



INGLIZ TILIDAGI MARKETING TERMINLARINING SO‘Z YASASH XUSUSIYATLARI

Xodjaxonov M. M

Oriental universiteti

“G‘arb tillari” kafedrasida katta o‘qituvchisi

Zamonaviy ingliz tilida so‘z yasashning quyidagi asosiy turlari mavjud: konversiya, affiksatsiya, kompressiya, o‘zak qo‘shish, qisqartma.

Tilning barcha darajalari doimiy ravishda takomillashib boradi: tovushlar tizimi, so‘zning morfologik tarkibi, so‘z va iboralarning lug‘aviy ma’nolari turli o‘zgarishlarga uchraydi. Tilning lug‘aviy ma’nolarida sezilarli o‘zgarishlar sodir bo‘ladi, ya’ni leksik jihatlarida.

Zamonaviy ingliz tili yangi lug‘at birliklarini shakllantirishga qaratilgan. Yangi shakllanishlarning aksariyati tilda mavjud so‘z yasash usullari va vositalari orqali qurilgan. Zamonaviy ingliz tilidagi affiksatsiya, konversiya va birikma kabi so‘z yasashining asosiy turlari tilda yuz yillar davomida qo‘llanilib kelinmoqda. Biroq, bularning barchasi bir xil qo‘llanilmaydi va hosilalash jarayonida har bir usulning ulushi har xil bo‘ladi.

Hozirgi kunga kelib, maqsadli so‘z yasash muammosi dolzarb hisoblanadi. Ko‘pgina yangi shakllar so‘z yasash va so‘z tarkibiga tegishli. Neologizmlarning hosil bo‘lish usullarini o‘rganish tashqi va ichki qonuniyatlarni, shuningdek, tilda so‘z yasash jarayonlarining shakllanish yo‘nalishlarini ochib berishga ko‘proq yordam beradi.

Italyan, ingliz, fransuz, ispan va boshqa tillarda so‘zlashadigan mamlakatlar Rimliklar tomonidan butunlay mustamlakaga aylantirilgan va asrlar davomida imperiyaga bo‘ysungan. Shunga ko‘ra, tillarning yuqorida tilga olingan turlari imperator hukumati tili bo‘lgan lotin tilidan kelib chiqqan. Ularning farqlari alohida ishlash muddati tufayli emas, balki bu xalqlar - lotin va lotin bo‘lmagan xalqlarning nutqidagi aralashma tufayli tushuntiriladi.

Shunday qilib, masalan, inglizcha *enemy* so‘zi fransuz *ennemi* orqali lotincha *inimicus* dan kelib chiqqan bo‘lib, uning o‘zi muntazam ravishda inkor yoki qarama-qarshilikni bildiruvchi *in* prefiksiga (inglizcha *un* ekvivalentiga) va *amicus*, *do‘stga* aylantirilishi mumkin. *Amikusda* nominativ holatda ot belgisi sifatida *-us* bo‘g‘inini yana ajratamiz; *-ic-* nemischa *-ig* yoki inglizcha *-y* ga *windy*, *hairy* so‘zlarida, egalik yoki ishtirokni bildiruvchi sifatdosh oxiri sifatida; va nihoyat, *amo* (*sevaman*) fe‘lining eng sodda shaklida ifodalangan sevgi ma’nosini bildiruvchi *am* radikal elementi¹.

Bugungi kunda, ingliz tilidagi marketing atamashunosligi lug‘at tarkibiga kiradi va o‘zining semantik va strukturaviy xususiyatlari bilan ajralib turadi. Ushbu bandda biz ingliz tilida marketing sohasida qo‘llaniladigan moliyaviy-iqtisodiy atamalarning shakllanishi, rivojlanishi va shakllanish xususiyatlarini va tegishli terminologik jarayonlarni ko‘rib chiqamiz.

¹ A dictionary of English etymology by Hensleigh Wedgwood. London, 1872.

