



INGLIZ VA NEMIS TILLARINING O‘ZARO TA‘SIRI MUAMMOLARI VA LINGVISTIK TALQINI

Xamidova Muslimaxon Abdusamad qizi

*Filologiya va tillarni o‘qitish (ingliz tili), 401-guruh talabasi,
Oriental universiteti, Toshkent*

Saidova Maxsudaxon Abbasovna

Katta o‘qituvchi, Oriental universiteti, Toshkent

Anotatsiya. Ushbu maqolada ingliz va nemis tillarining lingvistik o‘zaro ta‘siri tahlil qilinadi hamda ularning tarixiy rivojlanish jarayoni yoritiladi. Maqolada ikkala tilning leksik, grammatik va fonetik xususiyatlari ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, madaniy almashinuv va globalizatsiya jarayonlari natijasida nemis tiliga kirib kelgan inglizcha so‘zlar misollar asosida tahlil qilinadi. Mazkur jarayonlarning tarjima faoliyatiga ta‘siri ham alohida e‘tiborga olinadi.

Kalit so‘zlar: anglisizm, texnologiya, ekvivalent, media va marketing sohalari.

Annotation. This article analyzes the linguistic interaction between the English and German languages and examines their historical development. The article discusses the lexical, grammatical, and phonetic features of both languages. It also provides examples of English words that have entered the German language as a result of cultural exchange and globalization. Special attention is also paid to the influence of these processes on translation practice.

Keywords: Anglicism, technology, equivalent, media and marketing fields.

Аннотация. В данной статье анализируется лингвистическое взаимодействие английского и немецкого языков, а также рассматривается история их развития. В статье исследуются лексические, грамматические и фонетические особенности обоих языков. Кроме того, приводятся примеры английских слов, вошедших в немецкий язык в результате культурного обмена



и процессов глобализации. Особое внимание уделяется влиянию этих процессов на переводческую практику.

Ключевые слова: англицизм, технология, эквивалент, сферы медиа и маркетинга.

Kirish. Nega ingliz va nemis tillari bir-biriga shunchalik o‘xshash? Ushbu savolga javob berish uchun mazkur tillarning tarixiy hamda lingvistik aloqalarini tahlil qilish maqsadga muvofiqdir. Ingliz va nemis tillari hind-yevropa til oilasining german tillari guruhiga mansub bo‘lib, tarixiy jihatdan bir-biriga yaqin tillar sifatida qaraladi. Ikkala til ham qadimgi german qabilalari tillaridan kelib chiqqan bo‘lib, ularning leksikasi va grammatik tuzilishida o‘xshashliklar bilan bir qatorda muayyan farqlar ham mavjud.

Tarix davomida turli madaniy, ilmiy hamda savdo aloqalari tufayli ushbu tillar o‘zaro ta’sirga kirishgan. Natijada ingliz va nemis tillari rivojlanish jarayonida bir-biriga ma’lum darajada ta’sir ko‘rsatib kelgan. Shu sababli ushbu tillarning lingvistik xususiyatlarini tahlil qilish ularning o‘zaro aloqalarini chuqurroq tushunish imkonini beradi.

Asosiy qism. Ingliz va nemis tillari dunyodagi eng yirik til oilalaridan biri hisoblangan hind-yevropa til oilasining german tillari guruhiga kiradi. Ularning tarixiy ildizlari qadimgi german qabilalari tillariga borib taqaladi¹. Ingliz tili g‘arbiy german tillaridan biri bo‘lib, Yevropaning Shimoliy dengizi hududida rivojlangan tillar bilan chambarchas bog‘liqdir. Ushbu hududga hozirgi Germaniya, Norvegiya, Daniya va Buyuk Britaniya kiradi.

Umuman olganda, g‘arbiy german tillari qatoriga ingliz tili, niderland yoki flandriya tili, nemis tili, afrikaans tili, yidish tili hamda kamroq tarqalgan fris tili kiradi. Bugungi ingliz tilining ildizi milodiy IV–V asrlarda Buyuk Britaniya hududiga ko‘chib kelgan german qabilalariga borib taqaladi. Ushbu jarayon ingliz tilining asosiy leksik va grammatik xususiyatlarining shakllanishida muhim rol o‘ynagan².

