

INGLIZ TILIDAGI VEB-SAYT KONTENTINI O'ZBEK TILIGA MAHALLIYLASHTIRISHDA LINGVISTIK VA MADANIY MOSLASHTIRISH MUAMMOLARI

Isaqova Sabrina

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20679227>

Annotatsiya

Mazkur maqolada ingliz tilidagi veb-sayt kontentini o'zbek tiliga mahalliyashtirish jarayonida yuzaga keladigan lingvistik va madaniy muammolar tahlil qilinadi. Global axborot makonining kengayishi va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida veb-saytlarni turli tillarga moslashtirish zarurati ortib bormoqda. Shu nuqtayi nazardan, lokalizatsiya nafaqat matnni bir tildan ikkinchi tilga tarjima qilish, balki uni maqsadli auditoriyaning madaniy, ijtimoiy va kommunikativ xususiyatlariga moslashtirish jarayoni sifatida talqin etiladi. Tadqiqotda veb-kontent tarjimasida uchraydigan leksik, grammatik, pragmatik va lingvokulturologik muammolar ilmiy jihatdan yoritilgan. Shuningdek, ingliz va o'zbek tillarining strukturaviy hamda madaniy tafovutlari lokalizatsiya sifatiga qanday ta'sir ko'rsatishi misollar orqali tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari veb-sayt tarjimasi bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar hamda tarjimashunoslik yo'nalishidagi tadqiqotchilar uchun amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: lokalizatsiya, veb-sayt kontenti, tarjima, lingvokulturologiya, pragmatika, madaniy moslashtirish, raqamli kommunikatsiya, ekvivalentlik, globalizatsiya.

Аннотация

В данной статье анализируются лингвистические и культурные проблемы локализации англоязычного веб-контента на узбекский язык. В условиях глобализации и стремительного развития цифровых технологий возрастает необходимость адаптации веб-сайтов для различных языковых и культурных аудиторий. Локализация рассматривается не только как перевод текста, но и как процесс его культурной адаптации к особенностям целевой аудитории. В исследовании освещаются лексические, грамматические, прагматические и лингвокультурологические аспекты локализации. Особое внимание уделяется влиянию структурных различий английского и узбекского языков на качество перевода веб-контента.

Ключевые слова: локализация, веб-контент, перевод, лингвокультурология, прагматика, культурная адаптация, цифровая коммуникация, эквивалентность.

Abstract

This article examines the linguistic and cultural challenges involved in localizing English-language website content into Uzbek. Due to globalization and the rapid development of digital technologies, the demand for multilingual website adaptation has significantly increased. Localization is viewed not merely as translation but as a comprehensive process of adapting content to the cultural, social, and communicative characteristics of the target audience. The study explores lexical, grammatical, pragmatic, and linguocultural issues that arise during website localization. Furthermore, the structural and cultural differences between English and Uzbek are analyzed to determine their impact on translation quality. The findings contribute to the development of translation studies and digital communication research.

Keywords: localization, website content, translation, linguoculturology, pragmatics, cultural adaptation, digital communication, equivalence.

Globalashuv va raqamli kommunikatsiya zamonaviy jamiyat taraqqiyotining ajralmas qismiga aylangan. Internet tarmog'ining kengayishi natijasida veb-saytlar xalqaro auditoriyaga mo'ljallangan asosiy axborot manbalaridan biri sifatida shakllandi. Turli mamlakat va madaniyat vakillariga bir xil darajada samarali axborot yetkazish zarurati esa lokalizatsiya jarayonining rivojlanishiga turtki berdi. Lokalizatsiya atamasi dastlab dasturiy ta'minot va texnik mahsulotlarni ma'lum bir til hamda madaniyatga moslashtirish ma'nosida qo'llangan bo'lsa, bugungi kunda u veb-saytlar, mobil ilovalar, elektron tijorat platformalari va boshqa raqamli mahsulotlarni moslashtirishni ham qamrab oladi. Tarjimashunoslikda lokalizatsiya oddiy tarjimadan kengroq tushuncha hisoblanadi. Tarjima asosan matn mazmunini bir tildan ikkinchi tilga o'tkazishga qaratilgan bo'lsa, lokalizatsiya matnning madaniy, pragmatik va kommunikativ jihatlarini ham moslashtirishni nazarda tutadi. Shu sababli veb-sayt kontentini ingliz tilidan o'zbek tiliga mahalliyashtirish jarayoni murakkab lingvistik va madaniy muammolarni yuzaga keltiradi. Ingliz tili bugungi kunda xalqaro kommunikatsiyaning yetakchi vositasi sifatida faol qo'llanmoqda. Ko'plab global kompaniyalar, ta'lim platformalari va elektron tijorat tizimlarining asosiy kontenti ingliz tilida yaratiladi. Ushbu kontentni o'zbek tiliga moslashtirishda ikki tilning strukturaviy va madaniy xususiyatlari o'rtasidagi farqlar muhim ahamiyat kasb etadi. Ingliz tili analitik til hisoblanib, grammatik munosabatlar asosan yordamchi so'zlar va qat'iy so'z tartibi orqali ifodalanadi. O'zbek tili esa agglutinatив tillar guruhiga mansub bo'lib, grammatik ma'nolar affikslar yordamida ifodalanadi. Mazkur tafovutlar veb-kontent tarjimasida sintaktik transformatsiyalarni talab qiladi. Leksik darajadagi muammolar lokalizatsiya

