

e-ISSN 3060-5059

DOI: 10.67227



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNAL

Scientific and Innovative Research in
Social and Humanitarian Studies

Vol. 3 • Issue 10

2026



Founded in 2024



publishscience.uz



publish_science_journal@mail.ru



PEER REVIEWED • OPEN ACCESS

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI TIZIMIDAGI TRANSFORMATSIYA: FARG'ONA VODIYIDA TELEVIDENIYE, MATBUOT VA RADIO O'RTASIDAGI FUNKSIONAL RAQOBAT HAMDA VAKOLATLARNING QAYTA TAQSIMLANISHI

Karimova Dildora Sadriddinovna

IIV Namangan akademik litseyi, bosh o'qituvchi.

e-mail: karimovadildora975@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3810-3371>

Annotatsiya.

Mazkur maqolada ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya jarayoni Farg'ona vodiysi misolida tahlil qilinadi. Unda televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi funksional raqobat, an'anaviy media vositalarining raqamli muhit ta'sirida o'zgarishi hamda axborot tarqatish vakolatlarining qayta taqsimlanishi yoritiladi. Tadqiqotda televideniye vizual ta'sir kuchi, matbuotning tahliliy imkoniyatlari va radioning tezkor hamda qulay axborot vositasi sifatidagi o'rni qiyosiy tahlil qilinadi. Shuningdek, Farg'ona vodiysi axborot makonida an'anaviy media va raqamli platformalar o'rtasidagi munosabatlar, auditoriya e'tiborining o'zgarishi hamda media iste'moli madaniyatidagi yangi tendensiyalar ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: ommaviy axborot vositalari, media transformatsiyasi, televideniye, matbuot, radio, funksional raqobat, Farg'ona vodiysi, raqamli platformalar, axborot makoni, media konvergentsiyasi.

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ МЕЖДУ ТЕЛЕВИДЕНИЕМ, ПЕЧАТНОЙ ПРЕССОЙ И РАДИО В ФЕРГАНСКОЙ ДОЛИНЕ

Karimova Dildora Sadriddinovna

Наманганский академический лицей МВД Республики Узбекистан, главный преподаватель.

Аннотация.

В статье анализируется процесс трансформации системы средств массовой информации на примере Ферганской долины. Рассматриваются функциональная конкуренция между телевидением, печатной прессой и радио, изменения традиционных средств массовой информации под влиянием цифровой среды, а также перераспределение полномочий в сфере распространения информации. В исследовании проводится сравнительный анализ визуального воздействия телевидения, аналитических возможностей печатной прессы и роли радио как оперативного и доступного средства информирования. Кроме того, рассматриваются взаимоотношения традиционных СМИ и цифровых платформ в информационном пространстве Ферганской долины, изменения в распределении внимания аудитории и новые тенденции в культуре медиапотребления.

Ключевые слова: средства массовой информации, медиатрансформация, телевидение, печатная пресса, радио, функциональная конкуренция, Ферганская долина, цифровые платформы, информационное пространство, медиаконвергенция.

TRANSFORMATION OF THE MASS MEDIA SYSTEM: FUNCTIONAL COMPETITION AND REDISTRIBUTION OF ROLES AND RESPONSIBILITIES AMONG TELEVISION, PRINT MEDIA, AND RADIO IN THE FERGANA VALLEY

Karimova Dildora Sadriddinovna

Namangan Academic Lyceum of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Uzbekistan, Chief Teacher.

Abstract.

This article analyzes the transformation of the mass media system in the Fergana Valley. It examines functional competition among television, print media, and radio, changes in traditional media under the influence of the digital environment, and the redistribution of responsibilities in information dissemination. The study provides a comparative analysis of television's visual impact, the analytical capabilities of print media, and the role of radio as a rapid and accessible means of communication. Furthermore, it explores the relationships between traditional media and digital platforms within the information landscape of the Fergana Valley, shifts in audience attention, and emerging trends in media consumption culture.

Keywords: mass media, media transformation, television, print media, radio, functional competition, Fergana Valley, digital platforms, information landscape, media convergence.

