

**KO'NGILOCHARLIK VA AXBOROT: OMMAVIY AXBOROT
VOSITALARI FUNKSIYASINING O'ZGARISHI**

G'ofurova Muslimaxon Dilshodjon qizi

Talaba, Diplomat University, Toshkent,

“Filologiya va xorijiy tillar” kafedrası

Ilmiy rahbar: Mamadjanova Dildora Ulug'bek qizi

+998998861442

gofurovamuslima4@gmail.com

Annotatsiya: *Biz ushbu maqolada ommaviy axborot vositalarining zamonaviy funksiyalarining o'zgarishini, axborot berish va ko'ngilocharlik o'rtasidagi muvozanatni hamda ularning o'zgarishlarini tahlil qilamiz. Tadqiqotimizda an'anaviy media ilgari faqat yangilik va ma'lumot yetkazish vazifasini bajargan bo'lsa, hozirgi kunda esa raqamli platformalar orqali nafaqat ko'ngilochar, balki axborot manbai sifatida faoliyat yuritishi va qanday ishlatilishini o'rganamiz. Maqolada YouTube, TikTok, Instagram va Televideniye kabi yana boshqa turli ko'ngilochar vositalari misolida ushbu o'zgarishlar tahlil qilinadi. Shuningdek, axborot va ko'ngilochar media birlashishi foydalanuvchilar e'tiboriga, ma'lumotning aniqligiga va uning qabul qilinishiga qanday ta'sir ko'rsatishi ham ko'rib chiqiladi. Maqolaning asosiy maqsadi funksiyasidagi o'zgarishlarni tahlil qilish hamda uning ijobiy va salbiy jihatlarini yoritishdan iborat.*

Kalit so'zlar: *Ommaviy axborot vositalari, axborot, raqamli media, ko'ngilocharlik, ijtimoiy tarmoqlar, media funksiyasi, YouTube, TikTok, Instagram, Televideniye.*

Abstract: *This article analyzes the modern functions of mass media, focusing on the balance and transformation between information and entertainment. The study examines how traditional media mainly served as a source of news and information, while modern digital platforms have become both entertainment and information sources. The changes are analyzed using examples such as YouTube, TikTok, Instagram, and television. The study also explores how the integration of information and entertainment affect users' attention, the accuracy of information, and its perception. The main aim of the article is to analyze changes in media functions and highlight both their positive and negative aspects.*

Keywords: *Mass media, information, digital media, entertainment, social networks, media function, YouTube, TikTok, Instagram, television.*

Аннотация: *В данной статье анализируются современные функции средств массовой информации, а именно баланс и изменения между информированием и развлекательным контентом. Исследование показывает, что традиционные СМИ раньше выполняли только функцию передачи новостей и информации, тогда как*

современные цифровые платформы стали одновременно источником информации и развлечений. В качестве примеров рассматриваются YouTube, TikTok, Instagram и телевидение. Также анализируется влияние объединения информации и развлечений на внимание пользователей, точность информации и её восприятие. Основная цель статьи — изучить изменения функций СМИ и выделить их положительные и отрицательные стороны.

Ключевые слова: Средства массовой информации, информация, цифровые медиа, развлечения, социальные сети, функция медиа, YouTube, TikTok, Instagram, телевидение.

Kirish: Bugungi zamonaviy jamiyatimizda ommaviy axborot vositalari insonlar hayotining ajralmas qismiga aylangan va muhim axborot manbai sifatida katta ahamiyatga ega. Axborot vositalari nafaqat yangiliklarni yetkazadi, balki jamiyatimizning fikrini ham shakllantiradi va insonlarning dunyoqarashiga ham o‘z ta‘sirini ko‘rsatadi hamda muhim rol o‘ynaydi. Ilgari media vositalari asosan axborot berish funksiyasini bajargan bo‘lsa, hozirgi kunda ularning vazifasi sezilarli darajada ko‘paygan. Media tadqiqotchisi McQuailning fikriga ko‘ra, zamonaviy ommaviy axborot vositalari nafaqat axborot yetkazish, balki ko‘ngilocharlik va jamiyat fikrini shakllantirish vazifasini ham bajaradi (**McQuail, 2010**). Ular orqali odamlar har kuni turli yangiliklar va ma‘lumotlarga ega bo‘lishadi.

