



RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR SHAROITIDA MEDIADA AXBOROT ISTE'MOLI TRANSFORMATSIYASI

(BBC NEWS VA KUN.UZ MISOLIDA)

Muallif: Muhammadoli Mamadaliyev¹

Affiliyatsiya: Xalqaro Nordik universiteti 2-bosqich magistranti¹

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.19754017>

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada raqamli texnologiyalar rivoji sharoitida axborot iste'moli jarayonlarining transformatsiyasi IMRAD modeli asosida tahlil qilinadi. Tadqiqotning kirish qismida raqamli medianing nazariy asoslari, uning an'anaviy ommaviy axborot vositalariga ta'siri hamda auditoriya xulq-atvoridagi o'zgarishlar yoritildi. Adabiyotlar sharhi doirasida raqamli media konvergentsiyasi, mediatizatsiya, innovatsiyalar diffuziyasi va tarmoq jamiyati nazariyalari asosida ilmiy qarashlar umumlashtirildi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida qiyosiy tahlil, kontent tahlili va kuzatuv usullaridan foydalanildi. Empirik tadqiqot obyektlari sifatida BBC News va Kun.uz internet nashrlari tanlandi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, raqamli muhitda auditoriya passiv iste'molchidan faol subyektga aylangan.

Kalit so'zlar: raqamli media, axborot iste'moli, auditoriya xulqi, internet nashrlar, interaktivlik.

KIRISH

Raqamli texnologiyalar rivoji ommaviy axborot vositalari faoliyatiga tub o'zgarishlar olib keldi. Internet, mobil qurilmalar va ijtimoiy tarmoqlar keng tarqalishi natijasida axborotni ishlab chiqarish, tarqatish va iste'mol qilish jarayonlari yangicha bosqichga o'tdi. An'anaviy media tizimida auditoriya asosan passiv iste'molchi sifatida qaralgan bo'lsa, raqamli media sharoitida u faol ishtirokchiga aylandi. Zamonaviy foydalanuvchi nafaqat axborotni qabul qiladi, balki uni tanlaydi, baholaydi va boshqalarga tarqatadi. Bu esa axborot iste'moli modelining tubdan o'zgarishiga olib kelmoqda. Ilmiy adabiyotlarda raqamli media konvergentsiya, mediatizatsiya va tarmoq jamiyati nazariyalari orqali izohlanadi. Ushbu yondashuvlar media va jamiyat o'rtasidagi o'zaro aloqani chuqur tushunishga yordam beradi. Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi – raqamli muhitda axborot iste'moli jarayonlarini tahlil qilish hamda BBC News va Kun.uz misolida uning o'ziga xos jihatlari aniqlashdan iborat.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda raqamli media sharoitida axborot iste'moli jarayonlarini chuqur va tizimli o'rganish maqsadida kompleks ilmiy metodlardan foydalanildi. Tadqiqotning nazariy asosini shakllantirish uchun, avvalo, raqamli media va kommunikatsiya sohasiga oid ilmiy adabiyotlar tahlil qilindi. Ushbu jarayonda konvergentsiya, mediatizatsiya, tarmoq jamiyati hamda innovatsiyalar diffuziyasi kabi asosiy nazariy yondashuvlar o'rganildi. Nazariy tahlil metodining qo'llanilishi

tadqiqotning ilmiy asoslanganligini ta'minlab, raqamli muhitda axborot iste'moli jarayonining mohiyatini tushuntirishga xizmat qildi. Shu bilan birga, mavjud ilmiy qarashlar va konsepsiyalarni umumlashtirish orqali tadqiqot muammosi kengroq kontekstda yoritildi. Mazkur bosqichda ilmiy manbalar, maqolalar va media tadqiqotlariga oid adabiyotlar tahlil qilinib, ularning asosiy g'oyalari tadqiqot konsepsiyasiga integratsiya qilindi. Nazariy tahlil, shuningdek, tadqiqot savollarini aniqlashtirish, gipotezalarni shakllantirish va keyingi empirik bosqich uchun metodologik asos yaratishda muhim rol o'ynadi.

