

RAQAMLI JURNALISTIKA: AN'ANAVIY OAVDAN RAQAMLI PLATFORMALARGA O'TISH

Hasanova Zarina Sodiqovna
Shahrisabz davlat pedagogika instituti
qoshidagi Akademik litsey talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli jurnalistikaning shakllanishi, rivojlanish bosqichlari va an'anaviy ommaviy axborot vositalaridan raqamli platformalarga o'tish jarayoni tahlil qilinadi. Axborot texnologiyalarining keskin rivojlanishi, internetning keng tarqalishi va mobil qurilmalarning ommalashuvi jurnalistikani tubdan o'zgartirdi. Endilikda xabarlar real vaqt rejimida tarqatiladi, o'quvchi esa faqat axborot iste'molchisi emas, balki uning faol ishtirokchisiga aylanmoqda. Maqolada raqamli jurnalistikaning afzalliklari va muammolari, an'anaviy OAV bilan o'zaro raqobati, yangi jurnalistik formatlar, shuningdek, zamonaviy axborot maydonida jurnalist kasbining o'zgarib borayotgan roli yoritiladi.

Kalit so'zlar: Raqamli jurnalistika, an'anaviy OAV, media transformatsiya, internet, axborot texnologiyalari, ijtimoiy tarmoqlar, media iste'molchiligi, interaktivlik.

XXI asrning ikkinchi yarmida global axborot maydonida tub o'zgarishlar ro'y bermoqda. Raqamli texnologiyalar hayotimizning deyarli barcha sohalarini egallab bo'ldi va bu jarayon, ayniqsa, jurnalistika sohasi uchun chuqur va ta'sirchan oqibatlariga olib keldi. An'anaviy ommaviy axborot vositalari – bosma matbuot, radio va televizion yangiliklar — ko'p asrlar davomida jamiyatning asosiy axborot manbasi sifatida xizmat qilgan bo'lsa-da, hozirgi davrda ularning pozitsiyasi raqamli platformalar ta'sirida sezilarli darajada o'zgarib bormoqda. Endilikda auditoriya axborotni nafaqat iste'mol qiladi, balki uni shakllantiradi, baholaydi va tezkor izohlab boradi. Bu esa jurnalistika tabiatini tubdan o'zgartirmoqda.

Raqamli jurnalistika — bu nafaqat texnologiyalarga asoslangan yangi formatdagi axborot tarqatish tizimi, balki butunlay yangi fikrlash, yangicha axloqiy me'yorlar va auditoriya bilan o'zaro interaktiv muloqot madaniyatidir. Yangi jurnalistik formatlarda matnli, audio va video kontentlar birlashtirilgan, multimedia elementlariga boy, real vaqt rejimida ishlovchi va tezkorlikni asosiy mezon sifatida ko'zda tutuvchi xabarlar ustuvorlikka ega. Shu bilan birga, jurnalistikaning asosiy prinsiplari – xolislik, aniqlik, tekshirilgan axborot va jamoatchilik manfaatiga xizmat qilish — raqamli muhitda yangi sinovlardan o'tmoqda.

Axborot olishning asosiy vositasi sifatida internet va mobil qurilmalarning hayotimizga kirib kelishi, ijtimoiy tarmoqlarning kengayishi jurnalistikaning auditoriyaga yetib borish

usullarini o'zgartirib yubordi. Endi axborot iste'molchisi yangiliklarni gazeta yoki telegraf orqali emas, balki o'zining smartfoni orqali ijtimoiy tarmoqlardan yoki onlayn yangiliklar portallaridan real vaqt rejimida kuzatadi. Bu holat esa jurnalistlarga yangiliklarni tayyorlash, tahrirlash va taqdim etish jarayonida tezlik, moslashuvchanlik va kreativlikni talab qiladi. Shu bilan birga, soxta yangiliklar, dezinformatsiya va feyk kontentning ko'payishi raqamli jurnalistikaning dolzarb muammolaridan biri bo'lib qolmoqda.

Raqamli jurnalistikaga o'tish jarayoni dunyoning barcha mintaqalarida bir xilda bo'lmagan. Rivojlangan davlatlarda bu jarayon internet infrastrukturasi rivojlanganligi, aholining texnologik savodxonligi va OAV tizimining ochiqqligi sababli ancha tez amalga oshdi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda esa texnik, moliyaviy va siyosiy to'siqlar bu jarayonni sekinlashtirdi. Shunga qaramasdan, global media maydoni tobora raqamli formatga o'tmoqda va bu o'zgarish jarayonidan chetda qolish deyarli mumkin emas.

