

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

ОНЛАЙН МЕДИА ТАРАҚҚИЁТИ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ: МУАММО ВА ЕЧИМЛАР

Нилуфар Муродова,

*Ўзбекистон Миллий кинематографияни
ривожлантириши маркази ходими*

Аннотация. Ушбу мақоланинг мазмуни бугунги кунда ахборот ташувчи медиа-маконларнинг тараққий этишидаги ижтимоий муаммолар ҳамда уларнинг ютуқларига қаратилган илмий асосланган фикр-мулоҳазаларга қаратилган. Шу билан биргаликда, онлайн-медиянинг ҳозирги вақтдаги муҳим вазифаларини ҳам илмий жиҳатдан асослаб берилган. Ахборот олишидаги қулайлик ва тезлигини ҳисобга олиб, ҳозирги вақтда инсониятнинг деярли 80% қисми онлайн-медиа маконидаги ахборотларни кузатиб боради. Бу эса, ўз ўрнида ахборотларнинг узвийлигини ҳамда ҳаққонийлигини талаб қилади.

Калит сўзлар: ахборот, медиа-маконлар, ижтимоий муаммолар, илмий асосланган фикр-мулоҳазалар, онлайн-медиа, муҳим вазифалар, ахборотларнинг узвийлиги, ҳаққонийлик.

Кириш.

Ахборот глобаллашаётган бугунги замонда дунё мамлакатларидаги матбуот-медиа ҳамда оммавий ахборот воситалари фаолиятини яхлит бир тизим сифатида тасаввур қилиб бўлмайди. Инсон ўз ақл-идрокининг, ривожланишининг муҳим омилларидан бири сифатида ахборотларнинг таъсирини айтишимиз мумкин бўлади. Шунини инобатга олиб ҳозирги вақтда ОАВ соҳасида “жаҳон журналистикаси” ёки “халқаро журналистика”, деб аталувчи тармоқ янада кенгайиб бормоқда.

Бугунги кунда глобаллашув муҳитида дунё ҳамжамиятида ҳар бир мамлакат барча соҳаларда, барқарор тараққий ёўлида ўзларининг ўринларига эга бўлиб бормоқда. Хусусан, медиа соҳасида ҳам барқарор тараққий этишни таъминлаб берувчи йўналишларини аниқлаш ҳамда соҳадаги мавжуд муаммоларни ўрганиш нафақат соҳанинг, шунингдек, жамиятнинг олдида турган устувор вазифадир. Албатта, бунда ҳар бир мамлакатнинг табиий ва ижтимоий-иқтисодий омиллари билан биргаликда инсон омили, жумладан, ёш авлодни тарбиялаш, шарт-шароитлар яратиш, уларнинг интеллектуал салоҳиятидан самарали фойдаланиш муҳимдир.

Давлат ва жамият бошқарувида ҳам, иқтисодий бизнесларни ҳам тараққий этиришда, умуман олганда, барча соҳаларнинг ривожланишида ақлий-салоҳиятли ёшларнинг ўрни беқиёсдир. Сабаби, улар бугунги кунда жамият ҳаёти ҳамда келажак учун “янги қон” вазифасини бажариб беради. Янгидан-янги ташаббусларни ва бунёдкор ғояларни илгари суриш, замонавий иш юритиш

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

услугларини жорий қилишда ҳозирги вақтдаги ёш йигит-қизларнинг дунёқараши, фикрлаш тарзи ва саъй-ҳаракатлари алоҳида аҳамият касб этади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили (Literature review).

Дунё ҳамжамиятида ахборотларнинг тез ҳамда жадал суръатларда тарқалиши натижасида турли кўринишдаги маълумотларни қабул қилиш жараёни кучайиб бормоқда. Бугунги ахборотлашган жамиятнинг барқарор тарзда шакллантиришда рақамли медиа, онлайн-медиа, интернет-медиа сингари алоқа воситалари янада кенгайиб ва ривожланиб бормоқда.

