

“MAHSULOT YORLIQLARI VA QADOQLASH TARJIMASI”

Andijon davlat chet tillar instituti

ingliz filologiyasi, o‘qitish metodikasi va tarjimashunoslik fakulteti

Ta’lim yo‘nalishi: Tarjima nazariyasi va amaliyoti

1-kurs 101-guruh talabasi

Turdaliyev Azimjon

Ilmiy rahbar: “Gid hamrohligi, madaniyatlararo muloqot va tarjimashunoslik”

*kafedra o‘qituvchisi : **To‘raxon Abduraxmonov***

[ORCID ID: 0009-0004-0439-4868](https://orcid.org/0009-0004-0439-4868)

Annotatsiya: Ushbu maqolada xalqaro savdoda mahsulot yorliqlari va qadoqlash materiallarini tarjima qilishning o‘ziga xos xususiyatlari, yuzaga keladigan leksik-semantik muammolar va ularning yechimlari tahlil qilinadi. Shuningdek, lokalizatsiya jarayonida madaniy va huquqiy omillarning ahamiyati yoritib beriladi.

Kalit so‘zlar: Mahsulot yorliqlari, tarjima qilish, qadoqlash jarayonidagi tarjima, lokalizatsiya, terminlar, leksik muammolar.

1-BOB: KIRISH. GLOBAL BOZORDA "SOQOVSIz" MULOQOT

Zamonaviy iqtisodiyotda mahsulot qadoqlanishi (packaging) shunchaki himoya qobig‘i emas, balki brendning "yuzi" va iste’molchi bilan muloqot qilishning eng asosiy vositasidir. Eksport qilinayotgan mahsulotning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan uning yorlig‘idagi (label) ma’lumotlarning maqsadli auditoriya tiliga qanchalik to‘g‘ri va tushunarli tarjima qilinganiga bog‘liq.

Muammoning qo‘yilishi: Ko‘p hollarda ishlab chiqaruvchilar tarjimaga ikkinchi darajali jarayon sifatida qarab, avtomatik tarjima dasturlaridan foydalanishadi. Bu esa

nafaqat kulgili lingvistik xatolarga, balki sud jarayonlari va millionlab dollar zarar keltiradigan iqtisodiy yo‘qotishlarga sabab bo‘ladi.

2-BOB: YORLIQ TARJIMASINING HUQUQIY VA ME‘YORIY ASOSLARI

Mahsulot yorlig‘i tarjimasi badiiy tarjimadan farqli o‘laroq, qat‘iy qonuniy talablarga bo‘ysunadi.

2.1. Milliy va xalqaro standartlar

Har bir davlatning o‘z ichki bozoriga kirayotgan mahsulotlar uchun "Til to‘g‘risida"gi va "Iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida"gi qonunlari mavjud. Masalan, O‘zbekiston Respublikasining amaldagi qonunchiligiga ko‘ra, barcha import tovarlari haqidagi ma‘lumotlar davlat tilida bo‘lishi shart.

2.2. Majburiy elementlar tarjimasi

Tarjimon quyidagi elementlarni o‘g‘irishda o‘ta ehtiyotkor bo‘lishi lozim:

- **Tarkib (Ingredients):** Kimyoviy va biologik atamalarning xalqaro nomenklaturaga (masalan, INCI) muvofiqligi.
- **Ogohlantirish belgilari:** "Yonuvchan", "Zaharli", "Bolalardan ehtiyot qiling" kabi iboralarning standartlashgan variantlari.
- **Yaroqlilik muddati:** Sana formatlari (MM/DD/YYYY yoki DD/MM/YYYY) o‘rtasidagi farqlar iste‘molchini chalg‘itmasligi kerak.

3-BOB: TERMINOLOGIK MUAMMOLAR VA LINGVISTIK KOMPRESSIYA

3.1. Joy tanqisligi va qisqartmalar

Qadoqlash dizaynida matn uchun ajratilgan joy juda cheklangan bo‘ladi. Bu tarjimondan **lingvistik kompressiya** (ma’noni saqlab qolgan holda matnni qisqartirish) mahoratini talab qiladi.