Kirish. Ommaviy axborot vositalari jamiyatning axborot maydonini shakllantiruvchi asosiy institutlardan biri hisoblanadi. Uzoq yillar davomida televideniye, matbuot va radio bu maydonning yetakchi ishtirokchilari bo'lib kelgan. Har biri o'ziga xos imkoniyatlarga ega edi: televideniye ko'rish va eshitishni birlashtirib, keng auditoriyaga ta'sir o'tkazgan, matbuot chuqurroq tahlil va doimiy saqlanadigan axborotni taqdim etgan, radio esa tezkorlik va qulaylik bilan ajralib turgan. Ular o'rtasida muayyan mehnat taqsimoti mavjud bo'lgan va har biri jamiyatdagi axborot almashinuvida o'z vazifasini bajarib kelgan [1].

So'nggi o'n yilliklarda axborot makonida jiddiy o'zgarishlar yuz berdi. Internet, mobil aloqa, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalarning keng tarqalishi an'anaviy media vositalarining o'rnini qayta ko'rib chiqishni talab qilmoqda. Endilikda televideniye, matbuot va radio nafaqat o'zaro, balki raqamli axborot kanallari bilan ham raqobatga kirishmoqda. Ularning ayrim funksiyalari bir-biriga yaqinlashmoqda, ayrimlari esa yangi media vositalari tomonidan siqib chiqarilmoqda. Natijada axborot tarqatish vakolatlari, auditoriya e'tibori va kommunikativ ta'sir imkoniyatlari qayta taqsimlanmoqda [2].

Farg'ona vodiysi bu jarayonlarni o'rganish uchun o'ziga xos mintaqaviy muhit hisoblanadi. Farg'ona, Andijon va Namangan viloyatlaridan iborat ushbu hududda aholi zichligi, ijtimoiy faollik, mehnat migratsiyasi va mahalliy axborotga ehtiyoj yuqori. Uzoq yillar davomida televideniye va radio mintaqa aholisi uchun asosiy axborot manbalaridan biri bo'lib kelgan. Bosma nashrlar esa rasmiy xabarlar, tahliliy materiallar va mahalliy ijtimoiy hayotni yoritishda muhim o'rin tutgan. Shu sababli Farg'ona vodiysi misolida an'anaviy media vositalarining hozirgi transformatsiyasini kuzatish dolzarb ahamiyatga ega.

Mavjud tadqiqotlarda ko'pincha alohida media vositalarining rivojlanishi yoki umumiy axborot siyosati masalalari yoritiladi. Televideniye, matbuot va radioning o'zaro funksional raqobati, ularning vakolatlari qayta taqsimlanishi va bu jarayonning mintaqaviy xususiyatlari esa yetarli darajada tizimli o'rganilmagan. Ayniqsa, tarixiy tajriba bilan hozirgi raqamli o'zgarishlarni birgalikda tahlil qiluvchi yondashuvlar kam uchraydi. Shu bois mazkur maqolada ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya Farg'ona vodiysi misolida tahlil qilinadi. Maqsad — televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi funksional raqobat hamda axborot tarqatish vakolatlarining qayta taqsimlanish jarayonini ochib berishdan iborat.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqot nazariy-tahliliy yondashuv asosida olib borildi. Asosiy e'tibor ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya jarayonini, xususan, televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi funksional raqobat hamda vakolatlarning qayta taqsimlanishini Farg'ona vodiysi misolida o'rganishga qaratildi. Tadqiqotda empirik so'rovnoma yoki dala tadqiqoti o'tkazilmadi. Asosiy manba sifatida media nazariyasi bo'yicha ilmiy adabiyotlar, ommaviy kommunikatsiya sohasidagi yondashuvlar va mintaqaviy axborot makonining rivojlanishiga oid umumiy tahlillardan foydalanildi.

