

IJTIMOIIY MEDIA VA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR UCHUN TARJIMA

Qodirova Munavvara

Andijon chet tillari instituti

ingliz filologiyasi o'qitish metodikasi va

tarjimashunoslik fakulteti

tarjima nazariyasi va amaliyoti

1-bosqich talabasi

Ilmiy rahbar: Abduraxmonov To'raxon,

Andijon davlat chet tillari instituti,

Gid hamrohligi, madaniyatlararo muloqot

va tarjimashunoslik kafedrasi o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy media va raqamli texnologiyalar rivoji jarayonida tarjimaning tutgan o'rnini, uning zamonaviy kommunikatsiya tizimidagi ahamiyati hamda bu jarayonning o'ziga xos murakkabliklari keng yoritiladi. Raqamli platformalardagi kontent hajmining keskin ortishi, auditoriyalarning ko'p millatliligi va global muloqotning jadallashuvi tarjimaning nafaqat til almashuvi, balki madaniy moslashuv, axborotni qayta ishlash va uni tezkor yetkazib berish jarayoniga aylanishiga sabab bo'layotgani tahlil qilinadi. Annotatsiyada, shuningdek, ijtimoiy media platformalarining o'ziga xos algoritmlari, kontent formati va auditoriya talablaridan kelib chiqib, tarjima jarayoni uchun yangi kompetensiyalar – qisqa va ta'sirchan ifoda, auditoriyaga mos uslub, memlar va slenglarni to'g'ri talqin qilish, multimodal kontentni (video, audio, tasvir) tarjima qilish kabi ko'nikmalarning zarurligi muhokama qilinadi..

Kalit so'zlar: ijtimoiy media, raqamli texnologiya, tarjima, lokallashtirish, sun'iy intellekt, avtomatik tarjima, kontent, raqamli kommunikatsiya.

