

RESEARCH ARTICLE

Translation Of Newspaper Headlines And Issues Of National Mentality

Zlixa Qdirbaevna Orazimbetova

Professor, Doctor of Philology (DSc), Department of Journalism, Karakalpak State University

Khurliman Yusupova

PhD Student, Karakalpak State University, Uzbekistan

VOLUME: Special Issue 2026

PAGE: 237-240

Copyright © 2026 European International Journal of Multidisciplinary Research and Management Studies, this is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-Share Alike 4.0 International License. Licensed under Creative Commons License a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract

The article highlights theoretical and practical issues related to the translation of newspaper headlines, including elements such as national-ethnic symbols, stereotypes, proverbs and sayings, as well as historical and cultural realia.

KEY WORDS

Headline, translation studies, national mentality, media text, linguoculture, realia, adaptation.

INTRODUCTION

Jahon miqyosida axborot olish vositalari tez sur'atlar bilan takomillashib borayotgan bir sharoitda gazeta sarlavhalari auditoriya e'tiborini jalb qilishning asosiy vositalaridan biri sifatida axborot sohasida muhim o'rin egallamoqda. Aqlli telefonlar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn-OAV platformalari orqali tarqalayotgan mediamatnlr ichida sarlavha matnning «vizual pasporti» vazifasini o'taydi va o'quvchida tezkor holda birinchi tasavvurni hosil qiladi. Shu bilan birga, sarlavha nafaqat informativ xususiyatga, balki milliy-madaniy identichlikni ifoda etuvchi ramziy va pragmatik javobgarlikga ham ega [1, 32].

Gazeta sarlavhalari, odatda, ma'lum bir millat yoki xalqning asrlar davomida shakllangan dunyoqarashi, qadriyatlar, ruhiy-ma'naviy tafakkuri va madaniy xususiyatlarini o'zida mujassam etadi. Ularda xalq og'zaki ijodiga xos iboralar, milliy voqelikni ifoda etuvchi obrazlar, tarixiy voqea-hodisalarga ishoralar, etnik stereotiplar hamda madaniy realiyalar juda ko'p uchraydi [2, 16]. Shu sababli sarlavhani boshqa tilga tarjima qilish jarayonida tarjimon nafaqat til birliklarining lug'aviy ma'nosini

bilishi, balki manba tegishli bo'lgan xalq madaniyatining ichki mohiyatini anglash, uning semiotik tizimini to'g'ri talqin qilish va maqsadli auditoriyaga to'g'ri etkazish qobiliyatiga ega bo'lishi talab etiladi.

Amaliyotda ko'p hollarda gazeta sarlavhalaridagi milliy koloritni saqlab qolmagan holda bajarilgan tarjimalar axborotning mazmuniy va emotsional ta'sirini susaytiradi, ba'zan esa noto'g'ri talqinlarga olib keladi. Chunki sarlavhadagi metafora, qiyos, maqol, real voqelikka ishora yoki madaniy ramz manba tilida mutlaqo boshqacha emotsional va mafkuraviy yukka ega bo'lishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, tarjimondan madaniy kompetentsiya, intermadaniy muloqot maxorati, pragmatik tahlil qobiliyati [3, 41] va matniy adaptatsiya [4, 72] imkoniyatlari talab etiladi.

Bunday masalalarning dolzarbligi xususan global axborot aylanmasi kuchaygan, kontent iste'moli raqamlashgan, madaniyatlararo muloqot faollashgan bugungi davrda yanada oshmoqda. Xalqaro axborot agentliklari, onlayn-jurnalistika platformalari va media tarjimonlar uchun sarlavha

tarjimasidagi milliy mentalitet masalalarini ilmiy jihatdan o'rganish nafaqat nazariy, balki amaliy ahamiyatga ham ega. Shu bois gazeta sarlavhalari tarjimasida milliy mentalitet ta'siri, madaniy-konnotativ omillarning tarjimaviy muammolari, ularni hal qilishning zamonaviy yondashuvlari va amaliyotda uchraydigan xatolarni tahlil etish o'ta dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Bu mavzuning dolzarbligi sarlavha janrining madaniy-ramziy xususiyatlari va uning tarjimaviy interpretatsiyasidagi murakkabliklarni ilmiy asosda yoritib berish bilan izohlanadi.