Tadqiqotning uslubiy asosi sifatida funksional tahlil usuli tanlandi. Bu usul har bir ommaviy axborot vositasining jamiyatdagi o'rnini, imkoniyatlari va vazifalarini alohida ko'rib chiqishga imkon beradi. Televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi farqlar hamda o'xshashliklar aynan shu yondashuv asosida tahlil qilindi. Raqamli muhit ta'sirida mazkur funksiyalarning qanday o'zgarayotgani alohida e'tiborda tutildi.

Shuningdek, maqolada tarixiy-qiyyosiy yondashuvdan foydalanildi. An'anaviy media tizimining oldingi holati bilan hozirgi o'zgarishlar solishtirildi. Bu usul televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi funksional munosabatlarning qanday o'zgarганиni aniqlashga yordam beradi. Farg'ona vodiysi esa konkret mintaqaviy misol sifatida tanlandi. Hududda radio va televideniye tizimining uzoq tarixiy ildizlari mavjudligi tahlilni yanada aniqlashtirish imkonini beradi.

Tahlil jarayonida quyidagi yo'nalishlarga e'tibor qaratildi:

- televideniye, matbuot va radioning an'anaviy funksiyalari;
- raqamli muhit ta'sirida bu funksiyalarning o'zgarishi;
- vositalar o'rtasidagi raqobatning namoyon bo'lish shakllari;
- vakolatlar va auditoriya e'tiborining qayta taqsimlanishi;
- Farg'ona vodiysi sharoitidagi mintaqaviy xususiyatlar.

Mazkur yondashuv asosida ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya jarayoni tizimli ravishda ko'rib chiqildi.

NATIJALAR

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi an'anaviy mehnat taqsimotini sezilarli darajada o'zgartirgan. Avval har bir vosita o'ziga xos vazifani bajargan bo'lsa, hozirgi raqamli muhitda bu vazifalar bir-biriga yaqinlashmoqda. Shu bilan birga, ayrim funksiyalar internet va ijtimoiy tarmoqlar zimmasiga o'tmoqda.

Televideniye hali ham keng auditoriyaga ta'sir o'tkazuvchi vosita sifatida saqlanib qolmoqda. U tasvir va ovozni birlashtirgani sababli ijtimoiy, madaniy va siyosiy axborotni ta'sirchan shaklda yetkazish imkoniga ega. Farg'ona vodiysi kabi aholisi zich va ijtimoiy jihatdan faol hududlarda televideniye rasmiy xabarlar, madaniy tadbirlar, ijtimoiy mavzular va ommaviy ko'rsatuvlarni yoritishda muhim rol o'ynaydi. Biroq uning tezkor axborot tarqatishdagi ustunligi kamaymoqda. Chunki yangiliklar bugun ko'pincha avval ijtimoiy tarmoqlar, Telegram-kanallar yoki onlayn nashrlar orqali tarqaladi.

Matbuot eng ko'p bosim ostida qolgan media turi sifatida namoyon bo'lmoqda. An'anaviy bosma nashrlarning asosiy afzalligi chuqur tahlil, doimiy saqlanish va rasmiylik edi. Raqamli muhitda esa bu afzalliklar avvalgi darajada kuchli ta'sir ko'rsatmayapti. Axborot tezkorligi birinchi o'ringa chiqqan sharoitda bosma matbuot o'zining avvalgi mavqeyini saqlab qolishda qiyinchilikka duch kelmoqda. Shu bilan birga, matbuot butunlay yo'qolib ketayotgani yo'q. U tahliliy maqolalar, huquqiy izohlar, tarixiy-madaniy materiallar, ta'lim muassasalari nashrlari va rasmiy axborot byulletenlari orqali o'z funksiyasini davom ettirmoqda.

Radio esa moslashuvchanligi bilan ajralib turadi. U vizual e'tiborni talab qilmagani uchun avtomobilda, ish jarayonida yoki kundalik harakat paytida tinglanishi mumkin. Farg'ona vodiysi sharoitida bu holat muhim ahamiyatga ega. Chunki hududda aholining mehnat faoliyati, qatnov jarayonlari va mahalliy yangiliklarga bo'lgan ehtiyoj radioning mavjud imkoniyatlarini saqlab qolmoqda. Shu bilan birga, radio ham avvalgi shaklda qolmayapti: unda musiqa, qisqa xabarlar, interaktiv suhbatlar va mahalliy mavzularga qaratilgan dasturlar ustunlik qila boshlagan.