Хусусан бу борада мамлакатимиз профессори Ф.Мўминов ўзининг фикрини қуйидагича келтириб ўтади: “Бугунги кунга келиб дунё ҳамжамиятида XXI аср учун энг катта ютуқлари сифатида оммавий ахборот воситаларининг глобаллашуви, рақамли технологияларга ўтиш ҳамда интернет билан бирлашишни айтиш мумкин бўлади... Ҳаммамизга маълумки, интернет каби улкан виртуал кенгликдан оммавий ахборот воситалари ҳам биринчилардан бўлиб фойдалана бошлади. Шу ҳаракатларнинг натижасида онлайн журналистика вужудга келди.”[4: 10-б.]

Бу масала бўйича Н.Қосимова қуйидагича ёзади: “Босма ОАВнинг Интернет нашрлари ва умуман онлайн-медиа доимий янгиланиб туришни талаб қилади, бунда ахборотлар ҳар соатда, ҳатто, ҳар бир дақиқада ҳам янгиланиб туришини кузатишимиз мумкин. Бу ўринда аниқ бир кунлик воқеаларини эмас, балки аниқ битта жараённинг, ҳодиса-воқеанинг боришини тезкор ёритиш назарда тутилади.” Бундай долзарбликнинг учта имконияти мавжуддир:

- 1) эркин янгиланиш – материал тайёр бўлишига қараб янгиланади;
- 2) белгиланган даврийлик асосида янгиланиш – сайт, айтилик, кунига, ёки ҳафтада бир марта янгиланади;
- 3) сурункали янгиланиш – хабар ва янгиликлар келиб тушишига қараб сайтда жойлаштириб борилади. [5: 104-б]

Тадқиқот методологияси (Research Methodology). Назарий (таҳлилий-синтетик, тарихий-қиёсий, таркибий-типологик), таҳлил (анализ, синтез, индексия, дедуксия, конкретлаштириш, аналогия, моделлаштириш), прогностик (фикрий эскперимент, мустақил баҳоларни умумлаштириш ва бошқа), математик статистика каби усуллар қўлланилган.

Таҳлил ва натижалар (Analysis and results).

2024 йил январь ҳолатига кўра, дунё бўйлаб 5,35 миллиард интернет фойдаланувчиси бор, бу дунё аҳолисининг 66,2 фоизини ташкил қилади.

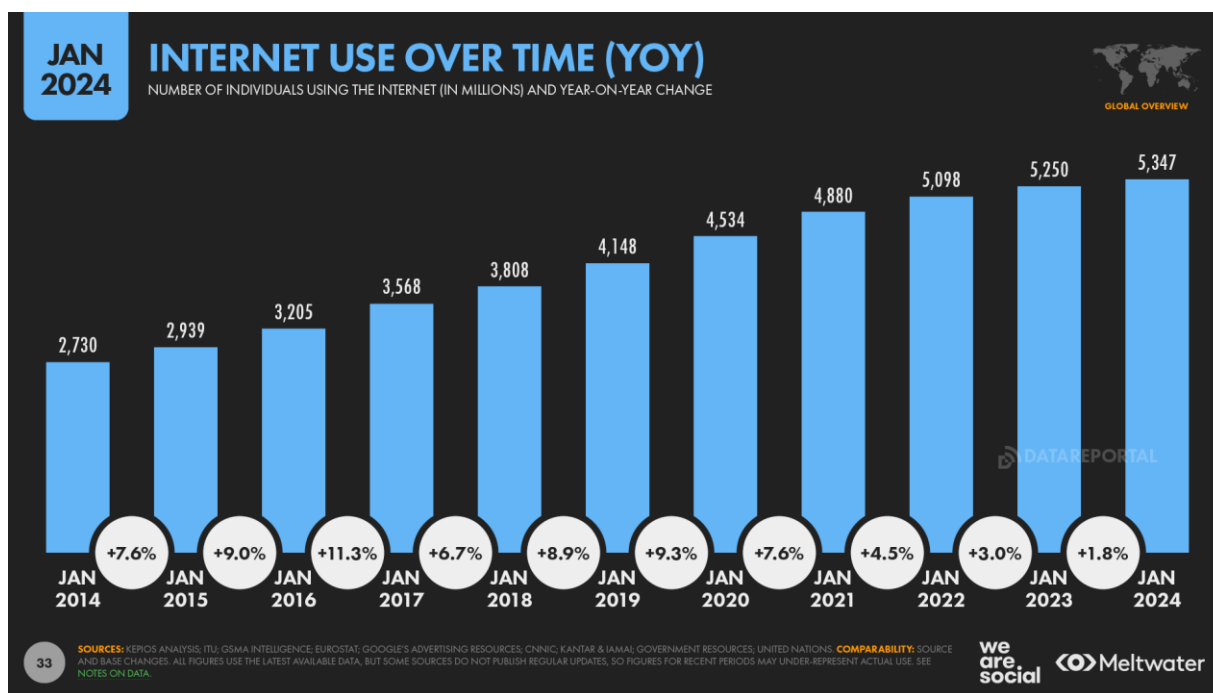
ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

