



ZAMONAVIY MEDIADIZAYN PLAKATLARIDA QR- KODLARDAN FOYDALANISHNING ROLI VA SAMARADORLIGI

Alimova Dilnoza Ramazon qizi¹, O'tkirov Elfot O'tkir o'g'li²

¹*O'zbekiston jurnalistikasi va ommaviy kommunikatsiyalar universitetining
magistranti lyxii.moods@gmail.com*

²*diredplay@gmail.com*

Annotatsiya: Mazkur tezislarda zamonaviy mediadizayn plakatlarida QR-kodlardan foydalanishning roli va samaradorligi vizual kommunikatsiyalarni raqamlashtirish sharoitida tahlil qilinadi. Tadqiqotda plakatning an'anaviy bosma axborot tashuvchisidan jismoniy va raqamli makonlarni birlashtiruvchi gibridd media vositasiga aylanish jarayoni yoritiladi. QR-kodlarning mediavositachi sifatidagi funksiyalari, ularning vizual-kompozitsion integratsiyasi, foydalanuvchi tajribasi hamda auditoriya jalb etilishiga ta'sir etuvchi omillar ko'rib chiqiladi. QR-kodlardan foydalanish samaradorligi ularning mavjudligi bilan emas, balki konseptual, vizual va funksional jihatdan puxta loyihalaniishi bilan belgilanadi. Tadqiqot natijalari mediadizayn amaliyotida qo'llanishi mumkin.

Kalit so'zlar: mediadizayn, plakat, QR-kod, vizual kommunikatsiya, foydalanuvchi tajribasi

Аннотация: В тезисах рассматривается роль и эффективность использования QR-кодов в плакатах современного медиадизайна в условиях цифровизации визуальных коммуникаций. Анализируется трансформация плаката из традиционного печатного носителя в элемент гибридной медиасреды, объединяющей физическое и цифровое пространства. Особое внимание уделяется функциям QR-кодов как медиопосредников, особенностям их визуально-композиционной интеграции, пользовательскому опыту и факторам, влияющим на вовлечённость аудитории. Обосновывается, что результативность применения QR-кодов определяется качеством концептуального, визуального и функционального проектирования, а не фактом их использования. Полученные выводы могут быть использованы в практике медиадизайна и при разработке интерактивных визуальных коммуникаций.

Ключевые слова: медиадизайн, плакат, QR-код, визуальная коммуникация, пользовательский опыт

Abstract: The paper examines the role and effectiveness of QR codes in contemporary media design posters within the context of the digitalization of visual communication. The study explores the transformation of the poster from a traditional print medium into an element of a hybrid media environment integrating physical and digital spaces. Particular attention is given to QR codes as media intermediaries, their visual and compositional integration, user experience, and factors influencing audience engagement. The research argues that the effectiveness of QR codes depends not on their mere presence, but on the quality of conceptual,





visual, and functional design. The findings can be applied in media design practice and in the development of interactive visual communication.

Keywords: media design, poster, QR code, visual communication, user experience.

Kirish

Zamonaviy mediadizayn vizual kommunikatsiyalar sohasida raqamli texnologiyalarning jadallik bilan rivojlanishi sharoitida shakllanib bormoqda. Ushbu jarayon an'anaviy bosma axborot tashuvchilarining, xususan plakatning kommunikativ vazifalarini qayta talqin qilishni taqozo etmoqda. Bugungi kunda plakat o'zining tarixiy, madaniy va estetik ahamiyatini saqlab qolgan holda, tobora ko'proq jismoniy va raqamli makonlar o'rtasida vositachilik qiluvchi gibril media muhitining muhim elementi sifatida namoyon bo'lmoqda. Aynan shu kontekstda QR-kodlar statik vizual axborotni interaktiv kommunikatsiya modeliga aylantiruvchi texnologik va vizual instrument sifatida dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

QR-kodlar plakat dizaynida mediavosita vazifasini bajarib, foydalanuvchiga raqamli kontent bilan mustaqil va ongli ravishda o'zaro aloqaga kirishish imkonini yaratadi. Mobil qurilmalar yordamida tezkor skanerlash imkoniyati orqali QR-kodlar kengaytirilgan axborot manbalari, multimediya materiallari, interaktiv platformalar hamda turli onlayn xizmatlarga bevosita kirishni ta'minlaydi. Natijada plakatning axborot sig'imi sezilarli darajada oshadi, biroq u ortiqcha matnli yoki grafik elementlar bilan vizual jihatdan yuklanmaydi. Bu holat zamonaviy vizual madaniyatga xos minimalizm va funksionallik tamoyillariga to'liq mos keladi.

QR-kodlarning plakat tuzilmasiga integratsiyalashuvi tomoshabinning vizual idrok jarayonini sifat jihatdan o'zgartiradi. Agar an'anaviy plakat asosan passiv qabul qilishga yo'naltirilgan bo'lsa, QR-kodlardan foydalanish auditoriyani faollashtiradi va uni kommunikatsiya jarayonining bevosita ishtirokchisiga aylantiradi. Skanerlash amali foydalanuvchi tajribasining ajralmas qismi sifatida namoyon bo'lib, raqamli kontent bilan shaxsiylashtirilgan va kontekstual o'zaro aloqani shakllantiradi.