¹ Baugh A. C., Cable T. *A History of the English Language*. London: Routledge, 2002. – p. 52–55.

² Irisqulov M. T. *Tilshunoslikka kirish*. Toshkent: O‘qituvchi, 2009. – 34–36-betlar.



Ingliz tili boshqa ko‘plab Yevropa tillaridan grammatik jins tizimining sezilarli darajada soddalashganligi bilan ajralib turadi. Ko‘pgina Yevropa tillarini o‘rganishda talaba har bir otning nafaqat ma’nosini, balki uning qaysi jinsga mansubligini ham eslab qolishi zarur. Masalan, roman tillarida ikki xil jins mavjud bo‘lib, ingliz tilida o‘rta jinsga kiradigan ko‘plab otlar bu tillarda erkak yoki ayol jinsiga tegishli bo‘lishi mumkin.

German tillarida esa uch xil jins tizimi mavjud: erkak, ayol va o‘rta jins. Masalan, nemis tilida *Sonne* (quyosh) ayol jinsiga, *Mond* (oy) esa erkak jinsiga kiradi. Biroq *Kind* (bola), *Mädchen* (qiz bola) hamda *Weib* (ayol) kabi so‘zlar o‘rta jins hisoblanadi. Bu tizim nafaqat olmoshlarning ishlatilishiga, balki sifatlarning ot bilan moslashuviga hamda so‘zlarning turlanishiga ham bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Ingliz tilida esa ushbu tizim o‘rta ingliz davrida deyarli yo‘qolgan. Hozirgi ingliz tilida otlarning jinsi ko‘pincha ma’nosiga qarab belgilanadi. Tirik mavjudotlarni bildiruvchi so‘zlar tabiiy jinsga qarab erkak yoki ayol jinsga mansub bo‘ladi, qolgan barcha otlar esa o‘rta jins sifatida qo‘llanadi.

Ingliz tilini chuqur o‘rganayotgan tadqiqotchilar ko‘pincha uning imlosidagi tartibsizlik va yozilish bilan talaffuz o‘rtasidagi nomuvofiqlikni tanqid qiladilar. Chunki ingliz tilida bir xil tovush turli shaklda yozilishi mumkin. Masalan, *believe*, *receive*, *leave*, *machine*, *be*, *see* so‘zlarida bir xil unli tovush turli yozuv shakllari orqali ifodalanadi. Aksincha, *aharfi father*, *hate*, *hat* kabi so‘zlarda turli xil talaffuz qilinadi.

Undoshlarda ham shunga o‘xshash holat kuzatiladi. Masalan, “sh” tovushi *shoe*, *sugar*, *nation*, *ocean* kabi ko‘plab so‘zlarda turli xil yozilish shakllariga ega. Bu esa ingliz imlosi soddalik va izchillikdan ancha uzoq ekanini ko‘rsatadi.

Nazariy jihatdan alifbo tizimida har bir tovush doimo bir xil harf bilan ifodalanishi va har bir harf faqat bitta tovushni bildirishi lozim. Yevropa tillarining hech biri bu mukammal tizimga to‘liq erisha olmagan bo‘lsa-da, nemis tili bu borada



ingliz tiliga qaraganda ancha izchil hisoblanadi³. Masalan, nemis tilida ko‘pincha so‘z qanday yozilsa, shunday talaffuz qilinadi: *Haus* (uy), *Name* (ism) va *kommen* (kelmoq) kabi so‘zlarda yozuv va talaffuz o‘rtasida katta farq kuzatilmaydi. Shu sababli nemis tilida imlo qoidalari ingliz tiliga nisbatan ancha tushunarli va barqaror hisoblanadi.

Anglisizmlar, ya’ni ingliz tilidan kirib kelgan so‘zlar, nemis tiliga ilk o‘rta asrlardan boshlab ta’sir o‘tkaza boshlagan. Ayniqsa XVII asrdan keyin bu ta’sir turli davrlarda turlicha darajada namoyon bo‘lgan. Ikkinchi jahon urushidan so‘ng ingliz tilining madaniy va lingvistik ta’siri yanada kuchaydi. Xususan, 1990-yillardan boshlab ingliz tili jamiyat hayotining ko‘plab sohalariga faol kirib keldi. Natijada inglizcha so‘zlar bugungi kunda nemis tilida so‘zlashuvchilarning kundalik nutqida keng qo‘llaniladigan muhim leksik qatlamga aylangan.

