ARAB TILIDA “RAQAMLI MARKETING” TERMINLARINING LINGVOSEMANTIK TAHLILI.

Sidiqova Ma’mura
Oriental Universiteti “Tillar-1”
kafedrasi o‘qituvchisii

Annotatsiya. Ushbu maqolada arab tilida terminologiya sohasining rivojlanishi, ingliz, lotin va fransuz tilidan kirib kelgan iqtisodiyotga oid terminlarning tarjimada berilishi, onlayn marketingga oid terminlarning arab tilidagi ekvivalenti va bu terminlarni o‘zbek tilidagi lug‘aviy va istilohiy ma’nolari haqida ma’lumot berildi.

Kalit so’zlar: arab tili, o‘zbek tili, termin, terminologiya, iqtisod, marketing.

Abstract: This article provides information on the development of terminology in Arabic, the translation of economic terms from English, Latin, and French, the Arabic equivalent of online marketing terms, and the dictionary and idiomatic meanings of these terms in Uzbek.

Key words: Arabic language, Uzbek language, term, terminology, economy, marketing.

Аннотация. В данной статье представлена информация о развитии терминологии на арабском языке, переводе экономических терминов с английского, латыни и французского языков, арабском эквиваленте терминов интернет-маркетинга, а также словарном и идиоматическом значениях этих терминов на узбекском языке.

Ключевые слова: Арабский язык, узбекский язык, термин, терминология, экономика, маркетинг.

Til bilimning barcha sohalarida muhim element bo‘lib xizmat qiladi. Jahondagi har bir tilning o‘z o‘rni va ahamiyati bor bo‘lib, har bir til o‘ziga qardosh tillar yordamida boyib rivojlanishi bilan o‘z o‘rni va ahamiyati kasb etadi. Olamdagi har bir tilning so‘zlari o‘ziga xos bo‘lgan ma’noni ifodalaydi, ayniqsa bunday so‘zlar biror sohaga tegishli bo‘lsa. Tildagi terminlar ma’nosini bilish, ularni o‘rganish esa undan ko‘zlangan maqsadni tushunishga asoslanadi. Lisoniy konnotatsiyalar odatiy kundalik hayotda ishlatiladigan terminlarga qaraganda kengroq ma’noni ifodalaydi.

Har bir sohaning o‘ziga xos terminologiyasi bo‘lganidek, huquqshunoslikka oid terminlar ham mavjud. Har bir davrning o‘ziga hos ko‘plab ijtimoiy va huquqiy normalar mavjud bo‘lib, rivojlanib kelayotgan jamiyatni ana shu normalar o‘z qoidalari asosida tartibga soladi. Xususan arab tilidagi huquqshunoslikka oid terminlarning paydo bo‘lishi islomgacha va islomdan keyin yozib qoldirilgan manbaalar bu sohani rivojlanishida asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi. VIII asr oxiri IX asrning birinchi yarmiga kelib, huquqshunoslikning o‘z tushunchalari, o‘ziga xos tili va uslubi shakllandi. Bu fanning alohida fan sifatida shakllanishiga islom olamining kengayishi, fath etilgan o‘lkalar sonining jadal sur’atda o‘sishi, turli millatlarning islom dinini qabul qilishi kabi omillar sabab bo‘lgan.

Boshqa chet tillaridan farqli o‘laroq arab tili o‘ziga xos xususiyatlar va jihatlarga ega til hisoblanadi. Albatta, har bir mustaqil muomala vositasi bo‘lgan til o‘ziga xos jihatlardan holi bo‘lmaydi. Ma’lumki, arab grammatik qonun-qoidalarining shakllanishida muqaddas manbalar asos qilib olinganligi bilan boshqa tillardan ajralib turadi. Arab tilini o‘rganishga bo‘lgan qiziqish ortib borgan sari, boshqa sohalarda qatorida iqtisodiyotda ham yangidan-yangi qonuniyatlar kashf etila boshlandi va shu sohaga oid terminlarning paydo bo‘lishiga sabab bo‘ldi. Davlatlararo olib borilgan savdo-sotiq munosabatlari ham o‘zga tillarga arabcha terminlarning kirib borishiga, o‘z o‘rnida boshqa tillardan arab tiliga iqtisodiy terminlarning kirib kelishi va sohaga oid terminlarning rivojlanishiga turtki bo‘lib, iqtisodiyotni o‘rgana boshlashga yo‘l ochildi. Hozirgi davrda hayotimizning, borlig‘imizning asosini tashkil etgan

