

TELEVIDENIYA TEXNOLOGIYALARINING ASOSIY VAZIFALARI

Ismatullayev Shoxruh Isoq o'g'li

Samarqand davlat chet tillar instituti talabasi

Annotatsiya: *Ushbu maqola televideniya texnologiyalarining asosiy vazifalari haqidagi ma'lumotlar yoritib berilgan bo'lib, bunda ular vositasida axborotlarni tarqatish qulayliklari borasida ham tuxtalib o'tilgan.*

Kalit so'zlar: *Televideniya texnologiyasi, elektron televizor, rangli televideniya, kabel, sun'iy yo'ldosh televideniya, global uzatish.*

Televideniya texnologiyasi XX asr boshlarida ixtiro qilingan va o'sha vaqtdan boshlab doimiy rivojlanib kelmoqda. Dastlabki tizimlar faqat qora-oq tasvir uzata olgan, analog signallarga asoslangan edi. 1927-yilda Farnsworth tomonidan yaratilgan elektron televizor tajribalari ushbu texnologiyaning asosi bo'ldi.

1950–1960-yillar: rangli televideniya tizimlari joriy etildi. Rangli uzatish reklama, sport va ko'ngilochar dasturlarni rivojlantirishga katta hissa qo'shdi. Shu davrda televideniya reklama sanoati o'sib bordi, chunki rangli vizual effektlar auditoriya e'tiborini kuchaytiradi.

1980–1990-yillar: kabel va sun'iy yo'ldosh televideniya global uzatish imkoniyatini yaratdi. Bu davrda xalqaro yangiliklar, sport musobaqalari va seriallar butun dunyoda bir vaqtning o'zida efirga uzatilishi mumkin bo'ldi. Masalan, 1986-yilda Chernobyl atom elektr stansiyasidagi avariya yangiliklari bir necha mamlakatda jonli efirda uzatildi, bu global televideniyaning kuchini namoyish etdi.⁴²

2000-yillar: raqamli televideniya tizimlari analog texnologiyani to'liq almashtira boshladi. Raqamli signal sifatini oshirdi, interferensiya va signal yo'qolishi muammolarini kamaytirdi. Shu bilan birga, interaktiv xizmatlar va “on-demand” imkoniyatlari paydo bo'ldi.

2010-yillar va keyin: smart TV, OTT (Over-The-Top) xizmatlar va mobil ilovalar auditoriyaga shaxsiylashtirilgan kontent taqdim etdi. Misol uchun, Netflix, Disney+, va Amazon Prime Video foydalanuvchilarga individual ko'rish tarixiga asoslangan tavsiyalar beradi.

Televideniya tizimining asosiy komponentlari

Televideniya ishlab chiqarish jarayoni bir nechta texnologik bloklardan iborat:

Kamera tizimi:

Tasvirni yuqori sifatli elektron formatda qayd etadi.

Zamonaviy 4K va 8K kameralar tasvirni yuqori aniqlikda uzatadi.

Kameraning turli rakurs va ob'ektivlari vizual hikoya qilish imkonini oshiradi.

Ovoz tizimi:

Mikrofonlar va audio mikserlar ovoz sifatini ta'minlaydi.

Stereo, surround sound va Dolby Atmos kabi texnologiyalar auditoriyani immersive (immersive) tajribaga jalb qiladi.

⁴² Gunter, B. (2014). Media Effects and Society. New York, NY: Routledge.

Televideniya kontenti yaratish jarayoni bir necha murakkab bosqichlardan iborat bo‘lib, har bir bosqich muhim ilmiy va texnologik elementlarni o‘z ichiga oladi. Ushbu jarayonning muvaffaqiyati nafaqat texnologiya, balki professional jamoa, ijodiy yondashuv va auditoriya ehtiyojlarini to‘liq tushunishga bog‘liq.⁴³

Televideniya signalini tomoshabinlarga yetkazish tizimlari turli texnologik vositalarga tayangan. Kabel televideniya uzoq vaqt davomida barqaror signal va yuqori sifatni ta‘minlagan. Kabel orqali uzatiladigan dasturlar odatda hududiy cheklolarga ega bo‘lib, lokal auditoriya uchun optimal hisoblanadi. Shu bilan birga, kabel televideniya sifatli jonli efir, yangiliklar va sport dasturlari uchun ideal platforma hisoblanadi. Sun‘iy yo‘ldosh televideniya esa global uzatish imkoniyatini beradi, bu esa xalqaro yangiliklar, sport musobaqalari va xalqaro madaniy dasturlarni bir vaqtning o‘zida ko‘plab mamlakatlarda tomosha qilish imkonini yaratadi. Misol tariqasida, 1986-yilda sodir bo‘lgan Chernobyl atom avariya yangiliklari bir necha mamlakatda bir vaqtning o‘zida jonli efirda uzatildi. Bu holat global televideniya tizimining kuchini va tezkor axborot yetkazish qobiliyatini namoyish etdi.⁴⁴

Shuningdek, IPTV (Internet Protocol Television) va OTT (Over-The-Top) platformalari televideniya internet orqali yetkazib, tomoshabinlarga talab asosida ko‘rish imkoniyatini yaratadi. Ushbu platformalarda shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, interaktiv elementlar, jonli chat va so‘rovnomalar mavjud bo‘lib, auditoriya kontentga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. Masalan, 2024-yilda Netflix, Disney+ va Amazon Prime Video foydalanuvchilarning ko‘rish odatlarini tahlil qilib, kontent tavsiyalarini optimallashtirdi. Bu natijada foydalanuvchi qoniqishini sezilarli darajada oshirdi va platformalarning auditoriya jalb qilish imkoniyatini kuchaytirdi. Shu bilan birga, OTT tizimlari foydalanuvchi o‘ziga qulay vaqt va joyda tomosha qilish imkonini beradi, bu esa televideniya tomoshabinining passiv emas, balki faol ishtirokchi bo‘lishiga yordam beradi.