Farg'ona vodiysi misolida an'anaviy va raqamli media o'rtasidagi farq avlodlar kesimida ham ko'rinadi. Katta yoshdagi auditoriya uchun televideniye va radio hali ham ishonchli va tanish axborot manbasi bo'lib qolmoqda. Yoshlar esa axborotni ko'proq mobil qurilmalar, ijtimoiy tarmoqlar, qisqa video formatlari va onlayn platformalar orqali qabul qilmoqda. Natijada bir hudud ichida ikki xil media iste'mol madaniyati shakllanmoqda: an'anaviy media odatlari va raqamli axborot iste'moli.

Umuman, televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi funksional raqobat kuchaygan. Tezkor axborot berish funksiyasi tobora internetga o'tmoqda; ommaviy vizual ta'sir televideniye saqlanmoqda; harakat paytida axborot olish va mahalliy eshittirishlar radio uchun muhim imkoniyat bo'lib qolmoqda; chuqur tahlil esa matbuot va elektron tahliliy nashrlar zimmasida qolmoqda. Bu jarayon Farg'ona vodiysi axborot makonida ham sezilarli tarzda namoyon bo'lmoqda.

MUHOKAMA

Olingan natijalar Farg'ona vodiysida ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya oddiy texnologik yangilanish emasligini ko'rsatadi. Bu jarayon media institutlari o'rtasidagi funksional chegaralarning qayta belgilanishi bilan bog'liq. Avval televideniye, matbuot va radio nisbatan aniq vazifalar asosida faoliyat yuritgan bo'lsa, hozirgi raqamli muhitda ularning funksiyalari bir-biriga yaqinlashmoqda. Bu holat ommaviy kommunikatsiya nazariyasida "media konvergentsiyasi" tushunchasi bilan izohlanadi. H. Jenkins ta'kidlaganidek, konvergentsiya faqat texnik qurilmalarning birlashuvi emas, balki auditoriya, kontent va kommunikatsiya amaliyotlarining o'zgarishidir [3].

Farg'ona vodiysi misolida bu jarayonning o'ziga xos tomoni shundaki, hududda an'anaviy media vositalariga nisbatan ishonch va odat omili hali ham saqlanib qolgan. Ayniqsa, katta yoshdagi auditoriya uchun televideniye va radio axborot olishning tanish hamda qulay manbasi bo'lib qolmoqda. Biroq yosh avlodning axborot iste'moli tobora ko'proq mobil telefon, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalar orqali shakllanmoqda. Natijada bir hudud ichida ikki xil media madaniyati yuzaga kelmoqda: bir tomonda an'anaviy media odatlari, ikkinchi tomonda esa raqamli iste'mol madaniyati mavjud.

Televideniye asosiy ustunligi uning vizual ta'sir kuchida saqlanib qolmoqda. Farg'ona vodiysi kabi aholisi zich va ijtimoiy jihatdan faol hududlarda televideniye ommaviy tadbirlar, rasmiy xabarlar, madaniy ko'rsatuvlar va ijtimoiy mavzularni yoritishda muhim vosita bo'lib qoladi. Ammo tezkorlik borasida u internet bilan raqobatlashishda qiyinchilikka duch kelmoqda. Raqamli platformalar axborotni real vaqt rejimida tarqatadi, auditoriya esa yangilikni kutib o'tirmaydi. Shu sababli televideniye o'zining asosiy funksiyasini tezkor axborotdan ko'ra sharhlovchi, umumlantiruvchi va ta'sirchan vizual kontent yaratuvchi vosita sifatida qayta belgilanmoqda.

