

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING BUGUNGI KUNDAGI AHAMIYATI. INSTAGRAMNING YARALISHI VA UNING HOZIRGI JAMIYATDAGI QAMROVI.

Salimova Jasmina Sattor qizi

O'zbekiston Jahon tillari universiteti 1-bosqich talabasi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalari tarixi, imkoniyatlari va vazifalari hamda uning bugungi texnologiyalar asridagi ahamiyati tahlil etilgan. Shu bilan birgalikda bunday axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarning foyda va zararlari keltirib o'tilgan.*

Kalit so'zlar: *axborot, platforma, internet, onlayn qidiruv, trollar, global internet, texnologiya, apparat, teglar, geoteg, ommaviy kompaniya.*

Tarixga yuzlansak insonlar yaralibdiki ularning hayotida axborot juda katta ahamiyat kasb etib kelmoqda. Shu sababli ham bugungacha axborotga bo'lgan talab faqatgina ortib o'z dolzarbligini yo'qotmay kelmoqda.

Shu o'rinda savol tug'uladi axborot o'zi nima?

Axborot deb inson sezgi organlari orqali qabul qiladigan barcha ma'lumotlarga aytiladi. Axborot (lotincha) information so'zidan olingan bo'lib, tushuntirish, biror narsani bayon qilish yoki biror narsa yoki hodisa haqidagi ma'lumot ma'nosini anglatadi.

Axborot turli-tuman ko'rinishda bo'lib, ularni quyidagi turlarga ajratish mumkin:

- Matnli axborot
- Grafikli axborot
- Tovushli axborot
- Videolavhali axborot
- Belgili axborot
- Raqamli axborot

Hozirgi kunda ommaviy axborot vositalari va ulardan foydalanish bo'yicha Konstitutsiyada ham tegishli qarorlar kiritib o'tilgan

Mazkur Qonun "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida"gi 2007-yil 15-yanvardagi O'RQ-78-sonli Qonuni bilan yangi tahrirda tasdiqlangan.

1-modda. Ommaviy axborot vositalari

Gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar, axborot agentliklari, televideniye (kabelli, efir-kabelli televideniye) va radioeshittirishlar, hujjatli kino, elektron axborot tizimi, shuningdek, doimiy nomga ega bo'lgan, davlat tasarrufidagi, mustaqil va boshqa ommaviy davriy nashrlar ommaviy axborot vositalaridir.

Ommaviy axborot vositalari qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ilovalar nashr etishi mumkin.

2-modda. Ommaviy axborot vositalari erkinligi

O‘zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari erkin bo‘lib, ular O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga, ushbu Qonunga va boshqa qonun hujjatlariga muvofiq faoliyat ko‘rsatadi.

Ommaviy axborot vositalari axborotni izlash, olish va tarqatish huquqidan foydalanadilar hamda o‘zlari e‘lon qilayotgan axborotning to‘g‘riligi va haqqoniyligi uchun qonun hujjatlarida belgilangan tartibda javobgar bo‘ladilar.

Hozirgi global internet davrida ommaviy axborot vositalari bizlar uchun juda katta qulayliklar yaratib bermoqda. Har xil internet bilan ishlaydigan platformalarda biz onlayn qidiruv orqali o‘zimiz uchun kerak bo‘ladigan axborotlarni ossongina topishimiz va saqlab qo‘yishimiz mumkin. Bundan tashqari biz internet orqali bir qancha ijtimoiy tarmoqlarda faol bo‘lishimiz hamda u yerda video, rasmlar va yangiliklarni tomosha qilib borishimiz mumkin. Shunday platformalardan biri instagramdir.

Instagram: Instagram amerikalik dasturchi Kevin Systrom va braziliyalik dasturiy ta‘minot muhandisi Mayk Kriger tomonidan yaratilgan. Instagram ilovasi birinchi marta App Store da 6-oktyabr 2010-yilda paydo bo‘lgan, ammo ijtimoiy tarmoq tarixi ancha oldin boshlangan. Kevin Systrom fotografiyani juda yaxshi ko‘rardi. Instagramdan oldin ham u Photobox veb-saytini yaratdi, uning yordamida foydalanuvchilar katta hajmdagi rasm fayllarini yuklab olishlari mumkin edi.