Bugungi globallashuv jarayonida ijtimoiy media platformalari – Facebook, Instagram, TikTok, YouTube va boshqalar – jahon miqyosidagi asosiy muloqot vositalaridan biriga aylandi. Shu bilan birga, internetda almashilayotgan matn, video, audio va vizual materiallarning ko‘pligi tarjima faoliyatining yangi bosqichga o‘tishiga sabab bo‘lmoqda. Raqamli texnologiyalarning tez sur‘atda rivojlanishi tarjima jarayoniga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda: kontentni nafaqat tarjima qilish, balki uni turli platformalarga moslashtirish, auditoriya xususiyatlarini hisobga olish va madaniy jihatdan to‘g‘ri ifoda etish muhim bo‘lib qoldi. Ijtimoiy mediada tarjima odatiy matn tarjimasidan ancha farq qiladi, chunki bu sohada qisqa, lo‘nda, tezkor va emotsional ma’lumotlar ustuvor hisoblanadi. Masalan, bir nechta so‘zdan iborat postlar, izohlar, reklama matnlari yoki videolarga yoziladigan subtitrlar aniq, ta’sirchan va auditoriya tiliga mos shaklda tarjima qilinishi kerak. Bundan tashqari, turli platformalarning o‘ziga xos formatlari ham tarjimaga ta’sir qiladi: TikTok uchun qisqa, dinamik uslub; Instagram uchun vizual estetikaga moslangan ifodalar; YouTube uchun esa kengroq izohlar va aniq transkripsiyalar talab etiladi. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi tarjima jarayonini yanada osonlashtirayotgan bo‘lsa-da, yangi mas’uliyat va murakkabliklarni ham yuzaga keltirmoqda. Avtomatlashtirilgan tarjima vositalari – masalan, Google Translate yoki DeepL – tezkor natija beradi, ammo ular kontekst, madaniy nozikliklar, hazil yoki slengni to‘g‘ri aks ettirishda ko‘pincha qiyinchiliklarga duch keladi. Shu bois sun’iy intellekt yordamida olingan tarjima ko‘pincha inson tomonidan qayta ko‘rib chiqilishi va tahrir qilinishi zarur. Hozirgi paytda AI asosida ishlab chiqilgan multimodal tarjima texnologiyalari matn bilan birga audio, video va tasvirlar tarjimasini ham qo‘llab-quvvatlamokda, bu esa ijtimoiy media kontentining global tarqalishiga katta imkon yaratadi. Tarjima jarayoniga qo‘yilayotgan talablar ham o‘zgarmokda. Tezlik, aniqlik, auditoriyaga mos uslub, madaniy sezgirlik va etik me’yorlarga rioya qilish ijtimoiy media tarjimasining muhim talablariga aylanib bormokda. Shuningdek, platforma algoritmlari va kontent siyosati ham tarjima jarayoniga bevosita ta’sir qiladi, chunki noto‘g‘ri tarjima qilingan ibora yoki noaniq ma’no kontentning bloklanishiga yoki noto‘g‘ri talqin qilinishiga olib kelishi mumkin ilinishiga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, ushbu sohada katta imkoniyatlar ham mavjud. Raqamli kontent hajmining oshishi tarjimonlar uchun yangi kasbiy yo‘nalishlar – SMM tarjimasi, videotarjima, lokallashtirish, kontent yaratishda hamkorlik kabi sohalarni kengaytirib bormoqda. Shuningdek, sun‘iy intellekt bilan birgalikda ishlash jarayoni tarjimonlarning samaradorligini oshiradi va ko‘proq global auditoriyalar bilan ishlash imkonini beradi. Ijtimoiy media platformalari tabiatiga ko‘ra tezkorlik va qisqa shakldagi muloqotga asoslanadi. Bunday muloqotning mohiyati shundaki, unda mazmun qisqa, aniq, emotsional va tez ta‘sir qiluvchi uslubda ifodalanadi. Shu sababli ijtimoiy media tarjimasi an‘anaviy matn tarjimasidan tubdan farq qiladi. Masalan, klassik tarjimada jumlaning to‘liqligi, matnning uslubiy yaxlitligi va grammatik aniqlik birinchi o‘rinda bo‘lsa, ijtimoiy media tarjimasida tezkorlik, uslubiy moslashuvchanlik, auditoriya psixologiyasini hisobga olish va kontekstning dinamik talqini muhimroq bo‘ladi. Masalan, bir necha so‘zdan iborat “trend” iboralar, memlar, emojilar yoki qisqa hashtaglar ko‘pincha to‘g‘ridan-to‘g‘ri tarjima qilinmaydi; ular ma‘no jihatidan qayta ishlab chiqilishi, mahalliy auditoriya uchun moslashtirilishi, hatto zarur bo‘lsa, yangidan yaratib chiqilishi kerak. Shuning uchun ijtimoiy media tarjimasi lingvistik emas, balki semiotik jarayon sifatida qaraladi.

Raqamli makondagi kontent ko‘p hollarda multimodal xususiyatga ega. Ya‘ni matn, tasvir, ovoz, grafika va animatsiya bir vaqtda qo‘llanadi. Bunday holat tarjimonning ishini murakkablashtiradi, chunki u nafaqat matnni, balki tasvir orqali berilgan ma‘nolarni, kadrlar ketma-ketligini, vizual metaforalarni va auditoriya uchun maxsus mo‘ljallangan dizayn elementlarini ham talqin qilishi talab etiladi. Masalan, TikTok yoki YouTube videolari uchun subtitrlar tayyorlashda nafaqat nutq, balki atmosferaning umumiy kayfiyati, musiqiy fon, grafik elementlar va auditoriya reaksiyasiga ta‘sir qiluvchi noverbal omillar ham e‘tiborga olinadi. Bu esa tarjimani multimodal talqin ko‘nikmalarini talab qiladigan kasbga aylantirmoqda. Sun‘iy intellekt asosidagi tarjima texnologiyalari so‘nggi yillarda jadal rivojlanib, tarjima jarayonining bir qismini avtomatlashtirmoqda. Biroq bu texnologiyalar ijtimoiy media kabi kontekstga juda sezgir bo‘lgan makonda hali to‘la ishonchli natija bera olmaydi. Sun‘iy intellekt nutqni, matnni yoki tasvirni grammatik jihatdan to‘g‘ri tarjima qila olsa-da, undagi emotsional konnotatsiyalarni, ironiyani, internet slengini, lakonik ifodalarni, madaniy kontekstni va auditoriya mentalitetiga xos