Matbuotning holati yanada murakkabroq. Bosma nashrlar tarixan chuqur tahlil, rasmiylik, saqlanish va hujjatli xotira vazifasini bajargan. Ammo raqamli muhitda bu vazifalarning bir qismi elektron nashrlar, bloglar va ijtimoiy tarmoqlarga o'tmoqda. Shunga qaramay, matbuot butunlay yo'qolib ketmaydi. Aksincha, u tezkor xabar berishdan ko'ra tahliliy, tarixiy, huquqiy, madaniy va ilmiy mavzularni yoritishga ixtisoslashgan shaklda saqlanib qolishi mumkin. R. Fidler media evolyutsiyasini izohlar ekan, yangi media paydo bo'lishi eski vositalarni darhol yo'q qilmasligini, balki ularni moslashishga majbur etishini ta'kidlaydi [4]. Demak, matbuotning kelajagi uning o'z funksiyasini qay darajada yangilay olishiga bog'liq.

Radio esa an'anaviy vositalar ichida moslashuvchanligi bilan ajralib turadi. U vizual e'tiborni talab qilmaydi, shuning uchun transportda, ish jarayonida yoki kundalik harakat paytida tinglanishi mumkin. Farg'ona vodiysida aholining harakatchanligi, mehnat migratsiyasi, shahar va qishloq o'rtasidagi ijtimoiy aloqalar radio uchun muayyan imkoniyat yaratadi. Biroq radio ham avvalgi shaklda qolmayapti. U musiqa, qisqa yangiliklar, interaktiv muloqot va mahalliy axborotga tayangan holda o'z auditoriyasini ushlab turishga intilmoqda.

Muhim jihat shundaki, televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi raqobat endi faqat o'zaro raqobat emas. Ularning barchasi raqamli platformalar bilan umumiy auditoriya uchun kurashmoqda. Bu jarayonda axborot vakolatlari qayta taqsimlanmoqda: tezkorlik internetga, ommaviy vizual ta'sir televideniye, qulay eshittirish radio orqali muloqotga, chuqur tahlil esa matbuot va elektron tahliliy nashrlarga tegishli bo'lib bormoqda. D. McQuail ommaviy axborot vositalarining jamiyatdagi asosiy vazifalari sifatida axborot berish, izohlash, ijtimoiy bog'liqlikni ta'minlash va madaniy uzviylikni saqlashni ko'rsatadi [1]. Hozirgi transformatsiya aynan shu vazifalarning turli vositalar o'rtasida qayta bo'linayotganini ko'rsatadi.

Farg'ona vodiysi axborot makonida media transformatsiya ikki tomonlama natija bermoqda. Bir tomondan, auditoriya uchun axborot manbalari ko'paymoqda, tanlov imkoniyati kengaymoqda va axborot olish tezlashmoqda. Ikkinchi tomondan, auditoriya e'tibori parchalanyapti, an'anaviy media vositalarining mavqeyi o'zgarib bormoqda va axborot sifati masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda tekshirilmagan xabarlarining tez tarqalishi sharoitida televideniye, radio va matbuotning ishonchli axborot manbai sifatidagi roli butunlay yo'qolmaydi, aksincha,

yangi mazmun kasb etadi.

Demak, Farg'ona vodiysida media tizimining kelgusi rivoji an'anaviy vositalarning raqamli muhitga qanchalik moslasha olishiga bog'liq. Televideniye, matbuot va radio o'zining tarixiy funksiyalarini saqlagan holda, yangi kommunikatsion sharoitlarga moslashsa, ular mintaqaviy axborot makonida muhim o'rinni egallashda davom etadi. Aks holda, ularning ayrim funksiyalari internet platformalari tomonidan to'liq egallab olinishi mumkin.

XULOSA

Olib borilgan tahlillar asosida shuni qayd etish mumkinki, ommaviy axborot vositalari tizimidagi transformatsiya televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi an'anaviy funksional munosabatlarni sezilarli darajada o'zgartirmoqda. Avval bu vositalar nisbatan barqaror mehnat taqsimoti asosida faoliyat yuritgan bo'lsa, hozirgi raqamli axborot muhitida ularning vazifalari qayta belgilanmoqda. Tezkor axborot tarqatish, auditoriya e'tiborini jalb qilish, ijtimoiy ta'sir ko'rsatish va tahliliy ma'lumot berish funksiyalari endilikda bir vosita doirasida emas, balki turli media kanallar o'rtasida qayta taqsimlanmoqda.