Plakatlarda QR-kodlardan foydalanish samaradorligi qat'iy universal xarakterga ega bo'lmay, aniq kommunikatsion kontekstga bog'liq holda namoyon bo'ladi. Ushbu samaradorlik bir qator omillar bilan belgilanadi, jumladan: uzatilayotgan kommunikatsion xabar turi, mediakommunikatsiyaning maqsad va vazifalari, maqsadli auditoriyaning raqamli savodxonlik darajasi va jalb etilish ko'rsatkichi, shuningdek targ'ib qilinayotgan mahsulot, xizmat yoki madaniy tadbirning o'ziga xos xususiyatlari. Ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, QR-kodlar bilan bog'langan raqamli kontent foydalanuvchi uchun aniq amaliy yoki emotsional qiymatga ega bo'lgan holatlarda ularning kommunikativ samaradorligi sezilarli darajada ortadi.

QR-kodlarni plakat dizayniga muvaffaqiyatli tatbiq etishda ularning vizual-kompozitsion integratsiyasi muhim ahamiyat kasb etadi. QR-kodning o'lchami, joylashuvi, ranglar uyg'unligi va atrofidagi vizual elementlar bilan o'zaro





munosabati uning texnik jihatdan o'qilishi va idrok qilinishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu bilan birga, QR-kod umumiy kompozitsion muvozanatni buzmasligi va plakatning estetik yaxlitligini saqlab qolishi lozim. QR-kodning asossiz kattalashtirilishi yoki noo'rin joylashtirilishi dizaynning vizual ierarxiyasini buzib, kommunikativ xabarning samaradorligini pasaytirishi mumkin.

QR-kodlardan foydalanishning yana bir muhim afzalligi auditoriya bilan o'zaro aloqalarni tahlil qilish imkoniyatidir. Skanerlash chastotasi, vaqti, joylashuvi va texnik sharoitlariga oid ma'lumotlar foydalanuvchilarning qiziqish darajasini, kommunikatsion strategiyaning muvaffaqiyatini hamda vizual yechimlarning samaradorligini baholash imkonini beradi. Ushbu analitik ma'lumotlar asosida mediadizaynerlar va marketing mutaxassisleri vizual hamda mazmuniy yechimlarni optimallashtirib, kommunikatsion kampaniyalarning natijadorligini oshirishlari mumkin.

QR-kodlardan foydalanilgan plakatlarning muvaffaqiyatida foydalanuvchi tajribasi hal qiluvchi ahamiyatga ega. Skanerlash jarayonining soddaligi, tezkorligi, aniq va tushunarli harakatga chaqiruv elementlarining mavjudligi, shuningdek plakatdagi vizual xabar bilan raqamli kontent o'rtasidagi mantiqiy bog'liqlik foydalanuvchida ijobiy taassurot shakllanishiga xizmat qiladi. Aksincha, texnik nosozliklar, eskirgan yoki noto'g'ri havolalar, shuningdek yetarli darajada izohlanmagan QR-kodlar auditoriya ishonchini pasaytiradi va kommunikatsion jarayonning uzilishiga olib keladi.

Shu bilan birga, QR-kodlardan plakat mediadizaynida foydalanish ayrim cheklov va muammolar bilan ham bog'liqdir. Ular orasida auditoriyaning raqamli savodxonlik darajasidagi tafovutlar, ayrim ijtimoiy guruhlar uchun mobil qurilmalarga cheklangan kirish imkoniyati, shuningdek QR-kod texnologiyasidan haddan tashqari va asossiz foydalanish natijasida yuzaga keladigan "QR-charchoq" fenomenini ko'rsatish mumkin. Bunday sharoitlarda QR-kodlar o'zining kommunikativ funksiyasini yo'qotib, dizaynning formal va ikkilamchi elementi sifatida qabul qilinadi.

Alohida e'tibor QR-kodlar orqali taqdim etilayotgan raqamli kontentning xavfsizligi va foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish masalalariga qaratilishi lozim. QR-kodning ichki mazmuni foydalanuvchi uchun oldindan ko'rinmas bo'lgani sababli, ishonchsiz yoki zararli raqamli resurslarga yo'naltirish xavfi mavjud. Bu holat QR-kommunikatsiyalarni loyihalashda shaffoflik, ishonchlilik, raqamli mas'uliyat va etik tamoyillarga asoslangan yondashuvni talab qiladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, QR-kodlar zamonaviy mediadizayn tizimida plakatning kommunikativ imkoniyatlarini kengaytiruvchi muhim va barqaror vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Ularning samaradorligi faqat texnologiyadan foydalanish faktiga emas, balki konseptual asoslanganlik, vizual uyg'unlik va foydalanuvchi tajribasini hisobga olgan holda amalga oshirilgan integratsiya sifatiga bog'liqdir. QR-kodlarga asoslangan dizayn yechimlarining kelgusi rivoji mobil





texnologiyalarning takomillashuvi hamda auditoriyaning interaktivlik, xavfsizlik va mazmuniylikka bo'lgan talablarining ortishi bilan uzviy bog'liqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kuyucu, M. (2019). Advantages and disadvantages of QR codes as a marketing tool. ResearchGate.
2. Nguyen, D. (2024). Convenience efficiency: The media genealogy of QR codes. *New Media & Society*, 26(10), 5742–5762. <https://doi.org/10.1177/14614448221141086>
3. Trivedi, R., Teichert, T., & Hardeck, D. (2020). Effectiveness of pull-based print advertising with QR codes: The role of consumer involvement and advertising appeal. *European Journal of Marketing*, 54(1), 145–167. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2018-0383>
4. Manovich, L. (2017). *The language of new media*. MIT Press.
5. Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' history of graphic design* (6th ed.). Wiley.
6. Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
7. Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised ed.). Basic Books.
8. Jensen, K. B. (2019). *The media and communication research methods*. Routledge.