tom ma’nodagi iqtisodiyot jadal oldinlamoqda. Bunday ekstralisoniy omillar iqtisodiyotning o‘ziga xos terminologik tizimining qaror topishiga sabab bo‘ldi. Demak, iqtisodiyot terminologiyasi hozirgi holatiga yetib kelgunga qadar bir necha bosqichlarni bosib o‘tgan.

Boshqa tillardan farqli ravishda arab tilida terminlar o‘ziga xos tarzda, ya’ni ularning lug‘aviy va istilohiy ma’nolari sharhlanib, so‘ngra ular o‘rtasidagi farqlari ko‘rsatilgan holda tahlili qilib beriladi. Shu sabab ham arab tilidagi terminlarni boshqa tilga tarjima qilish unchalik ham oson ish emas.

Bu o‘rinda shuni qayd etish lozimki, muayyan kasb-hunar yoxud mutaxassislikka ega bo‘lgan kishilar ko‘pincha u yoki bu sohaning o‘ziga xos maxsus terminlari bilan ish ko‘radi. Masalan, biznesmen va tijoratchilarning yozma yoki og‘zaki nutqida tilga yangi kirib kelgan kartel, kliring, tovaroboroti, maydamulkchilik, mablag‘ ajratish, renta kabi tor doiradagina qo‘llaniladigan terminlar ishlatilishi tabiiy holdir.

Bu xildagi terminlar biznes va iqtisodiyotdan uzoqroq biror kasb egasining nutqida ishlatilmaydi. Shunday terminlar borki muayyan til egalarining deyarli barcha nutqida bab-baravar ishlatiladi: bozor, mol, savdo-sotiq, pul, xaridor kabilar shular jumlasidan.

Arab tili ham boshqa tillar qatori asrlar davomida boyib boradi, shu tilda so‘zlashuvchilar uchun odatda ma’lum bo‘lgan terminlardan tashqari texnologiyalar rivojlanishi davrida yangi terminlar kirib kela boshladi.

Quyida arab tilida raqamli marketing va tijoratga oid qo‘llaniladigan bir nechta terminlarni keltiramiz. Bu terminlar ingliz tilidagi terminlardan to‘laligicha arab tiliga tarjima qilingan.

معدل التحويل - konvertatsiya darajasi

التحويل II bobning masdari bo‘lib, lug‘atda “o‘zgartirish, aylantirish, konvertatsiya qilish” ma’nosida. معدل II bobning aniq sifatdoshi bo‘lib, “togirlagich, regulyator” ma’nosida. معدل التحويلizofa birikmasi shaklida “konvertatsiya darajasi” deb tarjima qilinadi.

Konvertatsiya darajasi - bu muayyan harakatni amalga oshiradigan mijozlar yoki potentsial mijozlarning ulushi, bu harakat bilan elektron pochtani ochish, taklifga obuna bo'lish yoki xarid qilish mumkin. Masalan ijtimoiy tarmoqlardan foydalanuvchilar muayyan saytga a’zo bo‘lishi uchun ba’zi bir shartlarni qoyiladi. Foydalanuvchilarning 10 foizi shu harakatlarni amalga oshirishi mumkin.

الدفع - Push Marketing

الدفع so‘zi lug‘atda “turtmoq, itarmoq, harakatni uzatib turmoq” ma’nosini anglatadi. Bu terminning onlayn tijoratdagi ma’nosi mijozlarga reklama yoki reklama usuli orqali xabar yuborish ma’nosida. Masalan, sautga obuna bo‘lgan yoki ilovani yuklab olgan yuboriladigan mijozga Push bildirishnomasi kabi.