2005-yildan boshlab Germaniyadagi deyarli barcha boshlang‘ich maktablarda ingliz tili o‘qitila boshlagan, faqat Fransiya bilan chegaradosh ayrim hududlar bundan mustasno. Germaniya Akademik Almashinuv Xizmati ma’lumotlariga ko‘ra, mamlakatdagi oliy ta’lim dasturlarining taxminan 10 foizi ingliz tilida olib boriladi. Ularning aksariyati magistratura bosqichiga tegishli bo‘lib, ba’zilar xususiy, kontrakt asosida faoliyat yurituvchi ta’lim muassasalarida ham taklif etiladi.

Germaniya ko‘plab chet ellik mutaxassislar yashaydigan davlat bo‘lsa ham, ekspatlar uchun o‘tkaziladigan tadqiqotlarda ko‘pincha past o‘rinlarni egallaydi. Masalan, Myunxenda joylashgan InterNations tarmog‘i o‘tkazgan 2023-yilgi Expat Insider so‘roviga ko‘ra, bunga asosiy sabab sifatida til masalasi ko‘rsatilgan.

Ko‘p hollarda ingliz tilidan kirib kelgan so‘zlar nemis tilida aniq muqobilga ega bo‘lmaydi. Bu esa tarjimonlar hamda og‘zaki tarjimonlar uchun muayyan murakkabliklarni keltirib chiqaradi. So‘nggi yillarda ingliz tilining nemis tilida so‘zlashiladigan hududlarda ta’siri sezilarli darajada kuchaygan bo‘lib, bu holat ayniqsa tarjima sohasida yaqqol namoyon bo‘lmoqda⁴.

³ Irisqulov M. T. *Tilshunoslikka kirish*. – 72–74-betlar.

⁴ Glucroft W. N. *English Language Use Gets a Boost in Germany*. Deutsche Welle, 2017.



Ayniqsa marketing va media sohalarida inglizcha atamalar juda keng qo'llaniladi. Ingliz tili shu qadar ommalashganki, nemischa variantlar ko'pincha kamroq ishlatiladi. Masalan, yangiliklarda kimdir maxfiy hujjatlarni oshkor qilgan *whistleblower* haqida gapiriladi, u ma'lumotlarni *leak* qilgan bo'ladi va bu *story* katta shov-shuv uyg'otadi. Keyinchalik bu voqea Gollivud e'tiborini tortib, yilning eng mashhur *blockbuster* filmiga aylanishi ham mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarda esa filmning *trailer* keng tarqatilib, foydalanuvchilar tomonidan *like* qilinadi, aktyorlar esa yangi *follower*larga ega bo'lishadi. Ijtimoiy tarmoqlar ingliz tilining kundalik nutqqa singib ketishiga katta hissa qo'shmoqda. Yoshlar *cute*, *random*, *weird* kabi qisqa inglizcha so'zlarni tez-tez ishlatishmoqda.

Shu sababli tarjimonlar, ayniqsa marketing matnlarini tarjima qilish jarayonida, agar auditoriya yoshlar bo'lsa, ana shu til uslubini ham hisobga olishlari zarur.

Inglizcha so'zlar sport sohasida ham keng tarqalgan. Masalan, boksdagi *kämpfen* o'rniga *fight* shlatiladi. Musobaqalar *Wettbewerb* emas, balki *challenge* deb ataladi. Futbol sohasida *shooting star* yoki *newcomer* kabi atamalar qo'llaniladi, sportchilar esa *Fitnessstudio* o'rniga *gym*da shug'ullanadilar. Hatto jamoaviy ruh ma'nosini bildiruvchi *Mannschaftsgeist* ham ko'pincha *team spirit* tarzida ifodalanadi.

Tarjima jarayonida mutaxassis har doim matn kim uchun mo'ljallanganini hisobga olishi zarur. Masalan, ilmiy yoki sohaviy jurnallarda ortiqcha anglisizmlardan qochish maqsadga muvofiq bo'lishi mumkin. Ammo ijtimoiy tarmoqlardagi qisqa va norasmiy postlarda inglizcha so'zlar ko'pincha zamonaviylik hamda uslubiy ta'sir yaratish uchun ishlatiladi.

