RADIO VA TELVEDENIYA TEZKOR VA OMMAVIY AXBOROT VOSITASI SIFATIDA

Axmadjanova Muazzam
Islomjanovna
Namangan davlat pedagogika
instituti
stajyor-o‘qituvchisi

muazzamaxmadjanova70@gmail.com
Namangan davlat
pedagogika
instituti Pedagogika
ta’lim yo‘nalishi 1-kurs
talabasi
Ne’matjonova Mushtariybonu
Shuxratbek qizi

nematjanovamushtariy80@gmail…

Anotatsiy: Ushbu maqolada radio va televideniyaning jamiyat hayotidagi tezkor va ommaviy axborot vositasi sifatidagi o‘rni tahlil qilinadi. Global axborot almashinuvi sharoitida ushbu ommaviy axborot vositalarining ta’siri, auditoriyaga yetkazish tezligi hamda ishonchliligi statistik ma’lumotlar asosida ko‘rib chiqiladi. XX asrning o‘rtalaridan boshlab radio va televideniya dunyodagi eng kuchli kommunikatsiya vositalaridan biri sifatida shakllangan bo‘lsa, XXI asrda raqamli texnologiyalar va internetning rivojlanishi ushbu vositalarning yangi formatlarda ommalashishiga sabab bo‘ldi. Tadqiqotda radio va televideniyaning axborotni tez va

samarali yetkazishdagi roli, ularning internet bilan integratsiyasi hamda kelajak istiqbollari bo‘yicha ilmiy bashoratlar keltirilgan.

Kalit so‘zlar: Radio, televideniya, ommaviy axborot vositalari, tezkor kommunikatsiya, axborot almashinuvi, raqamli texnologiyalar, media integratsiyasi, auditoriya ta’siri, ishonchlilik, global axborot tarmog‘i.

Kirish

XX asrning o‘rtalaridan boshlab radio va televideniya ommaviy axborot vositalari sifatida butun dunyo jamiyatining ijtimoiy, siyosiy va madaniy hayotiga jiddiy ta’sir o‘tkazdi. 1920-yillarda radio efirga chiqqanidan so‘ng, axborot va madaniyat sohasida inqilobiy o‘zgarishlar yuz berdi. 1950-yillardan boshlab televideniya keng tarqaldi va u juda qisqa vaqt ichida millionlab insonlarning kunlik ma’lumot olish vositasiga aylandi. Bugungi kunda radio va televideniya o‘zgarishlarga uchrab, raqamli texnologiyalar va internetning integratsiyasi bilan yangi shakl va formatlarda faoliyat yuritmoqda. Hozirgi kunda, masalan, global miqyosda 3,8 milliarddan ortiq odam internetdan foydalanadi, bu esa axborot vositalarining o‘zgargan ekotizimini ko‘rsatadi.

Statistik ma'lumotlarga ko‘ra, 2023-yilga kelib, dunyoda 2,5 milliarddan ortiq televideniya foydalanuvchilari mavjud bo‘lib, ularning aksariyati onlayn platformalarda televideniya tomosha qilmoqda. Shu bilan birga, 2021-yilda dunyo bo‘yicha 5,2 milliard internet foydalanuvchisi ro‘yxatga olingan. Buning natijasida, an'anaviy radio va televideniya vositalari bilan solishtirganda, yangi raqamli platformalar orqali axborot olish tezligi va samaradorligi sezilarli darajada oshdi.[1]

Shu bilan birga, internetning rivojlanishi va ijtimoiy tarmoqlarni jadal o‘sishi, an'anaviy media vositalarining samaradorligini savol ostiga qo‘ymoqda. Radio va televideniya, o‘z navbatida, internet va raqamli texnologiyalar bilan integratsiyalashib, o‘z auditoriyasiga yangi formatlar va xizmatlarni taqdim etmoqda. Xususan, onlayn efirlar, raqamli televideniya xizmatlari va podkastlar tez o‘sib bormoqda.

Kelajakda radio va televideniya ommaviy axborot vositalari sifatida o‘z o‘rnini saqlab qolishi mumkin, lekin ular raqamli platformalar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri

integratsiyalashib, tezkor va global axborot almashishning muhim komponentiga aylanishi kutilmoqda. Shuningdek, internetning rivojlanishi bilan axborotning tezligi va global miqyosda tarqatilishi yanada kuchayishi, shuningdek, har bir foydalanuvchi uchun shaxsiylashtirilgan media xizmatlarining ommalashishi prognoz qilinmoqda. Radio va televideniya ommaviy axborot vositalari sifatida jahon kommunikatsiyasi tarixida o‘zining alohida o‘rniga ega bo‘lib kelgan.[2] Bu soha bo‘yicha olib borilgan tadqiqotlar, asosan, media ekologiyasining o‘zgarishi, auditoriyaning yirik axborot tarmoqlariga qanday ta’sir ko‘rsatishi va yangi texnologiyalar yordamida media vositalarining samaradorligini oshirishga qaratilgan.

Adabiyotlar tahlili radio va televideniyaning rivojlanishiga doir bir qator ilmiy ishlarni o‘z ichiga oladi. Masalan, 2018-yilda The Nielsen Company tomonidan o'tkazilgan tadqiqotga ko‘ra, 18-34 yoshdagi yoshlar orasida 75% internet orqali video tomosha qilishni afzal ko‘rgan. Biroq, bu yosh guruhining 60% i hali ham an’anaviy televideniya orqali axborot olishni davom ettiradi. Bu holat, televideniya va internetning bir-birini to‘ldiruvchi sifatida rivojlanayotganligini ko‘rsatadi.

