar va chegirmalarni yutib ol bu galgi yutuqlar va sovg‘alar: bir yillik bahorgi sayohat, bitta I Pod, bitta video kamera, bir yil uchun turli xil ichimliklar, kinoga chiptalar, tekin ovqatlar.*

*Qo'l telefonning orqali kaooga klubiga bog'lan va sen har hafta to'g'ridan to'g'ri kutilmagan takliflarga, ga'royib yutuq va sovg'alarga duch kelasan! Sen tanlagan xabar darajasi yuqorilashib boraveradi va sen xohlagan vaqtingda STOP tugmasuini bosib uyindan chiqishing mumkin.*

Tarjimon tanlagan uslubning yangiligi faqat so'zda emas, avvalo jumla tuzishida ko'rinadi. Jumla – bu uslub kaliti hisoblanadi. Tarjimon bir qator muammolar qarshisida turadi. Birinchidan: U – ijodkor, lekin o'zganing ijodi bilan ish ko'radi. Ikkinchidan: U Vatan adabiyoti ravnaqi yo'lida zahmat chekadi. Ayni vaqtda asliyatning milliyligini saqlash lozim. Uchinchidan: Tarjimondan o'tmish to'g'risida kitobxonga tasavvur berish (uyg'otish) talab qilinadi. To'rtinchidan: Tarjima qilish jarayonida u hamma vaqt o'z ona tilida fikrlaydi. Ona tili unga tahlil quroli, sinov mezoni bo'lib xizmat qiladi. Tarjimon avtorning g'oyaviy-estetik dunyosi, kitobxonni rom etgan jozibani o'quvchilarga yetkazishga bel bog'lagan kishi hisoblanadi. Tarjimon voqelikni asliyatda ko'rsatilgan darajasida bilsagina uni qayta yarata oladi. Voqelikni qayta yaratish – tarjimondan keng tasavvurga ega bo'lishini hamda matn "interpretatsiyasi" ustida ijodiy mehnat qilishni taqozo etadi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak reklama tarjimasida so'z tovar iste'molchisining ehtiyojini ma'lum darajada qondirayotgani haqida borayotganini tushunish muhim. Ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi kommunikativ aloqa reklama hisoblanadi. Reklama korxonasi va bozor o'rtasidagi butun aloqa tizimini o'z ichiga oladi. Iste'molchi reklama qilinayotgan tovar to'g'risida malakali bilimga, ya'ni tasavvurga ega bo'lishi kerak. Reklama xabarlarini shunday bo'lishi zarurki, u iste'molchida tovarga nisbatan ijobiy munosabat uyg'otishi va uni sotib olishga ishonch uyg'ota olishi lozim. Reklama mazmuniga kelganda, unga tovarlarni va ularning iste'mol qilish xususiyatini tashviqot qilish deb qaralishi shart. Ayrim qarash va g'oyalarning shakllanishini tashviqot qilish reklamani rivojlantirishning yangi imkoniyatlarini ochadi.

**ADABIYOTLAR**

1. Кулдошов У. Инглиз ва ўзбек тилларида конверсивлик ва антонимлик ҳодисаси //Иностранная филология: язык, литература, образование. – 2021. – №. 3 (80). – С. 67-73.
2. Daminov N. K. SIMULTANEOUS TRANSLATION INTERPRETING AS A MODERN TYPE OF TRANSLATION //Academic research in educational sciences. – 2023. – Т. 4. – №. 2. – С. 77-81.
3. Daminov N. Using some strategies in simultaneous interpreting process //E3S Web of Conferences. – 2023. – Т. 381. – С. 01104.
4. Kasimova A. N., Nurullayeva D. S. H. NEOLOGISMS IN MODERN ENGLISH AND THEIR TRENDS IN WORD FORMATION (BASED ON TEXTS IN THE MEDIA) //Евразийский журнал социальных наук, философии и культуры. – 2023. – Т. 3. – №. 3. – С. 130-133.
5. Sukhrobovna N. T. AXBOROT TEXNOLOGIYALARDA MATNLARNING GRAMMATIK XUSUSIYATLARI //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – Т. 24. – С. 1087-1090.
6. Xidirovich N. X., Daminov N. Q. SINXRON TARJIMON NUTQIGA QO ‘YILADIGAN TALABLAR //IJTIMOIY FANLARDA INNOVASIYA ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2023. – Т. 3. – №. 4. – С. 21-27.
7. Сафаров Ш. Тил бирлиги ва воқелик муносабати //Иностранная филология: язык, литература, образование. – 2021. – №. 2 (79). – С. 5-8.