Ingliz tiliga donor tillar va vositachi tillar orqali kirgan soʻzlarni ham quyidagi holatlarda koʻrish mumkin:

1) lotincha kelib chiqishi: *absorption, adjacencies, agent, aggregation, affiliate, agency, ascender, audit, commitment, distributor, insert, item, magnum, media, merger, premium, circulation, communicate, component, data, delete, dissolve, distributor, estimator, extract, extrapolate, frequency, indicia, italic, laminate, limbo*

2) lotin-fransuzcha kelib chiqishi: *acceptance, article, appeal, art, audience, audition, avail, classic, copy, niche, bullet, bulletin, class, competitor, console, edit, lucy*

3) qadimgi fransuzcha kelib chiqishi: *account, advert, announcement, budget, entry, exposure, franchise, franchiser, price, block, border, broker, demand, demo, flush*

4) fransuzcha kelib chiqishi: *advertise, coupon, entrant, bank, cartouche, dupe, elasticity, engrave, envelope, file, gel, gravure, guillotine*

5) yunoncha kelib chiqishi: *analysis, delta, logo, beta, gamma, heuristic*

6) Gollandcha kelib chiqishi: *package*

7) lotin-qadimgi fransuz kelib chiqishi: *attention, promotion, refund, balance, benefit, caption, close, code, column, commission, composition, confirmation, constant, conversion, descender, diffusion, directs, display, document, donee, effects, expire, finish, form, generation, grace, grain, image, illustration, inactive, issue, lapse, libel, margin*

8) Amerika kelib chiqishi: *billboard, donut, supermarket, hypermarket, off-shore, boom, buckeye, dolly, editorial, flier, fuz, gimmic, hitchhike, hype*

9) ispancha kelib chiqishi: *cannibalize*

10) qadimgi inglizcha kelib chiqishi: *dealer, marking, team, pod, star, batch, bridge, buyer, clutter, field, frame, leader*

11) Norvegiya kelib chiqishi: *laggard*

12) Shotlandiya kelib chiqishi: *outlay, baffle*

13) lotincha-qadimgi fransuzcha-inglizcha-fransuzcha kelib chiqishi: *circular, donor, execution, extend, gutter, interpretation*

14) yunon-fransuz kelib chiqishi: *diorama, strategy*

15) Proto-germancha-qadimgi ingliz tilidan: *draw, ear, feeder, filler, hook, house, kill, live*

16) nemis-golland kelib chiqishi: *jingle*

17) nemis-italyan kelib chiqishi: *lottery*

18) italyan kelib chiqishi: *magenta*.

Bu yerda kelib chiqishi nomaʼlum boʻlgan koʻplab atamalar mavjud: *gizmo, halation, loop, mailgram, advertology, artwort, bangtail*².

Bosqinchilarning doimiy bosqinlari tufayli minglab soʻzlar bir tildan ikkinchi tilga oʻtdi. Britaniyadagi bosqinchilarning oqlanishi mahalliy aholining yozma va ogʻzaki tiliga taʼsir koʻrsatdi, ular yangi turmush sharoitlariga moslashgandan soʻng, oʻz lugʻat boyligiga oʻzlashtirilgan soʻzlarni qabul qildilar. Bosqinchilar bosib olingan yerlarga oʻz tillarini olib kelgan boʻlsalar ham, mahalliy aholini oʻz tillarini oʻzlashtirishga majburlay qila olmadilar. Xorijiy tillar bilan ingliz tilidagi nutq aralashdi. Shu vaqtdan boshlab, soʻzlarni bir tildan

² А. Назайкин. «Англо-русский словарь по рекламе»: Вершина; Москва; 2005. ISBN 5-9626-0070-3

boshqa tilga o'zlashtirish jarayoni boshlandi. Zamonaviy ingliz tilida lotin, yunon, fransuz, ispan, qadimgi fransuz va boshqalardan kelib chiqqan ko'plab so'zlar mavjud. Shunday qilib, so'zlarni o'zlashtirish ikki til bir-biriga ustunlik qilishdagi raqobatda, moslashuvchanlik va qabul qilishda asosiy rol o'ynashini aniq ko'rsatadi.