Raqamli jurnalistika jurnalist kasbining mohiyatini ham o'zgartirdi. An'anaviy jurnalist informatsiyani to'plovchi, uni tahrir qiluvchi va ommaga yetkazuvchi bo'lgan bo'lsa, hozirgi raqamli jurnalist esa ko'p funksiyali mutaxassisga aylangan. U nafaqat kontent yaratuvchisi, balki vizual material ishlab chiqaruvchi, auditoriya bilan muloqot qiluvchi, platformani boshqaruvchi, hatto ba'zida axborotni targ'ib qiluvchi rolini ham bajaradi. Bu esa jurnalistik ta'lim tizimiga ham yangicha yondashuvni talab qiladi — zamonaviy jurnalist nafaqat matn yozishni, balki multimedia vositalaridan foydalana olish, SEO optimizatsiya, tahliliy fikrlash, ijtimoiy tarmoqlarda ishlash ko'nikmalariga ham ega bo'lishi zarur.

Jurnalistikaning raqamli shakli, shubhasiz, bir qator afzalliklarni taqdim etadi. Bu — tezlik, interaktivlik, vizual boylik, global auditoriyaga yetib borish imkoniyati, arxivlashtirish qulayligi, hamda kontentni yangilab turish imkoniyatidir. Shu bilan birga, bu shakl jurnalistlarni doimiy ravishda texnologik yangiliklarga moslashishga, auditoriya bilan ikki tomonlama muloqotda bo'lishga, virtual maydonlardagi tendensiyalarni kuzatishga majbur qiladi. Shuningdek, raqamli jurnalistika bosma ommaviy axborot vositalarining iqtisodiy modelini ham o'zgartirdi: reklama daromadlari internetga o'tdi, pullik kontent, obuna va reklama asosida daromad olish mexanizmlari qayta ko'rib chiqildi.

Raqamli jurnalistikaga o'tish jarayoni bugungi media makonining eng muhim bosqichlaridan biri hisoblanadi. Bu o'zgarish nafaqat texnologik jarayon, balki mazmun, forma, axborot tarqatish mexanizmi va jurnalistikaning jamiyatdagi o'rini qayta ko'rib chiqishga olib kelmoqda. Avvallari axborot oqimi biryozlama bo'lgan — jurnalist tayyorlagan material ommaga yetkazilgan va tomoshabin faqat iste'molchi sifatida ishtirok etgan bo'lsa, hozirda auditoriya interaktiv ishtirokchiga aylangan. Fikr bildirish, bahs yuritish, materialni tarqatish, hattoki axborot manbasi sifatida ishtirok etish imkoniyatlari

kengaydi. Bu esa jurnalistikaning demokratik tabiatini mustahkamlayotgan bo'lsa-da, u bilan birga muayyan xavf va noaniqliklarni ham keltirib chiqarmoqda.

Raqamli jurnalistika ko'plab jihatlari bilan an'anaviy OAVdan farq qiladi. Birinchidan, u tezkorlikda ustun. Axborot real vaqt rejimida yangilanadi va tarqatiladi. Bu holat jurnalistdan yuqori darajadagi tayyorgarlik, moslashuvchanlik, vaziyatga tez javob berish salohiyatini talab qiladi. An'anaviy OAVda materiallar bir necha bosqichli tahrirdan o'tsa, raqamli jurnalistikada bu jarayon ko'p hollarda soddalashtirilgan va dinamik tus olgan. Bu esa ba'zan faktlar aniqligiga putur yetkazadi. Shu sababli so'nggi yillarda faktcheking (faktlarni tekshirish) alohida jurnalistik yo'nalish sifatida rivojlanmoqda.

Ikkinchidan, raqamli jurnalistikada kontent shakllari xilma-xil: matn, foto, video, podkast, infografika, jonli efir, interaktiv karta, animatsiya va boshqa multimedia elementlari orqali taqdim etiladi. Bu esa jurnalistdan nafaqat yozuvchilik mahoratini, balki texnik bilim va ko'nikmalarni, dizayn, montaj, ovoz yozish, montaj dasturlarida ishlash, SEO (qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish) haqida tushuncha bo'lishini talab qiladi. Shu sababli raqamli jurnalistikaning rivojlanishi ta'lim tizimida ham mutlaqo yangi yondashuvlarni keltirib chiqarmoqda.

Uchinchidan, raqamli jurnalistikada auditoriyaning roli mutlaqo o'zgargan. U passiv iste'molchidan faol hamkor, hatto kontent yaratuvchisiga aylangan. Bu fenomen "fuqarolik jurnalistikasi" deb ataladi. Odamlar hodisalarni o'z mobil qurilmalari orqali suratga olib, ijtimoiy tarmoqlarda tarqatishadi, guvohlik berishadi, sharhlar yozishadi. Bu holat bir tomondan demokratik axborot almashuvini kuchaytirsada, ikkinchi tomondan, noto'g'ri, tasdiqlanmagan axborot tarqalishiga sabab bo'lishi mumkin. Natijada, ijtimoiy tarmoqlarda feyk yangiliklar, manipulyativ materiallar va dezinformatsiya misli ko'rilmagan tezlikda tarqalmoqda.