nozik ma'nolarni yetarlicha o'qiy olmaydi. Shu sababli inson tarjimon roli yanada muhim bo'lib qolmoqda. Inson tarjimonning vazifasi faqat sun'iy intellekt tomonidan yaratilgan tarjimani tahrir qilish emas, balki kontent yaratuvchi sifatida global auditoriya o'rtasida madaniy vositachilik qilishdir. Raqamli platformalarning o'ziga xos algoritmlari ham tarjimaga ta'sir ko'rsatadi. Masalan, Instagram yoki TikTok algoritmlari postning uzunligini cheklashi, vizual formatga e'tibor berishi yoki foydalanuvchilarning til bo'yicha afzalliklarini avtomatik aniqlashi mumkin. Bu esa tarjima matnining uzunligi, uslubi va ta'sirchanlik darajasiga bevosita ta'sir qiladi. Bundan tashqari, platformalarning kontent siyosati ham tarjimaning mazmunini cheklashi mumkin, chunki ayrim iboralar, tasvirlar ijtimoiy media tarjimasi madaniy moslashuvni ham o'z ichiga oladi. Turli mamlakatlarda bir xil mem yoki ibora turlicha talqin qilinishi mumkin. Shuning uchun tarjimon internet madaniyatini yaxshi bilishi, zamonaviy trendlar, ommalashgan iboralar, yoshlar slengi va platformaga xos til unsurlarini chuqur tushunishi zarur. Bu borada xatoga yo'l qo'yish nafaqat noto'g'ri tarjimaga, balki auditoriya tomonidan keskin tanqidga, hatto kontentning mazmunan noto'g'ri qabul qilinishiga olib kelishi mumkin. ar yoki mavzular bloklanishi yoki noto'g'ri talqin qilinishi ehtimoli mavjud. Raqamli makonning global xarakteri tufayli tarjimonlar yangi imkoniyatlarga ega bo'lmoqda. Xalqaro kompaniyalar, SMM agentliklari, brendlar, blogerlar, kontent yaratuvchilar va media tashkilotlar global auditoriya bilan ishlashda tarjimaga tobora ko'proq tayanmoqda. Bu esa tarjimonlikning yangi bo'limlarini, masalan, "ijtimoiy media lokallashtiruvchisi", "kontent tarjimoni", "videotarjimon", "internet madaniyati mutaxassisi" kabi kasblarni shakllantirmoqda. Shu bilan birga, sun'iy intellekt yordamida ishlaydigan tarjima vositalari tarjimonning ishini yengillashtirsa-da, kreativ fikrlash, madaniy sezgirlik, muloqot psixologiyasi va tahliliy qobiliyat kabi inson omillari hali ham eng muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, ijtimoiy media va raqamli texnologiyalar sharoitida tarjima jarayonining psixologik jihatlari ham alohida e'tiborga loyiqdir. Chunki raqamli auditoriya o'z xulq-atvori, axborot qabul qilish tezligi, kontentga bo'lgan reaksiyasi hamda tilga nisbatan sezgirligi bilan an'anaviy auditoriyadan farq qiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilar aksariyat hollarda qisqa vaqt ichida ko'plab kontentlarni ko'radi, bu esa matnning darhol tushunarli, o'qilishi oson va emotsional ta'sirga ega bo'lishini talab qiladi. Shu sababli tarjimon nafaqat tilshunos,