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi natijasida media olamida juda ko‘p o‘zgarishlar yuz berdi. Masalan, YouTube, TikTok va Instagram kabi platformalar paydo bo‘lib, keng tarqaldi va natijada media nafaqat axborot yetkazuvchi manba, balki ko‘ngilochar vosita sifatida ishlashiga olib keldi. Bugungi kunda qisqa videolar orqali ham yangiliklar yetkazilmoqda, lekin ular ko‘pincha soddalashtirilgan yoki qisqartirilgan bo‘ladi. Buning natijasida axborot yetkazish va ko‘ngilocharlik o‘rtasidagi muvozanat tobora yo‘qolib bormoqda.

Bu holat bir tomondan foydalanuvchilar uchun qulay va qiziqarli kontent yaratadi. Boshqa tomondan, axborotning ishonchliligi, chuqurligi hamda uning qabul qilinishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkin. Ayniqsa, qisqa va tezkor kontentlarning ommalashuvi natijasida foydalanuvchilarning diqqat darajasi va axborotni tahlil qilish qobiliyati ham o‘zgarib bormoqda.

Shuning uchun media funksiyalaridagi bunday o‘zgarishlarni o‘rganish muhim hisoblanadi. Ushbu maqolada aynan shu masalalar, ya‘ni ommaviy axborot vositalarining zamonaviy funksiyalaridagi o‘zgarishlar xususan, axborot va ko‘ngilocharlik o‘rtasidagi munosabatlar tahlil qilinadi hamda bu jarayonning ijobiy va salbiy jihatlari yoritiladi.

Asosiy qism: ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Zamonaviy medianing transformatsiyasi va “Infotainment” tushunchasi.

Ushbu maqolada ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, qiyosiy tahlil hamda kontent tahlili metodlaridan foydalanildi. Xususan, zamonaviy media jarayonlarini o‘rganishda turli ilmiy manbalar asos qilib olindi. Shuningdek, TikTok, Instagram va YouTube platformalaridagi media kontentlar misol sifatida tahlil qilinib, ularning axborot va ko‘ngilocharlikni uyg‘unlashtirishdagi o‘rni o‘rganildi.

Zamonaviy medianing transformatsiyasi va “Infotainment” tushunchasi.

Hozirgi zamonaviy ommaviy axborot vositalarini tushunishda “infotainment” tushunchasi juda muhim hisoblanadi. Ushbu tushuncha “information” (axborot) va “entertainment” (ko‘ngilocharlik) so‘zlarining qo‘shilishidan hosil bo‘lgan bo‘lib, axborotni qiziqarli va oson tushuniladigan shaklda yetkazishni anglatadi. Bugungi davrda media faqat ma’lumot va yangilik yetkazish vositasi emas, balki auditoriya e’tiborini jalb etish va saqlab qolishga qaratilgan ko‘ngilochar platformaga ham aylanib bormoqda. Shuning uchun ko‘plab yangiliklar qisqa video, vizual effektlar yoki oddiylashtirilgan usulda taqdim etilmoqda.

Media tadqiqotchisi Neil Postman o‘zining “Amusing Ourselves to Death” asarida medianing haddan tashqari ko‘ngilocharlashuvi jamiyatda jiddiy mavzularning yuzakilashishiga va fikrlashning kamayishiga olib kelishi mumkinligini aytgan (*Neil Postman, 1985*). Uning fikricha, axborotning shou shakliga aylanishi muhim ijtimoiy va siyosiy masalalarning chuqur tahlil qilinmay qolishiga sabab bo‘ladi. Shunga qaramasdan, infotainment zamonaviy raqamli media muhitida axborotni tez va keng auditoriyaga yetkazib, jalb qilishda juda samarali usul hisoblanadi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda qisqa va vizual kontentning juda tez rivojlanib borishi ushbu jarayonni yanada kuchaytirmoqda.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, ushbu jarayon kelajakda yanada kuchayadi.