- *English*: "Store in a cool, dry place away from direct sunlight." (53 belgi)
- *O‘zbekcha*: "Quruq, salqin va quyosh nuri tushmaydigan joyda saqlang." (51 belgi)

3.2. Leksik muvofiqlik

Texnik atamalarni tarjima qilishda "soxta do‘stlar" (false friends) fenomeniga duch kelinadi. Masalan, ba’zi oziq-ovqat qo‘shimchalari turli tillarda turlicha nomlanishi yoki bir xil nom ostida turli moddalar tushunilishi mumkin.

4-BOB: LOKALIZATSIYA VA MADANIY ADAPTATSIYA

Tarjima — bu faqat so‘z almashish emas, balki madaniyatni moslashtirishdir.

4.1. Fonosemantik adaptatsiya

Brend nomlarining maqsadli tilda qanday jaranglashi o‘rganilishi shart. Mashhur "Vanish" brendi ba’zi tillarda "yo‘qolish" ma’nosini bersa, boshqa bir tilda mutlaqo nojo‘ya ma’no kasb etishi mumkin.

4.2. Ranglar va simvollar semantikasi

Qadoqdagi ranglar va rasmlar ham "tarjima" qilinishi kerak. Masalan, Yevropada "ekologik toza" ma’nosini beruvchi yashil rang, ba’zi tropik mamlakatlarda "xavf" yoki "kasallik" ramzi sifatida ko‘rilishi mumkin. Islom mamlakatlarida yorliqdagi rasmlar (masalan, ovqat rasmlari) halollik standartlariga vizual mos kelishi lozim.

5-BOB: TARJIMADAGI XATOLARNING IQTISODIY VA IJTIMOIIY OQIBATLARI

Ushbu bobda maqola real keyslarni tahlil qiladi:

- **Kulgili xatolar:** Xitoy mahsulotlarining o‘zbekcha yorliqlaridagi ma’nosiz so‘zlar to‘plami brendga bo‘lgan ishonchni pasaytiradi.
- **Xavfli xatolar:** Dori vositalari yoki bolalar taomlari tarkibidagi xato tarjima inson hayotiga tahdid soladi.
- **Rebranding xarajatlari:** Noto‘g‘ri tarjima sababli tayyor bosilgan millionlab qadoqlarni utilizatsiya qilish va qaytadan chop etish zarurati.

6-BOB: XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

1. **Professional yondashuv:** Qadoqlash tarjimasi faqat tilshunos emas, balki soha mutaxassisi (texnolog, marketolog, huquqshunos) nazoratida bo‘lishi kerak.
2. **Glossariylashtirish:** Har bir yirik korxonada o‘zining korporativ terminologik lug‘atiga ega bo‘lishi shart.
3. **Teskari tarjima (Back Translation):** Muhim ma’lumotlarni tekshirish uchun ularni qaytadan original tilga o‘girib ko‘rish usulidan foydalanish zarur.
4. **Vizual audit:** Matnning dizayn bilan mutanosibligini va shriftlarning o‘qishga qulayligini tekshirish.

Xulosa o‘rnida: Sifatli tarjima qilingan yorliq — bu shunchaki axborot emas, balki iste’molchiga bo‘lgan hurmat va xalqaro bozorda uzoq muddatli muvaffaqiyat garovidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Abduraxmanov, T. S. (2025). O‘ZBEKISTONDA FANLARARO INNOVATSIYALAR VA 41-SON ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI 20.06.2025 O‘ZBEK VA INGLIZ TILARIDA KO‘CHIRMA VA O‘ZLASHTIRMA NUTQNING TAHLILI VA LINGVA-DIDAKTIK MASALLARI [Journal-article].
2. Abduraxmanov, T. S. & Andijon davlat chet tillari instituti. (2025). Maishiy Diskursning Yoshga Doir Tasnifi [Ilmiy Metodik Jurnal]. Journal Of Iqro, Object]. <https://www.wordlyknowledge.uz> (Original Work Published 2025)
3. O‘zbekiston Respublikasining "Davlat tili haqida"gi Qonuni.
4. Landa, W. "The Art of Packaging Design and Labeling".
5. Umarov, A. "Eksport marketingida til va madaniyat muammolari".
6. ISO 22716:2007 (Kosmetika — Yaxshi ishlab chiqarish amaliyoti).