Буларнинг 5,04 миллиарди ёки дунё аҳолисининг 62,3 фоизи ижтимоий тармоқ фойдаланувчиларидир.[6]

Интернет фойдаланувчилари ҳам ўсишда давом этмоқда, сўнгги маълумотларга кўра, 2024 йил январигача бўлган 12 ой ичида дунёнинг интернетга уланган аҳолиси 97 миллион фойдаланувчига ошган. 1,8 фоизни ташкил этган ҳолда, бу йилги ўсиш суръати биз сўнгги ўн йилликнинг ўрталарида кузатилган ўсиш суръатларидан бироз секинроқ, аммо бу ҳали ҳам сўнгги ойларида кўрган тезроқ суръатлардан бири.

Бундан ташқари, Интернетни қабул қилиш бўйича тадқиқотларни қайта ишлаш ва нашр этишда мунтазам кечикишлар, эҳтимол, реал ўсиш суръати ушбу сўнгги рақамлар таклиф қилганидан юқори бўлиши мумкинлигини аниқлатади.



1-расм Интернет фойдаланувчиларининг ўсиб бориш тенденциялари.

Манба: <https://datareportal.com/global-digital-overview> Digital Around The World.

Интернетдан фойдаланадиган аҳолининг кўпайиши онлайн-медиа маконининг ҳам кенгайишига ҳам олиб келади. Бу эса, соҳада фаолият олиб боровчиларнинг олдидаги мавжуд муаммоларни юзага келтириб чиқаради. Муаммоларнинг бошланиши сифатида ахборотдан фойдаланиш маданиятини айтишимиз мумкин. Демак, инсонларни интернетдаги ахборотлардан фойдаланишидан олдин уларда ахборот алмашиш маданиятини шакллантириш

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

жуда ҳам муҳимдир. Ушбу вазифани ҳар бир ахборот тарқатувчи саҳифаларнинг устувор вазифаси сифатида белгилаб олиш лозим. Бу вазифани бартараф этиш эса, соҳадаги асосий ютуқни келтириб чиқаради.

Хулоса ва таклифлар (Conclusion/Recommendations).

Хулоса қилиб айтганда, Онлайн-медианинг таъсир доираси кенг эканлиги турли кўринишдаги ахборотлар маҳсулотларининг оммалашув имкониятларини оширади. Аудитория эҳтиёжи натижаси ўларок, уларнинг талаб ва истаклари асосида кўрсатув тайёрланиши заруратини келтириб чиқарди. Бу жараённинг ўзига хос хусусиятлари, қонуниятлари таҳлили журналистиканинг бир қатор назарий ва амалий муаммоларини ҳал этиш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2016.
2. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. СПб.: Питер, 2013; Кастелс М. Информационная эпоха. – М., 2000.;
3. С.Жижек. Добро пожаловат в пустыню Реального (рус.) англ. М., 2002. - 160с.
4. Ф.А.Мўминов Ҳамроҳми ёки ҳамкор // Интернет журналистика илмий мақолалар тўплами. – Т., 2005. – Б.10.
5. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т., 2012. – 121 б.
6. Number of internet and social media users worldwide as of January 2024. As of January 2024, there were 5.35 billion internet users worldwide, which amounted to 66.2 percent of the global population. Of this total, 5.04 billion, or 62.3 percent of the world's population, were social media users. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
7. У.Эко – От Интернета к Гутенбергу. Текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции на экономическом факультете МГУ. 20.05.1998
8. “Журналистик фаолиятни химоя қилиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни. Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъерий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. - Т., 2009. - Б. 57