Bu maqsadli auditoriyaga, xoh joriy yoki potentsial mijozlarga, reklama yoki ma'lum bir reklama usuli orqali xabar yuborish orqali amalga oshiriladi.

السحب – Pull Marketing

السحب birinchi bobning masdari bo‘lib, “tortmoq, sudramoq, tortib olmoq” ma’nolarini anglatadi. Ya’ni mijozlarni sotib olishga undash uchun jalb qilinadigan harakatlar yoki usullardir. Bunday harakatlar maslahat yoki tushuntirish haqidagi maqolalar bo‘lishi mumkin.

اكتساب العملاء - mijozlarni jalb qilish

العملاء so‘zi العميل ning ko‘pligi bo‘lib, “xaridor, buyurtmachi, mijoz” ma’nosida. اكتساب esa “qo’lga kiritmoq, egallamoq” ma’nosida. Bu ikkita so‘z izofa birikmasi hosil qilib

“mijozlarni jalb qilmoq” ma’nosini anglatadi. Ya’ni xaridor qabul qiladigan barcha savdo va marketing faoliyatidir. Bu veb-sayt, xizmat ko‘rsatish yoki do'kon uchun mijozni j, o'rgatish va xizmatlar ko'rsatishga intilishdir.

تكلفة اكتساب العميل - mijozlarni sotib olish nsrhi

تكلفة so‘zi “mehnat, baho, narx” ma’nosini anglatadi. العميل “xaridor, buyurtmachi, mijoz” ma’nosida. اكتساب esa “qo’lga kiritmoq, egallamoq” ma’nosida. Bu uchta so‘z izofa zanjirini hosil qilib “mijozlarni sotib olish narxi” ma’nosini anglatadi. Ya’ni yangi mijozni jalb qilish uchun sarflanadigan xarajatdir.

تحسين محركات البحث - qidiruv tizimini optimallashtirish

تحسين II bobning masdari bo‘lib, “yaxshilash, mukammallashtirish” ma’nosini anglatadi. محركات so‘zi ko‘plik shaklida “motor, dvigitel” degan ma’noni anglatadi. Bu uchta so‘z izofa zanjirini hosil qilib “qidiruv tizimini optimallashtirish” deb tarjima qilinadi. Ya’ni yangi mijozni jalb qilish uchun sarflanadigan xarajatdir.

Bu marketingda, ayniqsa elektron marketingda eng ko'p ishlatiladigan terminlardan biridir. Bu shunchaki Internetdagi to'lanmagan qidiruvlarda veb-saytni trafik sifatini oshirish jarayonidir. veb-saytingizni turli xil tizimlarda birinchi qidiruv natijalarida paydo bo'lish imkoniyatini yaxshilash uchun tayyorlashdir.

التسويق عبر محركات البحث - qidiruv mexanizmi marketingi

التسويق ya’ni marketing - bu mahsulotning iste’molchiga yetib borishini yaxshilashga qaratilgan texnika va taktikalar majmuidir Boshqacha aytganda, marketing brendlar o‘z mahsulotlari iste’molchilarning ehtiyojlari yoki istaklarini qondira oladigan harakatlarni o’z ichiga oladi. محركات so‘zi ko‘plik shaklida “motor, dvigitel” degan ma’noni anglatadi.

Bu terminning tuzilishi yuqoridagilardan farq qiladi. Sodda gap tarzida tuzilgan bo‘lib, kesimi ko‘makchidan iborar bo‘lgan ismiy jumladir. Bu jumla “qidiruv mexanizmi marketing” deb tarjima qilinadi.

Bu pullik reklamalar orqali qidiruv tizimini optimallashtirish usullaridan foydalangan holda saytingizdagi trafikni oshirish uchun reklama kampaniyalari orqali amalga oshiriladi.