Empirik tadqiqot bosqichida qiyosiy tahlil va kontent tahlili metodlari asosiy vosita sifatida qo'llanildi. Qiyosiy tahlil orqali xalqaro darajadagi BBC News va milliy darajadagi Kun.uz internet nashrlari o'rtasidagi o'xshashlik va farqlar tizimli ravishda o'rganildi. Ushbu metod ikki xil media tizim – global va lokal media muhitining o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash imkonini berdi. Tahlil jarayonida platformalarning kontent siyosati, axborotni taqdim etish uslubi, tezkorlik darajasi hamda auditoriya bilan o'zaro aloqasi solishtirildi. Kontent tahlili esa yangiliklarning shakli va mazmunini chuqurroq o'rganishga qaratildi. Bu metod orqali matnli, vizual va audiovizual materiallarning ulushi, multimedaviy elementlarning qo'llanilishi, sarlavhalarning tuzilishi va axborot berish usullari tahlil qilindi. Shuningdek, kontentning yangilanish chastotasi, real vaqt rejimida axborot yetkazish imkoniyatlari va ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasi ham baholandi. Mazkur metodlar yordamida raqamli media mahsulotlarining sifat jihatlari va auditoriyaga ta'siri haqida aniq xulosalar chiqarish imkoniyati yaratildi.

Bundan tashqari, tadqiqotda kuzatuv metodi ham qo'llanilib, u orqali auditoriya xulq-atvori va interaktivlik darajasi o'rganildi. Kuzatuv jarayonida foydalanuvchilarning yangiliklarga munosabati, izoh qoldirish faolligi, materiallarni ulashish darajasi hamda platformalar bilan o'zaro aloqasi tahlil qilindi. Bu metod raqamli muhitda auditoriyaning passiv iste'molchidan faol ishtirokchiga aylanish jarayonini aniqlashda muhim ahamiyat kasb etdi. Tadqiqot obyektlari sifatida BBC News va Kun.uz internet nashrlarining tanlanishi tasodifiy emas, balki ilmiy asoslangan tanlovdir. Ushbu platformalar o'z segmentida yetakchi bo'lib, biri global auditoriyaga, ikkinchisi esa milliy auditoriyaga xizmat qiladi. Bu esa turli media muhitlarida axborot iste'moli xususiyatlarini solishtirish imkonini berdi. Tadqiqot davomida yig'ilgan ma'lumotlar tizimlashtirildi, tahlil qilindi va umumlashtirildi. Natijada qo'llanilgan metodlar majmuasi tadqiqotning ishonchligi va obyektivligini ta'minlab, raqamli media sharoitida axborot iste'moli jarayonlari haqida kompleks ilmiy xulosalar chiqarish imkonini berdi.

NATIJALAR

Mazkur tadqiqot natijalari raqamli texnologiyalar sharoitida axborot iste'moli jarayonlarining tubdan o'zgarib borayotganini yaqqol ko'rsatdi. Eng avvalo, axborot iste'moli jarayonining individuallasuvi asosiy tendensiya sifatida namoyon bo'ldi. An'anaviy media davrida auditoriya uchun kontent markazlashgan holda ishlab chiqilgan va keng ommaga bir xil shaklda taqdim etilgan bo'lsa, raqamli media muhitida foydalanuvchilar o'z qiziqishlari, ehtiyojlari va axborot iste'moli odatlariga mos kontentni mustaqil tanlash imkoniyatiga ega bo'ldi. Algoritmilar, tavsiya tizimlari va shaxsiylashtirilgan platformalar yordamida har bir foydalanuvchi uchun alohida axborot muhiti shakllanmoqda. Bu esa ommaviy auditoriya tushunchasining asta-sekin segmentlashgan auditoriya modeliga o'tishiga olib kelmoqda. Tadqiqot

davomida kuzatilganidek, BBC News platformasida foydalanuvchilarga mavzular bo'yicha tavsiyalar berilishi, Kun.uz saytida esa tezkor yangiliklar va dolzarb mavzularning ustuvorligi individuallashtirilgan axborot iste'molining turli shakllarini namoyon etadi. Natijada foydalanuvchilar endilikda faqat axborotni qabul qiluvchi emas, balki uni faol tanlovchi subyektaga aylanmoqda.

Ikkinchi muhim natija sifatida interaktivlik darajasining sezilarli oshgani aniqlandi. Raqamli media platformalari auditoriyaga nafaqat axborotni qabul qilish, balki unga munosabat bildirish, muhokama qilish va uni tarqatishda faol ishtirok etish imkonini bermoqda. Ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiya, izohlar bo'limi, "layk", "share" kabi funksiyalar foydalanuvchilarning faolligini oshirgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, Kun.uz platformasida foydalanuvchilarning izoh qoldirish faolligi yuqori bo'lib, bu milliy auditoriyaning muhokamalarda faol ishtirok etayotganini ko'rsatadi. BBC News esa global auditoriyaga xizmat qilganligi sababli, unda interaktivlik nisbatan tartibga solingan va moderatsiya qilingan shaklda namoyon bo'ladi. Shunga qaramay, har ikkala platformada ham auditoriya axborot jarayonining ajralmas qismiga aylangan. Bu holat media va auditoriya o'rtasidagi an'anaviy bir yo'nalishli kommunikatsiya modelining o'rnini ikki tomonlama va ko'p tomonlama kommunikatsiya modeliga bo'shatib berayotganini ko'rsatadi. Natijada foydalanuvchilar kontentni faqat iste'mol qilmay, balki uning tarqalishiga ham bevosita ta'sir ko'rsatmoqda.