Sarlavha nafaqat maqola mazmunini ifoda etadi, balki muayyan xalqning mental qiyofasi, madaniy o'ziga xosliklarni, tiliga xos uslubiy xususiyatlarni mujassam etadi. Shuning uchun sarlavhalarni tarjima qilish jarayonida lug'aviy tengliklarni topishning o'zi etarli emas, aslida shular bilan birga milliy mentalitetni his etish, madaniy kontekstni to'g'ri talqin qilish, o'quvchining qabul qilish psixologiyasini ham hisobga olish muhim ahamiyatga ega.

Gazeta sarlavhasi publitsistik matnning eng muhim komponentlaridan bolib, unda nafaqat mazmunning qisqa ifodasi, balki muallifning munosabati, milliy tafakkur, mentalitetga xos obrazlilik va ekspressivlik mujassam boladi. Ayniqsa, turkiy tillar tukumiga xos gazeta materiallaridagi sarlavhalar, odatda, xalqona tasvirlar, milliy qarashlar, maqollar bilan berilgan ifodalar, etnik va madaniy xususiyatlar orqali shakllanadi. Shu bois o'zbek, qoraqalpoq, qozoq tillaridagi gazeta materiallari sarlavhalarini rus yoki ingliz tiliga tarjima qilishda mazkur madaniy qatlamni toliq saqlab qolish tarjimonnan katta mas'uliyatni talab etadi. Amaliyot shuni korsatadiki, ko'p hollarda sarlavhalar kalka yo'li bilan yoki literal usulda tarjima qilinadi. Bu esa milliy koloritning yo'qolishi, mentalitetning tarjima matnida aks etmay qolishi, publitsistik ta'sirning pasayishiga sabab boladi.

Sarlavhalar publitsistikada odatda uch xil vazifani bajaradi:

1. Informativlik, ya'ni voqea haqida qisqa xabar beradi;
2. Ekspressivlik, ya'ni milliy madaniyat, xalqona timsollar orqali hissiy ta'sir korsatadi;
3. Pragmatik, ya'ni diqqatni tortish, e'tiborni jalb etish va pozitsiya bildirish.

Qoraqalpoq tilidagi gazeta materiallari sarlavhalarida yuqori darajadagi obrazlilik, xalqona iboralar va tabiiy ekspressivlik aniq ko'zatiladi. Maslan: «Qumda qalg'an izler», «Elge qaytqan

balaning anggimesi», «Toylar haqqida oylar», «Baysyn elindegi erler», «Shopan shangg'ytqan ay dala» ham basqa. Bu misollarda milliy ma'naviyat, qadriyat, etnopsixologiya aks etgan. Ammo, tarjimada ular ko'pincha neytrallashadi. Ko'plab tarjimalarda sarlavhalarning «so'zma-so'z» ko'chirilishi lingvomadaniy mazmunni buzadi.

Shuningdek, qoraqalpoq tilidagi gazeta matnlarining sarlavhalarida alliteratsiya kuchli [5, 112]. Masalan: «Moynaqtıng maqtao'ly mug'əllimi», «Janga yıl janga jetiskenliklerge jetkersin», «Dərbenttegi daralang'an dərgay» va hakazo.

Gazeta sarlavhalarining tarjimasida milliy mentalitetning yo'qolishi asosan quyidagi holatlarga borib taqaladi:

1. Literal tarjimaning ustunligi, natijada sarlavhaning obrazlilik bo'ziladi;
2. Milliy realiya va konseptlarning bevosita tarjima qilinishi, ularning madaniy ma'nosi yoqoladi;
3. Maqol bilan berilgan sarlavhalarda milliy iboralarning neytrallashuvi;
4. Lingvopoetik xususiyatlarning (ritm, alliteratsiya) tarjimada aks etmasligi;
5. Publitsistik ruhning pasayishi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, sarlavha tarjimasi oddiy leksik ko'chirish emas, balki mentalitetni qayta yaratish jarayonidir. Tarjimon milliy kolorid, milliy obrazlar, realiyalarni chuqur anglamas ekan, matn va sarlavha o'z ta'sir ko'chini yo'qotadi. Shu bois sarlavhalarini tarjima qilishda lingvomadaniy ekvivalent, metaforik qayta yaratish, kontekstual izohli tarjima kabi strategiyalar qollanishi maqsadga muvofiq.