صفحة نتائج محركات البحث - qidiruv tizimi natijalari sahifasi

صفحة so‘zi “sirtqi, yuza, sahifa” ma’nosini anglatadi. Bu o‘rinda صفحة so‘zi “internet saytidagi qidiruv sahifasi” ma’nosini anglatadi. Bu termin bir necha so‘zdan tuzilgan bo‘lib, izofa zanjiri birikmasi hosil qilgan. O‘zbek tiliga “Qidiruv tizimi natijalari sahifasi” deb tarjima qilinadi.

Ushbu termin nomidan kelib chiqqan holda, foydalanuvchi qidirish uchun “tugallangan” deb yozilgan qidiruv natijalarini ko'rsatadigan sahifadir.

الانطباع - taassurot

الإنطباع VII bobning masdari bo‘lib, o‘zlik majhul ma’nosini anglatadi. O‘zbek tiliga “taassurot” ma’nosida tarjima qilinadi.Ushbu atama Internetdagi pullik reklamalarda qo‘llaniladi. Bu reklama foydalanuvchiga ko'rinadimi yoki ko‘rinmaydimi qat’iy nazar, ekranda bir necha marta paydo bo‘lishi mumkin.

o‘tish ko‘rsatkichini bosish - نسبة الضغط إلي الظهور

نسبة so‘zini bu terminda “nisbat, o‘lchov, miqdor” deb tarjima qilinadi. الضغط ning lug’aviy ma’nosi esa “bosmoq” ma’nosida. الظهور so‘zi “paydo bo‘lmoq” ma’nosida. O‘zbek tiliga “o‘tish ko‘rsatkichini bosish” ma’nosini anglatadi. Bu termin ega va kesimdan iborat bo‘lib, ega izofa birikmasidan iborat.

Internet marketingdagi ko‘rsatkich masalan reklama 10 marta ko‘rsatilgan bo‘lsa foydalanuvchilardan ikkitasi reklamani bosib, undagi ma’lumotlarga qiziqish bildirgan.

Zamonaviy arab terminologiyasini yaratish jarayonida, avvalo, shakllangan tushunchalar va ular uchun ishlab chiqilgan yangi Yevropa tillari mavjudligini hisobga olish kerak. Arabcha terminologik amaliyotning vazifasi allaqachon rivojlangan va yanada standartlashtirilgan chet til terminologiyalari uchun mos keladigan arabcha atamalarni topishdir. Arab tilidagi yangi atamalar Lotin-Yunon ta’limining internatsionalizmiga qarshi yoki milliy (asosan ingliz va fransuz) atamalariga qarshi yaratilgan.

Shuningdek, arab tilidagi “iqtisod” terminini oladigan bo‘lsak, u arablarning leksikasida mavjud “tejash, xo‘jalik” ma’nosini anglatuvchi “iqtisod” so‘zidan olingan. Bunga sabab, bu termin grek tilida “ho‘jalikni boshqarish” ma’nosini ifodalovchi “ekanomika” so‘zidan hosil bo‘lgan va arab tilishunoslari ham o‘z leksikalarida mavjud bo‘lgan shu ma’nodagi so‘zni termin sifatida qabul qilganlar.

Tildagi mavjud qonuniyatlar asosida ham ko‘plab iqtisodiy terminlar hosil qilingan. Masalan, Yevropa mamlakatlarida XVII asrda paydo bo‘lgan “aksiya” termini arab tilida “ulush” so‘zii anglatuvchi “ سهْمٌ” (ko‘pligi “أَسْهمُ”) so‘zidan olingan, “savdo palatasi” termini “xona-غُرْفَة” hamda “تِجَارِيَّةٌ -savdoga oid” so‘zlarini moslashgan aniqlovchili birikma tarzida ifodalab, “غُرْفَةٌ تِجَارِيَّةٌ” tarzida berilgan[1].