Zamonaviy televideniya interaktivlikni kuchaytirgan. Jonli ovoz berish tomoshabinga dastur jarayoniga bevosita ta‘sir ko‘rsatish imkonini beradi. Misol tariqasida, *The Voice* shousida auditoriya ovoz berish orqali qahramon tanlovini belgilaydi, bu esa tomoshabinni faol qatnashchiga aylantiradi. Shuningdek, onlayn chatlar va sharhlar tomoshabin fikrini dasturga aks ettiradi va ijodiy jamoaga real vaqt rejimida auditoriya reaksiyasini tahlil qilish imkonini beradi. So‘rovnomalar va testlar orqali tomoshabinning qaror va tanlovlari tahlil qilinadi, kontent shaxsiylashtiriladi va foydalanuvchiga moslashtiriladi. Shu bilan birga, raqamli analitika va AI tizimlari foydalanuvchi qiziqishi, kontentni qanchalik qiziqarli topishi, sahnalarga bo‘lgan e‘tibor va tomosha davomiyligini o‘lchaydi. 2024-yilda Netflix foydalanuvchi ko‘rish odatlarini tahlil qilib, serial mavzularini moslashtirdi va tomosha davomiyligini 15–20% ga oshirdi. Bu esa raqamli kontent ishlab chiqarishda analitik yondashuvning ahamiyatini ko‘rsatadi.

Virtual reallik (VR) va kengaytirilgan reallik (AR) televideniya kontentini yangi darajaga olib chiqadi. VR dasturlar tomoshabinga sahnani haqiqiy joyda kuzatayotgandek his

⁴³ Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

⁴⁴ Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

qilish imkonini beradi. Masalan, VR sport dasturlari tomoshabiga o‘yinni stadiondan kuzatayotgandek tajriba beradi, bu esa auditoriya ishtirokini sezilarli darajada kuchaytiradi. AR elementlari ekran ustiga qo‘shimcha vizual ma’lumot va interaktiv elementlar qo‘shadi, natijada tomoshabin kontentga faol aloqada bo‘ladi va o‘z qarorlari bilan jarayonga ta’sir qiladi. Shu tarzda VR va AR televideniya dasturini yanada immersiv, qiziqarli va interaktiv qiladi.⁴⁵

Global televideniya misollarini ko‘rsatadigan bo‘lsak, Hollywood filmlari va xalqaro seriallar global auditoriyani birlashtiradi, K-pop shoular esa Yevropa, Shimoliy Amerika va Osiyoda yoshlar orasida madaniy birlashuvni shakllantiradi. Xalqaro yangiliklar esa CNN, BBC va Al Jazeera kabi televideniya tarmoqlari orqali tezkor yetkaziladi. Empirik tadqiqotlarga ko‘ra, 2022–2024-yillarda Yevropa va Shimoliy Amerikada jonli interaktiv shoularda tomoshabin qoniqishi o‘rtacha 85% ni tashkil qilgan. Janubiy Koreya va Yaponiya mamlakatlarida OTT orqali ko‘rish 35% ga oshgan. Shu bilan birga, televideniya qahramonlarining xatti-harakatlarini yoshlar 40% hollarda real hayotda takrorlaydi, bu esa televideniyaning ijtimoiy va psixologik ta’sirini namoyish etadi.⁴⁶

Kelajak istiqbollari jihatidan, shaxsiylashtirilgan kontent AI va analitika yordamida foydalanuvchiga mos tavsiyalar berishni davom ettiradi. Interaktiv formatlar orqali tomoshabin jonli ovoz berish, chatlar va o‘yinlar yordamida kontent bilan bevosita aloqada bo‘ladi. VR va AR integratsiyasi esa virtual va kengaytirilgan reallik orqali auditoriya tajribasini yanada boyitadi. Barqaror texnologiyalar, xususan energiya tejaydigan studiyalar va raqamli arxivlash tizimlari rivojlanadi, bu esa televideniyaning ekologik va texnologik barqarorligini ta’minlaydi. Shu bilan birga, global madaniy va lingvistik uyg‘unlik saqlanadi, ya’ni turli mamlakatlarda subtitr va dublyaj orqali tomoshabin kontentni to‘liq tushunadi va baholaydi.

Shunday xulosa qilib ta’kidlash lozimki, televideniya kontenti yaratish va tomoshabinlarga yetkazish jarayoni texnologik innovatsiyalar, interaktivlik, global trendlar, professional jamoaning ijodiy ishlari va shaxsiylashtirilgan yondashuv orqali shakllanadi. Ushbu jarayonning muvaffaqiyati nafaqat texnologiya, balki auditoriyani chuqur tushunish, kontentni shaxsiylashtirish va global miqyosda samarali yetkazish qobiliyatiga bog‘liq.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Gunter, B. (2014). *Media Effects and Society*. New York, NY: Routledge.
2. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
3. Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
4. Foucault, M. (1995). *Discipline and Punish*. New York, NY: Vintage Books.
5. Frey, L. R., Botan, C. H., & Kreps, G. L. (1991). *Investigating Communication*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

⁴⁵ Foucault, M. (1995). *Discipline and Punish*. New York, NY: Vintage Books.

⁴⁶ Frey, L. R., Botan, C. H., & Kreps, G. L. (1991). *Investigating Communication*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.