Ingliz tilida so'z yasashining ikki yo'li mavjud:

- 1) Tarkibiy, ya'ni, ikki so'zni birlashtirib bir ma'no so'z hosil qilish.
- 2) So'z ishlab chiqarish, ya'ni, bir so'zdan boshqa so'zning hosil bo'lishi.

1) Ba'zi ingliz marketing atamaları qo'shma, ya'ni, ikki so'zning bir so'z bo'lishi bilan hosil qilingan. Ulardan ba'zilari birga yoziladi, boshqalari esa chiziqcha (defis) bilan yoziladi. Dalillarga asoslangan materiallar tahlili shuni ko'rsatdiki, ingliz tilidagi marketingning qo'shma atamaları quyidagi modellar asosida tuzilgan ko'p sonli aniqlovchi (aniqlovchi) qo'shma so'zlar (otlar) :

1) Sifat + ot: *backlist* - yil faslidan va hozirgi modadan qat'iy nazar talab qilinadigan tovarlarning doimiy assortimenti (*back* - orqa + *list* - ro'yxat), *broadsheet* - katta formatli varaqalar (*broad* - keng + *sheet* - varaq). The backlist contains more than 350 works in paperback. Ushbu jumlada "*backlist*" so'zi atama bo'lgan "doimiy tovarlar assortimenti" deb tarjima qilingan. Oddiy lug'atlarda bu tushunchaning tarjimasi yo'q, u terminologik jihatdan berilgan. Ushbu taklif rus tiliga "Tovarlarining doimiy assortimentida 350 dan ortiq qog'ozli qog'ozlar mavjud" deb tarjima qilingan. Bu yerda "*backlist*" atamasi rus tiliga uch komponentli ibora sifatida tarjima qilingan. Bu so'z avval bir qancha vaqt (joriy mavsum oldidan) nashr etilgan va hali ham bosma (bir muncha vaqt nashr etilgan (joriy mavsumdan oldin) va hali ham bosilgan inglizcha kitoblar) kitoblarni nazarda tutgan. Vaqt o'tishi bilan bu so'z terminga aylandi.

2) Ot + ot: *automaker* - avtomobil kompaniyasi (*auto* - avtomobil + *maker* - ishlab chiqaruvchi), *bangtail* - "dum" / do'kondan hisob-kitoblar xaridorlarga yuboriladigan konvertning orqa tomonidagi ba'zi mahsulot haqidagi reklama (*bang* - zarba + *tail* - dum). Katta inglizcha-ruscha lug'atda I.R. Halperinning so'zlariga ko'ra, "*bangtail*" so'zi "otning qisqa kesilgan dumi" deb talqin qilinadi va defis bilan yozilgan *bang-tail*. Ko'p ishlatiladigan tushunchadan atamaga o'tish davrida so'zning lug'aviy ma'nosi "dum", ammo "reklama" sifatida saqlanib qoldi. Ushbu so'zning etimologiyasi noma'lum.

3) Preposition + ot: *aftermarket* - ehtiyot qismlarni sotish va maishiy elektr jihozlari va avtomobillarga texnik xizmat ko'rsatish sotilgandan keyin (*after*- keyin + *market* - bozor), *offshore* - "dengiz ortida" / Amerika firmalarining AQShdan tashqaridagi har qanday biznes operatsiyalari haqida / (*offshore* - qirg'oqdan).