Tadqiqot natijalari televideniye Farg'ona vodiysi axborot makonida hali ham keng auditoriyaga ta'sir o'tkazuvchi muhim vosita ekanini ko'rsatadi. Biroq uning tezkor axborot berishdagi ustunligi internet platformalari ta'sirida kamaymoqda. Matbuot esa eng katta bosim ostida qolgan media turi sifatida namoyon bo'lmoqda. Uning asosiy imkoniyati tezkorlikda emas, balki chuqur tahlil, izoh va hujjatli xotira vazifasida ko'rinadi. Radio esa o'zining qulayligi, harakat paytida tinglanishi va mahalliy axborotga moslashuvchanligi sababli nisbatan barqaror mavqeni saqlab qolmoqda.

Farg'ona vodiysi misolida media transformatsiyaning mintaqaviy xususiyatlari ham yaqqol ko'zga tashlanadi. Hududda an'anaviy axborot vositalariga bo'lgan ishonch va odat omili saqlangan bo'lsa-da, yosh avlodning axborot iste'moli tobora raqamli platformalar tomon siljimoqda. Natijada mintaqaviy axborot makonida ikki yo'nalishli jarayon yuzaga kelmoqda: bir tomondan, televideniye, matbuot va radio tarixiy tajriba hamda ishonch manbai sifatida ahamiyatini saqlamoqda; ikkinchi tomondan, internet va mobil platformalar axborot olishning asosiy kanallaridan biriga aylanmoqda.

Umuman olganda, televideniye, matbuot va radio o'rtasidagi funksional raqobat ularning yo'qolishini emas, balki moslashuv zaruratini ko'rsatadi. Har bir vosita o'zining kuchli tomonlarini qayta anglab, raqamli muhit bilan uyg'unlashgan holda faoliyat yuritisa, Farg'ona vodiysi axborot makonida muhim o'rinni saqlab qolishi mumkin. Shu sababli an'anaviy ommaviy axborot vositalarining kelgusi taraqqiyoti ularning texnologik yangilanishi, auditoriya ehtiyojlariga moslashuvi va ishonchli axborot manbai sifatidagi mavqeyini mustahkamlashiga bevosita bog'liq.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. – 6th ed. – London: SAGE Publications, 2010. – 632 p. URL: https://search.worldcat.org/title/465369629
2. Castells M. *Communication Power*. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 571 p. URL: https://find.library.upenn.edu/catalog/9945887823503681
3. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – New York: New York University Press, 2006. URL: https://nyupress.org/9780814743072/convergence-culture/
4. Fidler R. F. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. – Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997. – 302 p. URL: https://books.google.com/books?id=pZ45DQAAQBAJ
5. Pavlik J. V. *Journalism and New Media*. – New York: Columbia University Press, 2001. – 272 p. URL: https://cup.columbia.edu/book/journalism-and-new-media/9780231114837/
6. Briggs A., Burke P. *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. – 3rd ed. – Cambridge: Polity Press, 2009. URL: https://search.worldcat.org/title/427611115
7. Deuze M. *Media Work*. – Cambridge: Polity Press, 2007. – 278 p. URL: https://books.google.com/books?id=VefgdIv7LPcC
8. Couldry N. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. – Cambridge: Polity Press, 2012. URL: https://www.wiley-vch.de/en/areas-interest/humanities-social-sciences/media-society-world-978-0-7456-3921-5
9. Lievrouw L. A., Livingstone S. (eds.). *Handbook of New Media*. – London: SAGE Publications, 2006. – 496 p. URL: https://www.sagepub.com/shop/buy-a-book/handbook-of-new-media-1-228372
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi PQ-4366-son «Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qarori // O'zbekiston Respublikasi qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. URL: https://lex.uz/docs/-4390513