Instagram ilovasida fotosuratlar yoki videolar olish, shuningdek, turli xil yorug‘lik effektlari, buzilishlar yoki boshqa xususiyatlarni, piktogramma va filtrlardan foydalangan holda mavjud fotosuratlar yoki videolarni tahrirlash qobiliyatini o‘z ichiga oladi.

Tasvirlar dastlab iPhone kengligiga mos kelishi uchun kvadrat shaklida, 640x640 piksel bo‘lishi kerak edi. Biroq, 2015-yilda o‘lcham cheklovlari 1080 pikselgacha kengaytirildi.

Tasma postlarida foydalanuvchining sarlavhasi, geoteg ma‘lumotlari yoki boshqa foydalanuvchi hisoblariga bog‘lovchi teglar bo‘lishi mumkin. Sarlavhalar ko‘pincha postlarni boshqa foydalanuvchilar tomonidan osongina topishi va qidirishi mumkin bo‘lgan hashtaglardan iborat. Platforma shuningdek, tasma postlariga matnli izohlar qo‘shish va foydalanuvchilarga yurak belgisi yordamida postlarni “yoqtirish” imkonini beradi. Hikoyalar uchun foydalanuvchilar emoji asosidagi reaksiyalarni yuborishlari yoki shaxsiy xabarlar orqali javob berishlari mumkin.

Xizmatdan foydalanish bepul va u Facebookning qardosh kompaniyasiga o‘xshab, asosan reklamadan daromad keltiradi. Dastlab faqat Apple iOS-da mavjud bo‘lib, u Android (2012), Web (2012), Fire OS (2014) va Windows 10 (2016) uchun versiyalarini ishlab chiqardi.

So‘nggi ma‘lumotlarga ko‘ra, Instagramning oylik faol foydalanuvchilari soni 2 milliardga etadi. Facebook darajasida bo‘lmasa-da, bu Instagramdagi brendlar uchun hali ham juda katta yutuqdir.

YouTube va TikTok kabi videoga asoslangan platformalar ijtimoiy media foydalanuvchilari orasida katta hitga aylandi. Shu bilan birga, odamlar hali ham Instagramda ko‘p vaqt sarflashadi. Darhaqiqat, o‘tgan yili Instagramda o‘tkaziladigan vaqt biroz o‘sgan. Amerikalik kattalar kuniga 33,1 daqiqani platformada o‘tkazishadi. Bu o‘tgan yilga nisbatan 3

daqiqaga ko'p Instagram'dan foydalanishda 18 yoshdan 29 yoshgacha (59%) insonlar birinchi, 30-49 yoshlilar (33%) ikkinchi o'rinda faollik qiladi;

- Foydalanuvchilarning 60% i tarmoqdan har kuni foydalanishadi;

- Tarmoqda eng ko'p foydalanuvchiga ega davlatlar: AQSh - 121 million, Hindiston - 71 million, Braziliya - 64 million;

Umumiy qilib aytganda har bir foydaluvchi Instagramga kuniga o'rtacha hisobda 53 daqiqa sarflaydi.

O'zbekiston aholisining qariyb 70 foiz qismi internet foydalanuvchisi hisoblanadi. Aholining 18,3 foiz qismi ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi. Mamlakatda foydalanuvchilar tomonidan eng ko'p Instagram ijtimoiy tarmog'idan foydalaniladi. Hozirgi kunda ushbu tarmoqdan foydalanuvchilar soni 4,8 milliondan ortiq. Ularning 34,4 foiz qismi ayollar, asosiy qismi yoshlarni (18-35-yosh) tashkil etadi.

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlarga asosan nafaqat yoshlar balki kattalar ham barcha bo'sh vaqtlarini Instagram, Facebook, Telegram, Whatsapp kabi ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazayotganidan bu platformalarga bog'lanib qolayotganini ko'rishimiz mumkin.

Xulosa qilib aytganda, axborotni tashuvchi platformalar ko'paygani sari fake xabarlar, kiber hujumlar, axborot xavfsizligini ta'minlash qiyinlashib bormoqda. Xususan Instagram tarmog'ida ham har xil kiber hujum va trollik harakatlari ham ko'paymoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

<https://daryo.uz/2022/08/10/ozbekistonda-ijtimoiy-tarmoq-va-messenjerlardan-foydalanish-korsatkichlari-malum-boldi/>

<https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/?amp>

lex.uz/acts/-53543 <https://lex.uz/acts/-53543>

<https://fayllar.org/axborot-haqida-tushuncha.html>

<https://www.britannica.com/money/Instagram>