Axborot texnologiyalari sohasida inglizcha atamalar deyarli asosiy terminologik til vazifasini bajaradi. *User*, *account*, *interface* kabi so'zlar allaqachon keng qo'llaniladigan terminlarga aylangan. IT sohasiga oid adabiyotlarning katta qismi ham ingliz tilidagi terminologiyaga tayangan holda yaratiladi.

Bu esa texnik tarjimonlar uchun murakkablik tug'diradi, chunki ayrim terminlarni asl inglizcha shaklda qoldirish yoki nemischa muqobilini qo'llash



masalasi har doim ham oson hal etilmaydi. Shu sababli mutaxassislar qaysi variant sohada kengroq qabul qilinganini diqqat bilan tahlil qilishlari zarur.

Biroq ommaviy axborot vositalaridagi matnlarni tahlil qilgan bir nechta tadqiqotlar, asosan ommaviy axborot korpuslariga tayangan holda, anglisizmlardan nutqni ixchamlashtirish maqsadida foydalanishni ko'rsatadi. Masalan, Pfitzner (1978) nemis matbuot matnlarini tahlil qilganda, gazetachilar doimiy ravishda vaqt va sahifa cheklovlari bosimi ostida ishlashini qayd etadi. Yangilik agentliklari matnlarini bosma gazeta formatiga moslashtirish jarayonida ular qisqa so'zlardan foydalanishni afzal ko'radilar; bu esa anglisizmlardan foydalanish uchun qulay, chunki ular ko'pincha mumkin bo'lgan nemis ekvivalentlaridan qisqaroq bo'ladi.

Shu bilan birga, Sagmeister–Brandner (2008) Avstriya radio jurnalistlarining efirdagi hissa qo'shishlari qat'iy vaqt talablari bilan bog'liq ekanini va ular vaqtdan tejash maqsadida ba'zan anglisizmlardan foydalanishini ta'kidlaydi.

Winter–Froemel va boshqalar (2014) nemis korpusidagi anglisizmlardan foydalanish bo'yicha statistik tahlilida shuni ko'rsatadiki, agar anglisizm nemis ekvivalentiga qaraganda qisqaroq bo'lsa, u shuncha muvaffaqiyatli (ya'ni tez-tez ishlatiladigan) bo'ladi.

Bundan tashqari, Picone (1996: 56) ta'kidlaydiki, anglisizmlarning boshqa tillardagi ekvivalentlariga nisbatan qisqaroqligi ularni reklama maqsadlarida va "jurnalistik matn tahririda" ayniqsa qiziqarli qiladi.

Xulosa. Bugungi kunda ingliz tili nemis tiliga globalizatsiya, media, marketing, sport hamda axborot texnologiyalari orqali kuchli ta'sir ko'rsatmoqda. Natijada nemis tilida ko'plab anglisizmlar paydo bo'lib, ular kundalik nutq hamda turli professional sohalarda keng qo'llanilmoqda.

Biroq ayrim inglizcha so'zlarning aniq nemischa muqobili mavjud emasligi tarjima jarayonida ma'lum qiyinchiliklarni keltirib chiqarishi mumkin. Shu sababli tarjimonlar va mutaxassislar matnning maqsadi hamda auditoriyasini hisobga olgan holda, qaysi holatda inglizcha atamani ishlatish yoki nemischa variantni qo'llash maqsadga muvofiqligini to'g'ri tanlashlari muhimdir.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Baugh A. C., Cable T. A History of the English Language. – London: Routledge, 2002.
2. Irisqulov M. T. Tilshunoslikka kirish. – Toshkent: O‘qituvchi nashriyoti, 2009.
3. Picone M. D. Anglicisms, Neologisms and Dynamic French. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1996.
4. Sagmeister-Brandner A. Stylistic Functions of Anglicisms in German Radio: Brevity of Expression and Conveying Modernity from the Perspective of Journalists. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
5. Winter-Froemel E., Onysko A., va boshqalar. Anglicisms in German: Borrowing, Lexical Productivity and Stylistic Function. – Berlin: De Gruyter, 2014.
6. Glucroft W. N. English Language Use Gets a Boost in Germany. – Deutsche Welle (DW), 2017.
7. AP Fachübersetzungen. Anglicisms in German from a Translator’s Perspective. – Berlin, 2019.