Shuningdek, media konvergensiyasiga oid bir qancha ilmiy ishlarda, xususan, Shimp et al. (2017) tomonidan olib borilgan tadqiqotda raqamli texnologiyalar yordamida media formatlarining o‘zgarishi va shu bilan birga, foydalanuvchilar uchun shaxsiylashtirilgan axborot xizmatlarining ommalashishi qayd etilgan. Tadqiqotda raqamli platformalarda iste’molchilar va ommaviy axborot vositalari o‘rtasidagi interaktivlikning oshgani va bu jarayonning kommunikatsion samaradorlikni oshirishdagi roli tahlil qilinadi.

Bundan tashqari, umuman olganda, radio va televideniya sohasida olib borilgan izlanishlar ommaviy axborot vositalarining tezkorligi va ommaviyligi haqida ko‘plab statistik ma'lumotlarga ega. 2023-yilda, masalan, "Statista" ma'lumotlariga ko‘ra, butun dunyo bo‘yicha 4,5 milliarddan ortiq radio va televideniya kontentiga doir foydalanuvchi mavjud, bu esa jahon aholisi bilan taqqoslaganda katta foizni tashkil etadi.[3]

Metodologiya bo‘yicha ushbu tadqiqotda sifatli va miqdoriy usullar kombinatsiyasi qo‘llaniladi. Birinchi bosqichda, media ekologiyasining o‘zgarishi va internet platformalarining ommalashishi bilan bog‘liq statistik tahlillar o‘tkaziladi. So‘ngra, radio va televideniyaning zamonaviy holatini, auditoriya o‘zgarishlarini va kommunikatsiya usullaridagi yangilanishlarni tahlil qilish uchun anketalar, so‘rovnomalar va boshqa empirik metodlar yordamida ma’lumotlar to‘planadi.

Tadqiqotning asosiy metodologik yondashuvi — media kontentini va uning ta’sirini o‘rganish, shuningdek, ommaviy axborot vositalarining global tarmoqlarda qanday faoliyat yuritishini tahlil qilishni o‘z ichiga oladi. Ma’lumotlar to‘plash jarayonida onlayn resurslar va raqamli platformalar (YouTube, Spotify, Apple TV kabi) orqali foydalanuvchi faoliyati monitoringi hamda joriy media-trendlar o‘rganiladi. Tahlil qilishda media integratsiyasi va interaktivlikning ommaviy axborot vositalariga ta’sirini baholash hamda bu omillarning kelajakdagi rivojlanishini bashorat qilish kutilmoqda.[4]

Shuningdek, metodologiya bo‘yicha an'anaviy va raqamli media platformalarining o‘zaro aloqasi va raqamli texnologiyalar yordamida yangi kommunikatsion strategiyalarni ishlab chiqishning ahamiyati ham ta’kidlanadi. Bu esa, ommaviy axborot vositalarining o‘zgarishiga va texnologik integratsiyasiga doir bashoratlarni yanada aniqroq qilish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. **The Nielsen Company (2018).** *Media Consumption Trends Among Young Adults.* Nielsen Global Media Report. – URL: www.nielsen.com *(Ushbu tadqiqotga ko‘ra, 18-34 yoshdagi yoshlarning 75% internet orqali video tomosha qilishni afzal ko‘rgan, ammo 60% hali ham an’anaviy televideniyadan foydalanadi.)*
2. **Statista (2023).** *Global Television and Radio Audience Statistics.* – URL: www.statista.com

(Statistik ma'lumotlarga ko'ra, dunyo bo'yicha 4,5 milliarddan ortiq odam radio va televideniya kontentini iste'mol qiladi.)

3. **Shimp, T.A., & Andrews, J.C. (2017).** *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications.* South-Western Cengage Learning.
   (Ushbu kitob media konvergensiyasi va raqamli texnologiyalar orqali shaxsiylashtirilgan axborot xizmatlarining ommalashishini tahlil qiladi.)
4. **McQuail, D. (2010).** *McQuail's Mass Communication Theory.* 6th Edition. SAGE Publications.
   (Bu manba ommaviy axborot vositalari nazariyalarini chuqur o'rganib, radio va televideniya kommunikatsion strategiyalarining asoslarini ochib beradi.)
5. **Internet World Stats (2023).** *Global Internet Usage Statistics.* – URL: www.internetworldstats.com
   (2023-yilda butun dunyo bo'ylab 5,2 milliarddan ortiq internet foydalanuvchisi qayd etilgan.)
6. **Jenkins, H. (2006).** *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York University Press.
   (Mazkur asar yangi va an'anaviy media tarmoqlarining integratsiyasi va ularning auditoriyaga ta'sirini tahlil qiladi.)
7. **European Broadcasting Union (EBU) (2022).** *Media Trends and Future of Broadcasting.* – URL: www.ebu.ch
   (Ushbu tadqiqotda radio va televideniya sohasining kelajak istiqbollari va ularning raqamli texnologiyalar bilan integratsiyasi haqida ma'lumotlar berilgan.)
8. **ITU (International Telecommunication Union) (2021).** *Digital Broadcasting and Media Innovation Report.* – URL: www.itu.int
   (Xalqaro telekommunikatsiya ittifoqi tomonidan tayyorlangan ushbu hisobot radio va televideniyaning global axborot uzatishdagi o'rni va yangi texnologiyalar ta'sirini yoritadi.