This can be done in land or offshore. Bu quruqlikda ham, dengizda ham amalga oshirilishi mumkin. Rus tiliga "Buni quruqlikda ham, dengizda ham qilish mumkin" deb tarjima qilingan. Onlayn etimologik lug'atda bu so'z "qirg'oqdan yo'nalishda" (1720), keyinchalik "qirg'oqdan uch milya uzoqroqda" (19-asr)³ sifatdoshi sifatida talqin qilingan. Allaqachon atama sifatida u "dengiz ortida" deb tarjima qilingan, ba'zida inglizcha *offshoredan* yarim kalkalash usuli va ruscha -n- qo'shimchasi qo'shilgan. *The offshore*

³ Online etymology dictionary

business includes both tax havens. Offshor biznes ikkala soliq bandargohini ham o'z ichiga oladi.

4) Ot + hozirgi zamon sifatdoshi: *brainstorming* – “aqliy hujum”, turli sohalardagi mutaxassislarning birgalikdagi sa'y-harakatlari orqali biznes muammosini hal qilish usuli (*brain* - miya + *storming* - g'azablanayotgan). Merriam-Webster onlayn lug'atida⁴ "*brainstorming*" qo'shma so'zi “guruhning barcha a'zolari g'oyalarini o'z-o'zidan qo'shishni o'z ichiga olgan guruh muammosini hal qilish usuli” degan ma'noni anglatadi. Inglizcha-ruscha marketing terminlari lug'atida⁵ bu atamaning ta'rifi yuqoridagi lug'atga o'xshash. Bu atama qadimgi inglizcha *brægen* "brain" (miya) va storm (bo'ron) so'zlaridan olingan. *We need to do some brainstorming before we get down to detailed planning.* - Batafsil rejalashtirishni boshlashdan oldin aqliy hujum qilishimiz kerak.

5) Fe'l + ravish: *buyout* - bir kompaniyani boshqasi tomonidan sotib olish (*buy* - sotib olish + *out* - tashqarida), *giveaway*- reklama sovrini, esdalik sovg'asi (*give* - berish + *away* - ket).

6) Ot + fe'l: *dropship* - "buzilish" / chakana savdo do'konlariga etkazib berish uchun tovarlarning ulgurji partiyasi / (*drop* - tomchi + *ship* - tashimoq), *household* - / demogr. / uy xo'jaligi; oila mustaqil iqtisodiy birlik sifatida (*house* - uy + *hold* - egalik qilish).

7) Fe'l + ot: *flysheet* - flyer (*fly* - uchmoq + *sheet* - varaq (qog'oz)), *turnkey* - kalit yetkazib berish / xizmatlarning butun tsiklini yoki tovarlarning to'liq assortimentini taqdim etish - tegishli shartnoma bo'yicha / (*turn* - aylantirish + *key* - kalit). *Flysheet* termini qadimgi inglizcha *fleogan* (*to fly*)- uchish va G'arbiy Sakson *sciete* (*sheet*) qog'oz parchasidan kelib chiqqan. Misollarni ko'rib chiqing: *He handed me the flysheet.* U menga reklama varaqasini uzatdi.

8) Ot + gerund: *keystoning* - ulgurji narxni avtomatik ravishda ikki barobarga oshirish orqali chakana narxni belgilash (*key* - kalit + *stoning* - qoplash). *Keystone* so'zi "asosiy tosh" deb talqin qilinadi⁶, lekin umumiy so'zdan ko'chib o'tganda "ulgurji narxni avtomatik ravishda ikki baravar oshirish orqali chakana narxni belgilash". Etimologik lug'atda *keystone* o'rta asr ingliz tilidan olingan bo'lib, "qolganlarini qo'llab-quvvatlaydigan kamar (odatda eng yuqori tosh) o'rtasida joylashgan tosh" degan ma'noni anglatadi. Bu atamalar va umumiy so'zlarning ekvivalent emasligini tasdiqlaydi. Har qanday bilim sohasi atamasi maxsus kasbiy, ilmiy yoki texnik tushunchani ifodalaydi, masalan: *prosodiya*, *kataxrez* (*lingu.*), *lokaut*, *xolding* (*moliyaviy*), umumiy g'oyalar yoki kundalik tushunchalarni ifodalovchi keng tarqalgan so'zlardan farqli o'laroq: *o'lmaslik*, *quturgan*, *bandaj*, *bilyard*. Termin har doim ma'lum bir atama tizimining a'zosi hisoblanadi. So'z atamaning ma'nosi uni, birinchi navbatda, alohida ob'ekt bilan emas, balki ularning sinfi, qatori, turi bilan bog'laydi, atama bo'lmagan so'zning ma'nosi uni muayyan narsa, narsa, xususiyat, jarayon bilan bog'laydi⁷.