Olimlar qarashlari

Zamonaviy media jarayonlarini tahlil qilishda olimlarning fikrlari juda muhim va biz ularning fikrlariga tayanishimiz kerak. Masalan, taniqli media tadqiqotchisi Nil Postman o‘zining “Amusing Ourselves to Death” nomli kitobida medianing haddan tashqari ko‘ngilochar tus olishi jamiyat uchun salbiy ta’sir qilib, kelajak uchun xavf ekanini aytib o‘tgan (*Postman, 1985*). Uning fikricha, agar har qanday muhim axborot shou ko‘rinishida uzatilsa, jiddiy ijtimoiy va siyosiy masalalar yuzaki talqin qilinishiga olib keladi.

Natijada, auditoriya jiddiy va muhim mavzular ustida bosh qotirib, chuqur tahlil qilish o‘rniga, shunchaki ermak sifatida yoki navbatdagi ko‘ngilochar kontent sifatida qabul qila boshlaydi.



Shu bilan birga, boshqa media mutaxassislari ham zamonaviy axborot muhitida shu elementlari ortib borayotganini qayd etishadi. Masalan, John Durham Peters medianing asosiy vazifasi jamiyatni muloqot orqali birlashtirish kerakligini ta'kidlaydi (*John Durham Peters, 2000*). Lekin, afsuski, hozirgi kunda bu jarayon ko'proq tijorat maqsadlariga va reklama orqali daromad topishga xizmat qilayotganini ko'rsatadi.

Demak, hozirgi media muhitida axborot berish va ko'ngilocharlik o'rtasidagi muvozanat jamiyat orasida juda dolzarb bo'lib qolmoqda.

Raqamli media transformatsiyasi va platformalar tahlili.

Zamonaviy raqamli media muhitida axborot iste'moli sezilarli darajada o'zgargan. Hozirgi kunda foydalanuvchilar odatdagi ommaviy axborot vositalaridan ko'ra ko'proq ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalar orqali yangiliklarni qabul qilishmoqda. Bu esa axborotni yetkazish uslubiga va uning shakliga ham ta'sir ko'rsatmoqda. *Agar Reuters Institute* tomonidan olib borilgan va *“Digital News Report 2023”* e'lon qilgan tadqiqotlarga qaraydigan bo'lsak, 18–24 yoshgacha bo'lgan yoshlarning yarmi, ya'ni 40 foizdan ko'prog'i oddiy yangiliklar saytlari yoki televideniye tomosha qilish va gazeta o'qish o'rniga ijtimoiy tarmoqlardan (TikTok, Instagram, YouTube) axborot olishni afzal ko'rmqda.

Bu platformalarning o'ziga xos tomonlarini quyidagicha tushuntirish mumkin:

1. TikTok va Instagram Reels: Bu platformalar asosan qisqa va tezkor ma'lumot kontent olishga moslashtirilgan. Ba'zi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki raqamli muhitda foydalanuvchilarning diqqatni jamlash darajasi pasayib borayotgani ta'kidlangan. Shuning uchun ham hatto jiddiy siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy mavzularni ham 30–60 soniyali qisqa videolarga aylantirilmoqda.

2. YouTube: Ushbu platforma esa ko'proq “edutainment”, ya'ni ham ta'limiy, ham ko'ngilochar kontentni birlashtirgan platformaga aylangan. Bu yerda ilmiy tahlillar, tarixiy hujjatlar, filmlar yoki ijtimoiy bloglar chiroyli montaj va qiziqarli videolar orqali sodda qilib auditoriyaga yetkazilmoqda.

Shuning uchun oddiy an'anaga aylangan televideniye ham bu raqobatga moslashishi uchun o'zgarishga majbur bo'lmoqda. Bugungi kunda telekanallar o'z auditoriyasini saqlab qolish uchun yangiliklarni qisqa formatda berib, ijtimoiy tarmoqlardagi trendlarni qo'shib, jiddiy tok-shoular, shou-biznes elementlarini, interaktiv o'yinlarni qo'shish hamda bloger va influenserlarni jalb qilish orqali auditoriyani saqlab qolishga harakat qilmoqda.

Axborot va ko'ngilocharlik uyg'unlashuvining ijobiy va salbiy jihatlari

Ommaviy axborot vositalarida axborot va ko'ngilocharlikning birlashuvi jamiyatimizga turlicha yo'nalishlarda o'z ta'sirini ko'rsatmoqda.