Shuningdek, o‘zga tildagi termin, terminli birikmalarni arab tiliga tarjima qilib, so‘ngra ular qisqatirilib yoki murakkab termin sifatida qabul qilingan. Ana shunday iqtisodiy terminlar tarkibiga “رَأسمال" -“kapital” terminini kiritishimiz mumkin. Bu termin “رَأس” va “مَالٌ” so‘zlarining o‘zaro birikuvidan hosil bo‘lgan.

Ma’lumki, terminlar bir tildan ikkinchi tilga o‘tayotganida bir qator xususiyatga ko‘ra farq qiladi. Buni biz arab tilidagi iqtisodiy terminlarni o‘zbek tiliga tarjima qilish jarayonida ham uchratdik. Shunday iqtisodiy terminlar borki, ular o‘zbek tiliga o‘zlashib “o‘ziniki” bo‘lib ketgan, ya’ni arab tilidan habari bo‘lmagan kishi uni boshqa tildan kirib kelganini bilmaydi ham. Bunday terminlar “o‘zicha olish” usuli bilan o‘zbek tiliga kirib kelgan. O‘zicha olishda bir tildagi termin ikkinchi tilga aynan yoki ba’zi fonetik o‘zgarishlar bilan qabul qilinadi.

FOYDALANILGAN MANBALAR RO‘YXATI:

1. Abdullayeva Shahnoza, Xodjayeva Ra’no, Akhmedova Shakhlo, Jurayeva Nazokat, Qodirova Kamala, Sagdullayeva Dilfuza, Rashidova Nargiza Factors of formation and development of storytelling of the Gulf Arab Countries. Power System technology. ISSN: 1000-3673. Volume 48 Issue 4 (December 2024) –P. 2533-2544. https://powertechjournal.com/index.php/journal/article/view/1146
2. Husanov N., Mirahmedova Z. Iqtisodiy atamalar va ish yuritish. –T.: TMI, 2005.
3. Salomov G‘. Tarjima tashvishlari. –T.: G‘.G‘ulom, 1983.
4. Rayimjonov, S. (2025). The Source Of " Amaliyoti Islom " And Analysis of Arabic Religious Terms Used in It. American Journal Of Philological Sciences. https://theusajournals.com/index.php/ajps (ISSN –2771-2273) – B. 376-378.

[1] Ибрагимов И.Д. Арабский язык. Учебное пособие по теме «Экономика». -М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – С. 46.

5. Hojiev A. Tilshunoslik terminlarining izohli lug‘ati. -T., 2002.
6. Qodirov T. Sh., Aliev D. I. Arab tili leksikologiyasi. –T.: ToshDShI, 2010.
7. Tursunoa U., Muxtorov A., RahmatullaevSh. Hozirgi o‘zbek adabiy tili. –T.: O‘zbekiston, 1992.
8. Yakubova, F. (2023). ARAB TILIDA FE’L KATEGORIYALARINI O‘RGATISH MUAMMOLARI: YECHIM VA TAVSIYALAR. Interpretation and Researches, 1(18). извлечено от https://interpretationandresearches.uz/index.php/iar/article/view/1520
9. Якубова, Ф. (2015). Махмуд Замахшари и Ахмад Майдани. Восточный факел, 1(1), 25–29. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/eastern-torch/article/view/9621
10. Якубова Ф. Р. НЕКОТОРЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ О ГРАММАТИЧЕСКОМ ТРАКТАТЕ АХМАДА ИБН МУХАММАДА АЛ-МАЙДАНИ “НУЗХАТУ-Т-ТАРАФ ФИ ИЛМИ-С-САРФ” // Экономика и социум. 2021. №6-2 (85). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-zamechaniya-o-grammaticheskom-traktate-ahmada-ibn-muhammada-al-maydani-nuzhatu-t-taraf-fi-ilmi-s-sarf

INTERNET MANBALARI:

1. https://ae.linkedin.com/pulse
2. https://www.researchgate.net/publication/351642660_Biznes_va_tijorat_terminlari_va_ularning_o'ziga_xos_xususiyatlari
3. https://cma.org.sa/Awareness/Pages/Glossary.aspx