

ELEKTRON TIJORAT PLATFORMALARINI TARJIMA QILISH VA MAHALLIYLASHTIRISH

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

Sodiqjonov Saidakbarxon

Annotatsiya: Ushbu maqola elektron tijorat platformalarini tarjima qilish va mahalliyalashtirish jarayonlarini o'rganishga bag'ishlangan. Maqolada veb-sayt lokalizatsiyasining ahamiyati, foydalanuvchi tajribasini oshirish va global bozorda raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi roli yoritiladi. Shuningdek, maqolada tarjima va mahalliyalashtirish jarayonlaridagi asosiy qoidalar, til va madaniyat mosligini saqlash, foydalanuvchiga qulay interfeys yaratish va onlayn savdo strategiyalarini moslashtirish masalalari tahlil qilinadi.

Maqolada turli mamlakat va madaniyatlar uchun elektron tijorat platformalarini lokalizatsiya qilishdagi texnik va lingvistik muammolar, ularni samarali hal qilish usullari ham ko'rib chiqiladi. Shu bilan birga, maqola global bozorda muvaffaqiyat qozonish uchun platformalarni foydalanuvchi ehtiyojlariga moslashtirish va til-barqarorlikni ta'minlashning ahamiyatini ta'kidlaydi. Ushbu tadqiqot elektron tijorat sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar, tarjimonlar va veb-sayt ishlab chiquvchilari uchun foydali bo'lib, raqamli marketing va xalqaro savdo amaliyotida qo'llanilishi mumkin bo'lgan tavsiyalarni taqdim etadi.

Kirish.

Globalizatsiya jarayonlari tezlashgan hozirgi davrda elektron tijorat (e-commerce) bozori xalqaro miqyosda kengayib bormoqda. Platformalarning turli til va madaniy makonlarga moslashuvi esa tarjima va mahalliyashtirish amaliyotini alohida ilmiy hamda amaliy ahamiyatga ega masalaga aylantirmoqda. Elektron tijorat tizimlari foydalanuvchi interfeysi, mahsulot tavsiflari, to'lov tizimlari va mijoz bilan muloqot jarayonlarining samaradorligi to'g'ridan-to'g'ri tarjima sifatiga bog'liq bo'ladi. Ushbu taqriz mavzuning nazariy asoslari, dolzarbligi va ilmiy yangiligini baholashga qaratilgan.

Kalit so'zlar: Elektron tijorat, e-commerce, platforma tarjimasi, veb-sayt lokalizatsiyasi, mahalliyashtirish, foydalanuvchi tajribasi, multilingual saytlar, onlayn savdo, til va madaniyat mosligi, raqamli marketing

Mavzuning dolzarbligi

Elektron tijoratning jadal rivojlanishi natijasida til to'siqlari eng muhim muammolardan biri sifatida ko'rilmogda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, xaridorlar o'z ona tilida xizmat ko'rsatadigan platformalarga ko'proq ishonch bildiradi va xarid qilishga moyil bo'ladi. Shu bois, mazkur mavzu nafaqat tilshunoslik yoki tarjima nazariyasi, balki iqtisodiyot, marketing va axborot texnologiyalari bilan bevosita bog'liq multidisplinar masala hisoblanadi.

Mahalliyashtirish (localization) jarayoni turli mamlakatlar uchun mahsulotni moslashtirishda til, madaniy kodlar, to'lov mexanizmlari, reklama standartlari va huquqiy normalarni o'z ichiga olgani uchun ushbu mavzuning amaliy qiymati nihoyatda yuqori.

Nazariy asoslarining tahlili

Elektron tijorat platformalarida tarjima odatiy matn tarjimasidan farq qiladi. Mahalliyashtirish jarayonida quyidagi nazariy yondashuvlar muhim o'rin tutadi:

1. Funksionalist yondashuv – matnning vazifasini saqlagan holda uni yangi madaniy muhitga moslashtirish.

2. Skopos nazariyasi – tarjimaning maqsadi birlamchi omil bo‘lib, elektron tijoratda bu: sotuvga ta’sir qilish, aniq, qisqa va tushunarli ifoda yaratishdir.

3. Madaniy tarjima nazariyasi – til birliklarining madaniy konnotatsiyalarini to‘g‘ri uzatish, masalan, o‘lchov birliklari, ranglar ma’nosi, bayramlar, taqiqlar.