➤ **Ijobiy tomonlari:**

1. Axborotning soddalashishi: Oldinlari faqat olimlar, mutaxassislar tushunadigan ilmiy, iqtisodiy va ijtimoiy nazariyalar yoki huquqiy mavzular bugun oddiy xalq uchun tushunarli, sodda va qiziqarli tilda yetkazilmoqda.
2. Auditoriyaning faolligi: Foydalanuvchilar endi shunchaki tomoshabin yoki tinglovchi emas, ular endi layk bosib, izoh yozib, kontent yaratishda va uni tarqatishda ham faol ishtirok etishmoqda.

➤ **Salbiy tomonlari:**

1. Mavzularga chuqur yondashmaslik: Murakkab va jiddiy masalalarning qisqartirilib, qisqa videoga sig‘dirilishi oqibatida voqeaning asl mohiyati yo‘qolib, uning mazmuni to‘liq ochilmayapti. Shuning uchun odamlarda faqat yuzaki tushuncha shakllanmoqda.
2. Soxta axborot va manipulyatsiya xavfi: Auditoriyani jalb qilib, ko‘proq ko‘rishlar sonini oshirish uchun bo‘rttirilgan sarlavhalar va ma‘lumotlar yozish ko‘paydi va bu esa tekshirilmagan ma‘lumotlarning ko‘proq tarqalishiga sabab bo‘lmoqda.

Tadqiqotlar shu ko‘rsatadiki, bu jarayon kelajakda yanada kuchayadi, chunki hozirgi auditoriya tez va qisqa kontentni afzal ko‘radi.

Xulosa

Bulardan xulosa qilib aytish mumkinki, hozirgi kunda zamonaviy media tizimi ancha o‘zgarib bormoqda. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi natijasida odamlar axborotni turlicha qabul qila boshladi. Endi media nafaqat ma‘lumotlar yetkazib beradi, balki bu bilan cheklanib qolmay, auditoriyani jalb qilish va uni qiziqtirishga ham intilmoqda va bu asta-sekin ko‘ngilochar sohaga ham aylanib ulgurdi. TikTok, Instagram va YouTube kabi platformalar paydo bo‘lgach, jiddiy yangiliklar va ko‘ngilochar elementlar aralashib ketganini ko‘rishimiz mumkin.

Bu jarayonning birlashuvi ham ijobiy, ham salbiy oqibatlarga olib kelmoqda. Bir tomondan, o‘zgarishlarning yaxshi tomoni shundaki, foydalanuvchilar qiyin va tushuna olmaydigan mavzularni oddiyroq, tushunarliroq tarzda yetkazilishi bo‘lsa, boshqa tomondan qaraganda uning salbiy jihatlarini ham ko‘ramiz.

Masalan, ma‘lumotlar qisqa va yuzaki beriladi va bu esa bo‘rttirilgan va noto‘g‘ri ma‘lumotlar ko‘payganda odamlarda ishonchsizlik paydo bo‘lishiga olib kelmoqda.

Tadqiqotlar natijalariga ko‘ra, ushbu media platformalari jadal rivojlanadi va bu holat davom etadi, uning ijobiy va salbiy ta‘sirlari yanada kuchayadi. Shuning uchun foydalanuvchilar ma‘lumotlarni shunchaki tomosha qilib qabul qilmasdan, uni tushunib, tahlil qila olishlari muhim. Chunki hamma narsa ham to‘g‘ri bo‘lavermaydi. Zamonaviy medianing eng muhim vazifasi esa axborot va ko‘ngilocharlik o‘rtasidagi muvozanatni saqlash vazifalaridan biri bo‘lib qoladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: New York University Press.
2. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London, UK: SAGE Publications.
3. Microsoft Corporation. (2015). *Attention Spans Research Report*. Microsoft Consumer Insights, Redmond, USA.
4. Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York, NY: Penguin Books.
5. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). *Digital News Report 2023*. Oxford, UK: University of Oxford.
6. O'zbekiston Respublikasi. (y.y.). *Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi Qonun*. <https://lex.uz>