⁴ Merriam Webster online dictionary

⁵ Новаш И.В. (сост.) Тетради новых терминов № 159. Англо-русские термины по маркетингу. М.: Бюро переводов ВИНТИ АН СССР, 1990. - 90 с.

⁶ Мюллер В. К. Полный англо-русский русско-английский словарь. 300000 слов и выражений / В. К. Мюллер. – М.: Эксмо, 2013. – С. 480.

⁷ Баран О. В. Сопоставление экономических терминосистем во французском и русском языках в аспекте современной неологии: дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. – С.103.

9) Ot+ ravish: *stockout*– sotuv joyida tovar zahiralari tugash holati (*stock* – zahira + *out* – yo‘q).

Qiyosiy tahlil natijasida biz ingliz tilidagi qo‘shma atamalar – rus tilidagi qo‘shma so‘zlarning tuzilishi bir jinsli emasligini aniqladik. Ingliz tilidagi murakkab marketing atamalari ixcham hisoblanadi va ko‘p hollarda ular iboralarga mos keladi (*automaker* - avtomobil kompaniyasi, *brainstorming* - aqliy hujum), juda kamdan-kam hollarda ular rus tiliga bir so‘zli komponentlar orqali tarjima qilinadi (*bangtail* - "dum", *offshore* - " dengiz ortida"). Ba‘zi hollarda ular qabul qiluvchi tilida ekvivalent bo‘lmaydi va atamalarning tavsifiy tarjimasini qo‘llaniladi (*keystoneing* - ulgurji narxni avtomatik ravishda ikki barobarga oshirish orqali chakana narx belgilash).

Ba‘zi qo‘shma so‘zlar orasida predlog bo‘lgan ikki so‘zdan iborat. Bunday holda, ular har doim chiziqcha (defis) bilan yoziladi va turli so‘z yasaliş modellari bo‘yicha tuziladi:

1) Sifat + ot: *back-order* - ikki bosqichda pochta jo‘natmalari savdosiga buyurtma berish / yetkazib beruvchi kompaniyadan ba‘zi buyurtma birliklari yo‘qligi sababli (*back* - teskari + *order* - buyurtma), *dual-function / product* / - dual maqsad (mahsulot haqida) (*dual* - ikki tomonlama + *function* - funktsiya).

Back order iborasi so‘zma-so‘z "orqaga buyurtma" deb tarjima qilingan, ammo termin sifatida u "ikki bosqichda pochta jo‘natmalari savdosiga buyurtma berish / yetkazib beruvchi kompaniyaning ba‘zi buyurtma birliklari yo‘qligi sababli" boshqa ma‘noni oladi. *Back* so‘zi o‘rta asr ingliz tilidan olingan bo‘lib, "teskari yo‘nalishda" degan ma‘noni anglatadi, *order* so‘zi qadimgi fransuzcha *ordre* "pozitsiya, qoida" dan olingan. Inglizcha-ruscha lug‘atda bu ibora mavjud emas. Ammo Merriam Webster onlayn lug‘atida ta‘rif mavjud: *back order* (biznes buyurtmasi hali bajarilmagan, chunki zaxiralar mavjud emas)⁸.