To'rtinchidan, raqamli jurnalistika ommaviy axborot vositalari uchun yangi iqtisodiy modelni keltirib chiqardi. An'anaviy gazetalar obuna va reklama orqali daromad topgan bo'lsa, raqamli platformalarda asosiy daromad manbai — kontekstual reklama, brendli kontent, obuna asosida xizmat ko'rsatish va hamkorlik dasturlaridir. Bu esa jurnalistikaning mustaqilligi masalasini yana bir bor kun tartibiga olib chiqadi. Reklama beruvchilar bilan manfaatli aloqalar o'rnatish istagi ayrim OAVni xolislikdan chekinishga majbur qilmoqda. Aynan shu sababli ba'zi media mutaxassislari raqamli jurnalistikada "tijorat bosimi" kuchayganini ta'kidlashmoqda.

Raqamli jurnalistikaning rivojlanishi bilan bir qatorda, uning muammolari ham keskinlashib bormoqda. Eng dolzarb muammolardan biri — bu raqamli savodxonlik darajasining pastligi. Har bir jurnalist zamonaviy texnologiyalarni puxta egallamog'i, axborot xavfsizligi, internet etikasi, maxfiylik, mualliflik huquqlari, shaxsiy ma'lumotlarni

himoya qilish borasidagi qonunlarni bilmog'i zarur. Aks holda, noto'g'ri ma'lumot tarqatilishi, shaxsga doir axborotni oshkor etish, jurnalist va OAVning huquqiy javobgarligiga sabab bo'lishi mumkin. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda o'z-o'zini senzura qilish va axborotning aniqligini tekshirish tamoyillari jurnalistikaning obro'sini saqlab qolishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Yana bir jiddiy masala — kontent ustidan nazorat va senzura masalasidir. Ba'zi mamlakatlarda internetdagi axborotlar ustidan qat'iy nazorat o'rnatilgan, ayrim hollarda esa jurnalistlar faoliyati siyosiy sabablar bilan cheklangan. Raqamli OAVda senzura turli ko'rinishda bo'lishi mumkin — platformaning o'z siyosati, algoritmik filtrlash, yoki hukumat tomonidan to'g'ridan-to'g'ri bloklash. Bu holatlar jurnalist erkinligi va so'z erkinligining real tahlikasi sifatida e'tirof etiladi.

Shuningdek, algoritmlar jurnalistika mazmuniga ham bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Masalan, Facebook, YouTube, TikTok, Instagram kabi platformalarda kontentlar foydalanuvchi qiziqishlariga mos ravishda sun'iy intellekt algoritmlari asosida taklif etiladi. Bu esa foydalanuvchilarni "axborot pufagi"ga tushirib qo'yadi — ular faqat o'z qarashlariga mos axborotni ko'rishadi. Natijada ijtimoiy qarashlarning bir tomonlama shakllanishi, radikalizm, noto'g'ri tasavvurlar kuchayishi mumkin. Raqamli jurnalistikaning bunday nozik jihatlari ushbu sohaga doir ilmiy-nazariy yondashuvni chuqurlashtirishni taqozo etadi.

Xulosa qilib aytganda, raqamli jurnalistika hozirgi axborot jamiyatining ajralmas bo'lagi sifatida tobora muhimlik kasb etmoqda. U o'zining tezkorligi, interaktivligi, ochiqqligi va multimedia imkoniyatlari bilan auditoriyani o'ziga tortmoqda. Shu bilan birga, u jurnalistlardan yuqori malaka, keng qamrovli bilim, zamonaviy texnologiyalarni puxta egallash, axborot xavfsizligi va media etikasi bo'yicha mustahkam tayyorgarlikni talab qilmoqda. An'anaviy OAVdan raqamli platformalarga o'tish — bu shunchaki format almashtirish emas, balki butun bir jurnalistik tafakkur, qadriyat va metodologiyaning yangilanish jarayonidir. Bu jarayon hali o'z yakuniga yetmagan, ammo uning istiqbollari juda keng va murakkab ko'rinishga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
2. Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
3. Deuze, M. (2003). *The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online*. *New Media & Society*, 5(2), 203–230.

4. Hermida, A. (2010). *Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism*. Journalism Practice, 4(3), 297–308.
5. Singer, J. B. (2011). *Journalism in the Network*. In Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., & Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: SAGE Publications.
6. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
7. UNESCO (2021). *Journalism, Fake News & Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training*. Paris: UNESCO Publishing.
8. Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. Lulu Press.
9. Allan, S. (2006). *Online News: Journalism and the Internet*. Berkshire: Open University Press.
10. Ganieva, M. (2022). “Raqamli jurnalistika va an’anaviy OAV: integratsiyalashuv tendensiyalari.” *O‘zbekiston Milliy universiteti Ilmiy axborotnomasi*, 2(104), 123–129.
11. Mahmudov, I. (2021). “Internet jurnalistikasining rivojlanish bosqichlari va istiqbollari.” *Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti ilmiy jurnali*, 4(8), 89–94.