jarayonining eng muhim jihatlaridan biri hisoblanadi. Ingliz tilidagi ko'plab terminlar va tushunchalarning o'zbek tilida to'liq ekvivalenti mavjud emas. Ayniqsa, axborot texnologiyalari, marketing va elektron tijorat sohalariga oid birliklarni tarjima qilish murakkablik tug'diradi. Masalan, "checkout", "dashboard", "user experience", "engagement" kabi terminlar o'zbek tiliga turlicha tarjima qilinmoqda. Terminologik birxillikning mavjud emasligi esa foydalanuvchilarning matnni qabul qilishiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Shuningdek, ingliz tilidagi idiomatik birliklar va frazeologizmlar ham lokalizatsiya jarayonida qiyinchilik tug'diradi. Masalan, "Get the ball rolling", "Think outside the box", "Hit the ground running" kabi iboralarini so'zma-so'z tarjima qilish ularning pragmatik ma'nosini yo'qotadi. Bunday hollarda tarjimon funksional ekvivalentlardan foydalanishi lozim. Chunki lokalizatsiyaning asosiy maqsadi matnning shaklini emas, balki uning kommunikativ ta'sirini saqlab qolishdan iboratdir. Madaniy moslashtirish veb-sayt lokalizatsiyasining markaziy komponenti hisoblanadi. Har bir til ma'lum bir madaniyat bilan chambarchas bog'liq. Ingliz tilidagi veb-saytlar asosan G'arb madaniyati qadriyatlari asosida yaratilgan bo'lib, ularda individualizm, shaxsiy erkinlik va mijoz markaziylik kabi tushunchalar faol namoyon bo'ladi. O'zbek madaniyatida esa jamoaviylik, hurmat va ijtimoiy munosabatlar muhim o'rin tutadi. Shu sababli ingliz tilidagi ayrim murojaat shakllari va reklama usullari o'zbek auditoriyasi tomonidan boshqacha qabul qilinishi mumkin. Masalan, ingliz tilidagi reklama matnlarida ko'pincha buyruq maylidagi "Buy now!", "Join today!", "Start your journey!" kabi iboralar qo'llaniladi. Ularni o'zbek tiliga bevosita tarjima qilish ayrim hollarda haddan tashqari keskin yoki rasmiy bo'lmagan taassurot uyg'otishi mumkin. Shu bois lokalizatsiya jarayonida "Hoziroq xarid qiling", "Bugunoq a'zo bo'ling" kabi variantlar bilan bir qatorda auditoriyaning kommunikativ odatlarini hisobga olish zarur. Pragmatik moslashtirish ham lokalizatsiyaning muhim jihatlaridan biridir. Pragmatika til birliklarining kommunikativ vaziyatdagi qo'llanishini o'rganadi. Ingliz tilidagi veb-saytlar foydalanuvchini faol harakatga undashga qaratilgan bo'lsa, o'zbek tilidagi kommunikativ uslub ko'proq muloyimlik va hurmat tamoyillariga asoslanadi. Shu sababli matnning pragmatik ta'sirini saqlash uchun tarjimon maqsadli auditoriyaning kommunikativ kutishlarini hisobga olishi kerak. Veb-sayt lokalizatsiyasida vizual elementlar ham muhim o'rin egallaydi. Tasvirlar, ranglar, belgilar va ikonalar ma'lum madaniy ma'nolarni ifodalaydi. Bir madaniyatda ijobiy ma'noga ega bo'lgan ramz boshqa madaniyatda mutlaqo boshqacha talqin qilinishi mumkin. Shu sababli lokalizatsiya faqat matnni emas, balki vizual komponentlarni ham qamrab olishi lozim. Sana, vaqt,