Tadqiqot natijalari, shuningdek, raqamli mediada multimedialik va tezkorlikning ustuvor ahamiyat kasb etayotganini ham ko'rsatdi. Zamonaviy axborot iste'moli jarayonida matnli kontent bilan bir qatorda video, audio, foto va infografik materiallar keng qo'llanilmoqda. Bu esa axborotni yanada tushunarli, jozibador va tez qabul qilinadigan shaklda taqdim etish imkonini bermoqda. BBC News platformasida yuqori sifatli videoreportajlar, interaktiv grafikalar va chuqur tahliliy materiallar ustunlik qilsa, Kun.uz saytida tezkor yangiliklar bilan bir qatorda qisqa videolar va vizual materiallar keng qo'llanilmoqda. Bundan tashqari, tezkorlik raqamli media faoliyatining asosiy mezoniga aylangan. Axborot real vaqt rejimida yangilanib boradi va foydalanuvchilarga tez yetkaziladi. Bu jarayon ayniqsa dolzarb voqealar, siyosiy yangiliklar va favqulodda holatlarda yaqqol namoyon bo'ladi. Tezkorlik omili media tashkilotlari o'rtasida kuchli raqobatni yuzaga keltirib, ularni axborotni iloji boricha tez va samarali yetkazishga undamoqda. Shu bilan birga, tezkorlik ba'zan axborotning aniqligi va ishonchliligi bilan bog'liq muammolarni ham keltirib chiqarishi mumkinligi kuzatildi.

Yana bir muhim natija sifatida tadqiqotda BBC News va Kun.uz platformalari o'rtasidagi farqlar aniqlandi. BBC News global auditoriyaga yo'naltirilgan bo'lib, unda tahliliy, chuqur va yuqori sifatli kontent ustunlik qiladi. Ushbu platforma jurnalistik standartlarga qat'iy amal qilgan holda, keng qamrovli va tekshirilgan axborotni taqdim etadi. Kun.uz esa milliy auditoriyaga moslashgan bo'lib, unda tezkorlik, soddalik va dolzarb mavzular ustuvor hisoblanadi. Bu platforma mahalliy auditoriyaning ehtiyojlariga mos ravishda kontent ishlab chiqadi va uni tezkor yetkazishga e'tibor qaratadi. Har ikki platforma o'z auditoriyasiga mos strategiyalarni qo'llagan holda muvaffaqiyatli faoliyat yuritmoqda. Umuman olganda, tadqiqot natijalari raqamli media axborot iste'moli modelini sezilarli darajada o'zgartirganini ko'rsatadi. Auditoriya faol subyektaga aylangan, kontent individuallashtirilgan, interaktivlik kuchaygan hamda multimedialik va tezkorlik asosiy tendensiyalar

sifatida shakllangan. Bu esa zamonaviy media muhitining dinamik, moslashuvchan va auditoriyaga yo'naltirilgan tizimga aylanganini tasdiqlaydi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar zamonaviy media nazariyalari bilan uyg'un holda raqamli muhitda kommunikatsiya jarayonining sezilarli darajada o'zgarganini ko'rsatadi. Xususan, auditoriyaning passiv iste'molchidan faol subyektga aylanishi konvergentsiya va tarmoq jamiyati nazariyalari bilan mos keladi. Raqamli platformalar orqali foydalanuvchilar axborotni nafaqat qabul qiladi, balki uni yaratish, baholash va tarqatish jarayonlarida ham ishtirok etadi. Bu esa kommunikatsiyaning bir yo'nalishli modelidan ko'p yo'nalishli va interaktiv modelga o'tganini anglatadi. Natijada media va auditoriya o'rtasidagi chegaralar tobora yo'qolib bormoqda. Shu bilan birga, mediatizatsiya jarayoni jamiyatning boshqa institutlariga ham ta'sir ko'rsatib, axborotning ijtimoiy hayotdagi rolini yanada kuchaytirmoqda. Raqamli media sharoitida axborot oqimining tezligi, kontentning xilma-xilligi va foydalanuvchilarning faolligi kommunikatsiya jarayonining demokratlashuviga olib kelmoqda. Ya'ni, har bir foydalanuvchi o'z fikrini erkin ifoda etish, uni keng auditoriyaga yetkazish va muhokama qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Bu holat axborot maydonida ko'p ovozlilikni kuchaytirib, muqobil fikrlar shakllanishiga zamin yaratadi.