Gazeta sarlavhasining uslubiy xususiyatlariga kelsak, gazeta sarlavhasi boshqa matn turlariga nisbatan quyidagi xususiyatlari bilan ajralib turadi:

1. Lakonizm va ekspressivlik: sarlavha qisqa, tushunarli, biroq ta'sirli va his-tuyg'uga boy bo'lishi talab etiladi.
2. Oqilona intriga va kreativlik: sarlavha o'quvchini qiziqtirishi, o'qishga undashi kerak.
3. Madaniy koloridlar: sarlavhalarda xalqqa, milliy tilga xos idiomalar, maqollar, ishoralar, aforizmlar, qo'shma qiyosiy o'qshatishlar ko'p uchraydi.
4. Informativlik: sarlavha maqolaning asosiy mohiyatini

qisqa shaklda sharhlab (tushuntirib) beradi.

Ushbu xususiyatlar tarjimada ham saqlanishi zarur, lekin turli madaniyatlardagi semantik va pragmatik xususiyatlar farqi bu jarayonda murakkablik tug'diradi.

Tarjimada milliy mentalitet masalasiga kelsak, milliy mentalitet – xalq ma'naviyati, tafakkuri, qadriyatlari, urf-odatlar, tarixiy tajribasi bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy-psixologik fenomendir. Jurnalistikada, ayniqsa sarlavhalarda ushbu fenomen tilning uslubiy tizimi orqali namoyon bo'ladi.

Tarjimon milliy mentalitetning quyidagi eng oddiy va eng ahamiyatli jihatlarini hisobga olishi lozim:

- 1) Milliy stereotiplar va tasavvurlarni;
- 2) Realialarni (madaniy-etnik atamalar, tarixi shaxslar, geografik nomlar);
- 3) Folklor va adabiy ijodkorlik xususiyatlarni;
- 4) Tilga xos obrazli ifoda vositalarini.

Masalan, o'zbek gazeta sarlavhasida «Bozori chayqaldi» iborasi faqat iqtisodiy vaziyatni emas, balki madaniy tasavvurdagi umumiy beqarorlik timsolini ham anglatadi. Bunday ma'no-boyash tarjimada yo'qolib ketmasligi kerak.

Gazeta materiallari sarlavhalarining tarjimasida uchraydigan asosiy muammolarga to'xtaladigan bo'lsak, ularni qo'yidagicha sharhlash mumkin:

- 1) Idiomalar va maqol-mataforalar tarjimasidagi muammolar:

Gazetalarda ko'plab sarlavhalar metaforik xususiyatga ega bo'lib keladi. Masalan: «Oq uy qora bulutlar ichida», «Yirik kompaniyalar ekini ezildi» va hokazo. Bunday iboralar bevosita tarjima qilinsa, manbaga doir xalqning madaniyatni bilmaydigan o'quvchida noto'g'ri tasavvur uyg'otishi mumkin. Shuning uchun tarjimada dinamik ekvivalent usuli ko'proq qo'llaniladi.

- 2) Madaniy realialarning adekvat ifodasi masalasi:

Masalan, «Navruz sayli oldidan poytaxtda tayyorgarlik avjida» sarlavhasini xorijiy tilda to'g'ri berish uchun «Navruz» so'ziga izoh berib o'tish yoki adaptatsiya zarur bo'lishi mumkin.

- 3) Siyosiy-ijtimoiy mazmunni noto'g'ri talqin qilishdagi muammolar:

Siyosiy sarlavhalarda milliy kontekst juda kuchli namoyon bo'ladi. Shu bois tarjimon moddiy ma'noga emas, balki

maqsad, ton va kontekst mazmuniga katta e'tibor qaratishi shart.

Tarjimadagi qulay yondashuvlarga to'xtaladigan bo'lsak, unda qo'yidagilarni hisobga olish zaruriyati katta:

- 1) Adaptatsiya va lokalizatsiya:

Sarlavha o'quvchiga qanchalik yaqin bo'lsa, qabul qilish shunchalik oson kechadi. Shuning uchun ba'zan sarlavha to'liq adaptatsiya qilinadi [6, 91]. Masalan: «Qo'shnilar orasida sovuq shamol esdi» - ingliz tiliga tarjimasi «Tensions rise between neighboring states» - rus tilga tarjimasi: «Rastet napryajennost mejdu sosednimi stranami».