The book I want to buy is a back order and won't be shipped for three weeks. - Men sotib olmoqchi bo‘lgan kitob hali tayor emas va uch hafta davomida jo‘natilmaydi.

2) Ot + sifat: *brand-loyal* - / xaridor haqida / brendga sodiq (*brand* - brend, *loyal* - sodiq), *brand-conscious* - / iste‘molchi haqida / brend tovarlarni sotib olishga intilayotgan (*brand* - brend, + *conscious* - ongli). *Brand* nomi qadimgi ingliz *brand*, *brond*dan (olov, olov bilan yo‘q qilish, yonayotgan o‘tin, mash‘al) kelib chiqqan, *loyal* sifati fransuzcha *loyal* (sodiq)dan keladi. *All manufacturers want to encourage brand loyalty to their own products.* - Barcha ishlab chiqaruvchilar o‘z mahsulotlariga brendning sodiqligini rag‘batlantirishni xohlashadi.

3) Ot + ot: *brand-extension* - kompaniya tomonidan mavjud brendning yangi mahsulotiga tayinlash (*brand* - brend, marka + *extension* - kengaytirish, tarqatish), *check-list* - so‘rovnomma (*check* - tekshirish + *list* - ro‘yxat) . *Check-list* termini Amerikadan kelib chiqqan bo‘lib, "ma‘lumotnoma, tekshirish va boshqalar uchun mo‘ljallangan tizimli ro‘yxat" degan ma‘noni anglatadi.

Don't be afraid to add your own items to the check-list. - O‘zingizning narsalaringizni tekshirish ro‘yxatiga qo‘shishdan qo‘rqmang.

4) O‘tgan zamon sifatdoshi + ot: *closed-circuit* - / teledastur haqida / cheklangan qabul qilish / odatda kabel televideniesida efirga uzatiladi / (*closed* - yopiq + *circuit* - sikl).

⁸ Merriam Webster online dictionary

5) Ot + o'tgan zamon sifatdoshi: *custom-made* (buyurtma asosida tayyorlangan) - (/ mahsulot haqida / buyurtma bo'yicha tayyorlangan, alohida (*custom* - buyurtma + *made* - ishlab chiqarilgan), *market-driven* / marketing / - / marketing / iste'molchilarning haqiqiy ehtiyojlariga qaratilgan (*market* - bozor + *driven* - boshqariladigan).

6) Sifat + gerundiy: *direct-mailing* - to'g'ridan-to'g'ri pochta reklamasini yuborish (*direct* - to'g'ridan-to'g'ri + *mailing* - pochta orqali yuborish). *Direct* termini qadimgi fransuzcha *direct* (to'g'ridan-to'g'ri, barqaror, qiyshiq emas), amerikacha ingliz tilidan olingan *mail* so'zidan hosil bo'lib, "pochta orqali jo'natish" degan ma'noni anglatuvchi *-ing* qo'shimchasini qo'shish orqali hosil bo'lgan. Bu yerda ikki komponentli inglizcha termin rus tilidagi to'rt komponentli ibora orqali tarjima qilinadi. *We also organized all aspects of direct mailing to the fans.* - Biz muxlislarga to'g'ridan-to'g'ri reklama qilishning barcha jihatlarini ham tartibga keltirdik.

Shuningdek, yangi terminlar shakllanganda, konversiya sodir bo'ladi, ya'ni nutqning bir bo'lagidan boshqasiga o'tadigan so'z yasash usuli. So'zlar imlosi va tovushini o'zgartirmasdan ma'nosini o'zgartiradi.