Biroq tadqiqot natijalari raqamli media muhitida bir qator muammolar ham mavjudligini ko'rsatdi. Eng dolzarb masalalardan biri – soxta axborot (fake news) va dezinformatsiyaning keng tarqalishidir. Axborot tarqatish tezligining yuqoriligi va nazorat mexanizmlarining nisbatan zaifligi noto'g'ri ma'lumotlarning ham tez ommalashishiga sabab bo'lmoqda. Bu esa jamiyatda noto'g'ri qarorlar qabul qilinishiga va ijtimoiy ishonchning pasayishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek, kontent sifati va ishonchlilik muammosi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli muhitda kontent yaratish imkoniyatining kengayishi professional jurnalistika standartlariga har doim ham amal qilinmasligiga olib kelmoqda. Bundan tashqari, auditoriya e'tibori uchun kuchli raqobat mavjud bo'lib, bu media tashkilotlarini tezkorlikni sifatdan ustun qo'yishga majbur qilishi mumkin. Shu bilan birga, raqamli media an'anaviy mediani inkor etmaydi, aksincha uni to'ldiradi va yangi imkoniyatlar yaratadi. An'anaviy media o'zining ishonchlilik va professional standartlari bilan ustun bo'lib qolsa, raqamli media tezkorlik va interaktivlik orqali uni boyitadi. Natijada media tizimi gibril shaklga ega bo'lib, har ikkala modelning ijobiy jihatlarini birlashtirgan holda rivojlanmoqda.

XULOSA

Raqamli texnologiyalar rivoji mediada axborot iste'moli jarayonlarini tubdan o'zgartirib, kommunikatsiya tizimining yangi modelini shakllantirdi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, zamonaviy media muhitida auditoriya passiv iste'molchidan faol ishtirokchiga aylangan bo'lib, u axborotni tanlash, baholash va tarqatish jarayonida muhim rol o'ynaydi. Kontentning multimediyaviy shaklga o'tishi, ya'ni matn, video, audio va vizual elementlarning uyg'unlashuvi axborotni yanada samarali va jozibador qabul qilish imkonini bermoqda. Shu bilan birga, tezkorlik omilining ustuvor ahamiyat kasb etishi media tashkilotlarini real vaqt rejimida axborot yetkazishga undamoqda. BBC News va Kun.uz internet nashrlari misolida olib borilgan tahlil global va milliy media tizimlari o'rtasidagi o'ziga xos farqlarni

aniqlash imkonini berdi. Xususan, global platformalar tahliliy va chuqur kontentga urg'u bersa, milliy platformalar tezkorlik va auditoriya ehtiyojlariga moslashuvchanlikni ustuvor yo'nalish sifatida tanlaydi. Bu esa raqamli media muhitida turli strategiyalar mavjudligini va ular auditoriya segmentiga bog'liq holda shakllanishini ko'rsatadi.

Kelgusida media tashkilotlari raqamli transformatsiya sharoitida muvaffaqiyatga erishish uchun bir qator muhim yo'nalishlarga e'tibor qaratishi zarur. Awalo, ishonchli va sifatli kontent yaratish ustuvor vazifa bo'lib qoladi, chunki axborotning haddan tashqari ko'pligi sharoitida auditoriya aynan ishonchli manbalarga murojaat qiladi. Shuningdek, auditoriya bilan interaktiv aloqani kuchaytirish, ularning fikr-mulohazalarini inobatga olish va kommunikatsiya jarayoniga jalb etish muhim strategik omil hisoblanadi. Raqamli muhitda shaxsiylashtirilgan axborot tizimlarini rivojlantirish esa foydalanuvchilarning individual ehtiyojlariga mos kontent taklif qilish imkonini beradi. Bundan tashqari, media tashkilotlari texnologik innovatsiyalardan samarali foydalanishi, sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahliliga asoslangan yondashuvlarni joriy etishi zarur. Umuman olganda, raqamli media an'anaviy mediani inkor etmay, balki uni boyituvchi va yangi imkoniyatlar yaratadigan tizim sifatida shakllanmoqda. Shu bois media sohasi vakillari zamonaviy tendensiyalarga moslashgan holda innovatsion, moslashuvchan va auditoriyaga yo'naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
2. Castells, M. (2012). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Wiley-Blackwell.
3. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
4. Pavlik, J. V., & McIntosh, S. (2017). *Converging Media: A New Introduction to Mass Communication*. Oxford: Oxford University Press.
5. Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29(2), 105–134.
6. Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
7. Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.