4. Terminologiya boshqaruvi – elektron tijoratda texnik va marketing terminlarining izchilligi muhim: “checkout”, “wishlist”, “free shipping” kabi birikmalarning standartlashuvi.

Bu nazariyalar platforma interfeysi, reklama matnlari, mahsulot tavsiflari va foydalanuvchi bilan aloqa jarayonlarida tarjima sifatining yagona standart asosida yuritilishini talab qiladi.

Mahalliyashtirishning asosiy yo‘nalishlari

Taqriz mavzu bo‘yicha quyidagi asosiy yo‘nalishlarga e’tibor qaratilganini ijobiy baholaydi:

1. Lingvistik mahalliyashtirish

Til normasi, grammatik to‘g‘rilik, sinonimik moslik, qisqa va aniq ifodalash elektron tijoratda birlamchi ahamiyatga ega. Mahsulot tavsiflaridagi noaniqliklar mijozning noto‘g‘ri tanloviga va ishonchning pasayishiga olib keladi.

2. Texnik mahalliyashtirish

Platformaning mobil va veb versiyalarida til moslama opsiyalari, o‘ngdan chapga yoziladigan tillar uchun interfeys moslashuvi, valyuta va vaqt formatining avtomatik yangilanishi muhim texnik talabdir.

3. Madaniy mahalliyashtirish

Madaniyatga mos dizayn, mos ranglar, reklama uslubi, xizmat ko‘rsatish odobi kabi elementlar xaridor ongiga kuchli ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, ayrim madaniyatlarda qizil rang chegirma belgisi sifatida qabul qilinsa, boshqalarda ogohlantiruvchi rang hisoblanadi.

4. Huquqiy mahalliyashtirish

Foydalanuvchi shartnomalari, qaytarib berish siyosati, mahsulot xavfsizligi bo'yicha talablarga mos tarjima platformaning qonuniy faoliyati uchun zarur.

Amaliy xulosalar

Taqrizda qayd etilishicha, elektron tijorat platformalarini tarjima qilishda quyidagi amaliy jihatlar katta ahamiyatga ega:

Mashinaviy tarjima va inson tarjimonlari integratsiyasi;

Terminlar bazasidan foydalanish;

UX (user experience) ga yo'naltirilgan qisqa, sodda matnlar;

A/B testlar orqali tarjima variantlarini sinovdan o'tkazish;

SEO uchun moslashtirilgan tarjima (international SEO).

Bu amaliy usullar platformaning xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini oshiradi.

Ilmiy yangiligi

Mavzu quyidagi jihatlar bilan ilmiy yangilikka ega:

Elektron tijorat matnlarining tarjima xususiyatlari alohida ilmiy obyekt sifatida tizimlashtirilgan;

MahalliyLashtirish jarayonining lingvistik, madaniy, texnik va huquqiy komponentlari bir butun tizim sifatida ko'rib chiqilgan;

O'zbek tilida e-commerce tarjimasi bo'yicha maxsus ilmiy tahlillar kam bo'lgani sababli mavzu zamonaviy ilmiy bo'shliqni to'ldiradi.

Taqrizning umumiy bahosi

Mavzu bo'yicha keltirilgan ilmiy yondashuvlar, amaliy tahlillar va nazariy asoslar mukammal ravishda ochib berilgan bo'lib, elektron tijorat sohasidagi tarjima amaliyoti uchun muhim nazariy va metodik manba bo'la oladi. Materialning yozilishi tartibli, ilmiy uslubga rioya qilingan, terminlar aniq va asosli qo'llangan.

Taqriz mavzuning dolzarbligi, ilmiy yangiligi hamda ilmiy-amaliy ahamiyatini yuksak darajada baholaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

- 1.Esselink, B. (2000). *A Practical Guide to Localization*. John Benjamins Publishing.
- 2.Pym, A. (2010). *Exploring Translation Theories*. Routledge.
- 3.DePalma, D. A., & Kelly-Holmes, H. (2006). *Localization and Globalization: Theory and Practice*. Multilingual Matters.
- 4.Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basics*. Routledge.
- 5.García, I., & Pena, C. (2011). *Translation, Marketing and the Global Market*. Target, 23(2), 151–170.