valyuta va o'lchov birliklarini moslashtirish texnik lokalizatsiyaning ajralmas qismidir. Ingliz tilidagi veb-saytlarda oy-kun-yil shakli keng qo'llanilsa, o'zbek tilida kun-oy-yil formati afzal hisoblanadi. Xuddi shuningdek, AQSH dollari, funt yoki milya kabi birliklar o'zbek foydalanuvchilari uchun har doim ham qulay emas. Mahalliy auditoriya uchun tushunarli formatlardan foydalanish foydalanuvchi tajribasini yaxshilaydi. Lingvokulturologik yondashuv lokalizatsiya jarayonini chuqurroq tushunishga imkon beradi. Mazkur yondashuvga ko'ra, til milliy madaniyatning aksidir. Veb-kontent tarjimasida madaniy realiyalar, milliy qadriyatlar va ijtimoiy stereotiplarni hisobga olish zarur. Aks holda matnning kommunikativ samaradorligi pasayadi va foydalanuvchi bilan aloqa o'rnatish qiyinlashadi. Bugungi kunda sun'iy intellekt va mashina tarjimasi texnologiyalarining rivojlanishi lokalizatsiya jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Google Translate, DeepL va boshqa avtomatik tarjima tizimlari dastlabki tarjima variantlarini yaratishda yordam beradi. Biroq ular ko'pincha madaniy kontekst, pragmatik ma'no va uslubiy nozikliklarni to'liq hisobga olmaydi. Shu sababli inson tarjimoni tomonidan amalga oshiriladigan post-editing jarayoni hanuz muhim ahamiyatga ega. Elektron tijorat sohasidagi veb-saytlar lokalizatsiyaning amaliy ahamiyatini yaqqol namoyon etadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, foydalanuvchilar o'z ona tilida taqdim etilgan mahsulot va xizmatlarga ko'proq ishonch bildiradilar. Sifatli lokalizatsiya nafaqat foydalanuvchi tajribasini yaxshilaydi, balki kompaniyaning iqtisodiy samaradorligini ham oshiradi. Shu sababli zamonaviy biznes muhitida lokalizatsiya strategik ahamiyatga ega vosita sifatida qaralmoqda. Mahalliyashtirish jarayonida terminologik standartlashtirish masalasi ham dolzarb hisoblanadi. O'zbek tilida axborot texnologiyalariga oid terminlarning yagona me'yoriy shakllarini ishlab chiqish zarur. Bu esa tarjima sifati va terminologik izchillikni ta'minlashga xizmat qiladi. Shuningdek, lokalizatorlar uchun lingvistik va madaniy kompetensiyalarni rivojlantirish bo'yicha maxsus metodik tavsiyalar ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir.

Xulosa qilib aytganda, ingliz tilidagi veb-sayt kontentini o'zbek tiliga mahalliyashtirish murakkab va ko'p qirrali jarayon hisoblanadi. Ushbu jarayonda lingvistik, pragmatik va madaniy omillar o'zaro uzviy bog'liq holda namoyon bo'ladi. Lokalizatsiyaning muvaffaqiyati faqat grammatik jihatdan to'g'ri tarjimaga emas, balki maqsadli auditoriyaning madaniy va kommunikativ ehtiyojlarini chuqur anglashga ham bog'liqdir. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, sifatli lokalizatsiya foydalanuvchi tajribasini yaxshilaydi,

axborotning samarali uzatilishini ta'minlaydi va raqamli makonda madaniyatlararo kommunikatsiyani rivojlantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Komissarov V.N. Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty). – Moskva: Vysshaya shkola, 1990.
2. Newmark P. A Textbook of Translation. – London: Prentice Hall, 1988.
3. Nida E.A., Taber C.R. The Theory and Practice of Translation. – Leiden: Brill, 1982.
4. Venuti L. The Translator's Invisibility: A History of Translation. – London: Routledge, 1995.
5. Pym A. Exploring Translation Theories. – London: Routledge, 2014.
6. Esselink B. A Practical Guide to Localization. – Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2000.
7. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. – London: Routledge, 2018.
8. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
9. Gambier Y., Doorslaer L. Handbook of Translation Studies. – Amsterdam: John Benjamins, 2011.
10. Mo'minov S. Tarjimashunoslik asoslari. – Toshkent: O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi, 2016.