balki bir vaqtning o'zida kommunikatsiya psixologiyasi bilan shug'ullanuvchi mutaxassisga aylanadi. U auditoriya idrokiga mos so'z tanlashi, vizual hamda lingvistik elementlarning bir-biriga ta'sirini anglay olishi va kontentning psixologik qabul qilinishini oldindan baholashi lozim. Raqamli makonda insonlarining lingvistik xatti-harakatlari ham sezilarli o'zgarishga uchragan. Masalan, Internet ingliz tilining qisqartmalar, emotikonlar, emoji va multimodal belgilar orqali o'ziga xos yangi shaklini yaratdi. Bu holat tarjimada yangi talqin usullarini talab qiladi, chunki bunday belgilar bir til yoki madaniyatga xos bo'lishi mumkin. Masalan, Yaponiyada keng qo'llaniladigan "kaomoji" ifodalari yoki G'arb internet madaniyatidagi memlar o'zga madaniyatga aynan tarjima qilinmaydi, balki ularni moslashtirish yoki ekvivalent yaratish talab etiladi. Bu esa tarjimonning yaratuvchanlik darajasini oshiradi va uni ijodiy fikrlovchi media-mutaxassisga aylantiradi. Raqamli kommunikatsiyaning xalqaro tus olishi siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy jarayonlarda tarjimaning mas'uliyatini yanada kuchaytirmoqda. Chunki ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan har qanday tarjima qilingan mazmun global auditoriyaga bir necha soniya ichida yetib boradi. Shunday ekan, xato tarjima nafaqat kontent sifatiga, balki mamlakatlararo munosabatlarga, xalqaro imijga, hatto kompaniyalar brendiga ham zarar yetkazishi mumkin. Bu o'rinda tarjimonning axborot xavfsizligi, etik normalar, siyosiy sezgirlik va neytral pozitsiyani saqlay olish kabi jihatlari ham muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli makonda noto'g'ri talqin qilingan birgina ibora ham jamoatchilik fikrida katta rezonansga sabab bo'lishi mumkin. Shu bois ijtimoiy media tarjimoni har bir so'zning ta'sir radiusini oldindan baholashi kerak. Raqamli ekotizimning yana bir muhim jihati shundaki, unda kontent hayotiy davri juda qisqa. Bu esa tarjima sifatiga ham ta'sir ko'rsatadi. An'anaviy tarjimada matn tahrir qilinadi, qayta ko'rib chiqiladi, turli ko'rsatkichlar asosida mukammallashtiriladi. Ammo ijtimoiy media tarjimasida bunday imkoniyatlar ko'pincha cheklangan, chunki kontentning asosiy maqsadi tezkorlikdir. Shu sababli tarjimon ko'pincha zudlik bilan qaror qabul qilishi, tezkor fikrlashi va vaziyatga mos ishlashi kerak bo'ladi. Bu jarayonda xatolik ehtimoli ortadi, ammo tarjimonning professionalligi aynan shunday vaziyatlarda namoyon bo'ladi — tezkor, lekin to'g'ri, aniq va ta'sirchan tarjima yarata olish ko'nikmasi uning asosiy malakalaridan biri sanaladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Bassnett, S. (2014). Translation Studies. Routledge.
2. Baker, M. (2018). In Other Words: A Coursebook on Translation. Routledge.
3. Cronin, M. (2013). Translation in the Digital Age. Routledge.
4. O'Hagan, M., & Ashworth, D. (2002). Translation-Mediated Communication in a Digital World. Multilingual Matters
5. Díaz-Cintas, J., & Remael, A. (2014). Audiovisual Translation: Subtitling. Routledge.
6. Gambier, Y., & Doorslaer, L. van (Eds.). (2010). Handbook of Translation Studies. John Benjamins.
7. Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). Reading Images: The Grammar of Visual Design. Routledge.