So'z yasashning bu usuli natijasida til morfologik erkinlikka ega bo'ladi, chunki bir xil so'z turli gap bo'laklari sifatida qo'llanishi va shu orqali boshqa sintaktik vazifani bajaradi (ya'ni, gapning turli a'zolari bo'lish). Ingliz tilidagi marketing terminologiyasida konversiya yangi atamalarni shakllantirish, ya'ni nutqning bir qismidan ikkinchisiga o'tish yo'llaridan biridir. Haqiqiy materiallarni tahlil qilish natijasida quyidagi modellar mavjudligi aniqlandi:

a) N → V modeli: *field* (dala) – *to field* (qayta ishlash (masalan, so'rovnomalar javoblari). *There are many tractors in the field.* - Dalada traktorlar ko'p. Bu gapda *field* so'zi "dala" deb tarjima qilingan. Marketing termini sifatida u *qayta ishlash* sifatida beriladi. *They would have to field candidates for a variety of offices at regular intervals of risk being closed.* - Ular muntazam ravishda turli idoralar uchun nomzodlarni kiritishlari kerak yoki yopilish xavfi bor.

b) Model V → N: *to broadcast* (radio, televidenie orqali efirga uzatish) - *broadcast* (radio eshittirish, teleko'rsatuv). *Hardin's campaign did not have adequate funds to broadcast any ads on television.* - Hardinning kampaniyasida televideniya uchun hech qanday reklama ko'rsatish uchun etarli mablag' yo'q edi. Rus tiliga tarjima qilinganda, *to broadcast* fe'li "efirga uzatish" oti bilan tarjima qilinadi. *Broadcast* - qadimgi inglizcha *brad* (keng, tor emas) sifatdoshi va qadimgi skandinav tilidagi *kasta* (tashlash) dan olingan *to cast* fe'lidan olingan qo'shma ot.

c) Model V + Adv → N: *to fold + out* (joylashtirmoq) = *foldout* (4 jurnal sahifasiga yoyilgan). *The legs fold out independently, of course.* – Oyoqlar, albatta, mustaqil ravishda buklanadi. Ushbu jumlada *fold out* rus tiliga "buklanadi" deb tarjima qilingan.

d) N → A modeli: *incentive* (reklama chaqirig'i) - *incentive* (rag'batlantiruvchi);

e) Pr+N → N modeli: *under+dog* (*tom ma'noda* it ostida) = *underdog* (juda katta tadbirkor va reklama beruvchi emas);

f) Pron+Adv → N modeli: *me+too* (*tom ma'noda* men ham) = *me-too* (/sleng/ kichik firmaning katta firma bilan birlashishi).

Shunday qilib, ingliz tilidagi moliyaviy-iqtisodiy atamalarning tarkibi va ularning hosilaviy xususiyatlari xilma-xildir. Ular ingliz tilida ham, fanlararo rejada ham yo‘nalishning o‘ziga xos xususiyatlarini aks ettiradi. Shuning uchun ingliz tilining ko‘pgina atamalar ma’no jihatlari va so‘z yasalish xususiyatlari ko‘ra, marketing sohasi boshqa tillardagi (bizning holatda, rus va o‘zbek tillarida) materiallar asosida ikkita usulda ishlaydi: 1) o‘zgarishsiz, 2) imlosi, talaffuzi o‘zgargan holda, qabul qiluvchi tildagi sinonimlar bilan va sinonimlarsiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. A dictionary of English etymology by Hensleigh Wedgwood. London, 1872.
2. А. Назайкин. «Англо-русский словарь по рекламе»: Вершина; Москва; 2005. ISBN 5-9626-0070-3
3. Online etymology dictionary
4. Merriam Webster online dictionary
5. Новаш И.В. (сост.) Тетради новых терминов № 159. Англо-русские термины по маркетингу. М.: Бюро переводов ВИНТИ АН СССР, 1990. - 90 с.
6. Мюллер В. К. Полный англо-русский русско-английский словарь. 300000 слов и выражений / В. К. Мюллер. – М.: Эксмо, 2013. – С. 480.
7. Баран О. В. Сопоставление экономических терминосистем во французском и русском языках в аспекте современной неологии: дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. – С.103.