- 2) Madaniy kompensatsiya:

Agar milliy obrazni yoki so'zni (atamani) to'liq etkazish imkonsiz bo'lsa, tarjimon mazmuniy kompensatsiya yo'lini tanlaydi [7, 67]. Masalan: «Qoraqalpoq bozori yana jonlandi» - ingliz tiliga tarjimasi «Economic activity rises again in Karakalpakstan» - rus tilga tarjimasi - «*Ekonomicheskaya aktivnost v Karakalpakstane snova rastet*»; «Yalpi yig'ilish – katta sinov oldidan», «Parliament meets ahead of major political test» - «*Parlament sobralsya pered vajnym politicheskim sobytiem*». Bu erda milliy mazmundagi «sinov» so'zi mazmuniy kengaytirish orqali berildi.

- 3) Ekvivalent qidirish va kontekstual tahlil:

Tarjimon sarlavha zahirasiidagi yashirin ma'no, konnotativ boyoq, emotsional tonni ilg'ay olishi darkor [7, 98].

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, gazeta va onlayn OAVlaridagi sarlavhalarining tarjimasi nafaqat tillararo, balki madaniyatlararo muloqot vazifasini bajaradi [8, 56]. Milliy mentalitet omillarini hisobga olmasdan bajarilgan tarjima axborotning mazmuniy va emotsional qiymatini pasaytiradi, ba'zan esa undan mutlaqo o'zga mazmun kelib chiqishi mumkin. Shuning uchun tarjimon qo'yidagilarga omillarga amal qilishi kerak:

- 1) Sarlavha janrining stilistik xususiyatlarini bilishi;
- 2) Milliy mentalitet va madaniy realialarni teran anglashi;
- 3) Adaptatsiya, kompensatsiya, funktsional ekvivalent kabi usullardan foydalanishi;
- 4) Manba va maqsadli auditoriyaning madaniy farqlarini hisobga olishi zarur.

Ushbu omillarni to'g'ri qo'llash sarlavha tarjimasining sifatini oshiradi va axborotning to'g'ri, ta'sirli hamda madaniy jihatdan adekvat etkazilishini ta'minlaydi.

munosabatlari. – Nukus: Fan, 2022.

Gazeta sarlavhalarining tarjimasi zamonaviy tilshunoslik va mediatilshunoslikning eng murakkab yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Chunki sarlavha – axborotning qisqa, jamlangan, biroq pragmatik jihatdan kuchli shakli bo'lib, u til elementlari orqali ma'lum bir xalqning dunyoqarashi, madaniy qadriyatlari, tasavvur tarzi va milliy mentalitetini ifoda etadi. Tarjimadagi asosiy qiyinchiliklar milliy koloritni saqlash, madaniy realiyalarni to'g'ri anglash, idiomatik birliklar, metaforalar va ishoralarni adekvat ifoda etish bilan bog'liq. Bu jarayonda tarjimondan faqat til bilishi emas, balki yuqori darajadagi lingvomadaniy kompetentsiya, interkulturalagik tahlil, semiotik fikrlash, shuningdek mediatilining stilistik xususiyatlarini his qila olish talab etiladi. Madaniy boyoqni yo'qotmaslik, sarlavha ekspressiyasini saqlash va auditoriyaga mos kontekst yaratish tarjimaning asosiy maqsadi. Milliy mentalitet omillari e'tiborga olingan holda bajarilgan tarjima axborotning mazmunan to'g'ri etkazilishini, emotsional ta'sirchanligini va madaniy adekvatligini ta'minlaydi. Bunday yondashuv media makonida global integratsiya va madaniy xilma-xillikni asrashda muhim ahamiyat kasb etadi.

REFERENCES

1. Abduvaliev A. Tarjima nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Fan, 2019.
2. Xolbekov H. Lingvomadaniyat va tarjima: nazariy masalalar. –Toshkent: Innovatsion ziyo, 2020.
3. Jumaev A. O'zbek publitsistikasi stilistikasi. – Toshkent: NMIU, 2017.
4. Seitov E. Qaraqalpaq publitsistikasida metaforalar. – No'kis: QQDU, 2018.
5. Orazimbetova Z.K. Qoraqalpoq vaqtli matbuoti tilining uslubiy xususiyatlari. Doktorlik diss. avtoreferati. – Nukus: QQDU, 2019.
6. Newmark P. A. Textbook of Translation. – Oxford: Pergamon Press, 1988.
7. Hatim B., Mason I. Discourse and the Translator. – London: Routledge, 1997.
8. Shirinova D. O'zbek-qoraqalpoq tarjima