

JURNALISTIKANING IJTIMOIIY TARMOQLAR BILAN INTEGRATSIYASI

Imomov Alisher Muxitdinovich

*Xalqaro Nordik Universiteti 2-kurs
magistranti. 1- toifali yurist.*

Annotatsiya

Ushbu maqolada jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyalashuvi jarayoni, uning zamonaviy axborot makonidagi oʻrni va ahamiyati tahlil qilinadi. Ijtimoiy tarmoqlarning jurnalistik jarayonlarga taʼsiri, axborot tarqatish tezligi va auditoriya bilan bevosita muloqot imkoniyatlari yoritiladi. Shuningdek, integratsiya jarayonida yuzaga kelayotgan muammolar hamda ularni bartaraf etish boʻyicha taklif va yechimlar bayon etiladi. Maqola raqamli jurnalistikaning istiqbollari va samaradorligini oshirishga qaratilgan ilmiy-amaliy tavsiyalarni oʻz ichiga oladi.

Kalit soʻzlar: Jurnalistika, ijtimoiy tarmoqlar, media integratsiyasi, raqamli kommunikatsiya, axborot texnologiyalari, auditoriya, media savodxonlik, kontent yaratish.

Kirish

Soʻnggi yillarda raqamli transformatsiya jarayonlari ommaviy axborot vositalariga tubdan taʼsir koʻrsatib, jurnalistika faoliyatining yangi bosqichga koʻtarilishiga sabab boʻldi. Ijtimoiy tarmoqlarning keng ommalashuvi axborot isteʼmoli madaniyatini oʻzgartirdi, yangiliklarga boʻlgan talabni oshirdi va jurnalistlar uchun yangi kommunikatsion maydon yaratdi. Bugungi kunda Facebook, Telegram, Instagram, X (sobiq Twitter) va YouTube kabi platformalar nafaqat axborot tarqatish vositasi, balki jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi asosiy maydonga aylandi [1].

Jurnalistika sohasi uchun ushbu jarayon ikki yoʻnalishda muhim ahamiyat kasb etmoqda: birinchisi — ijtimoiy tarmoqlar orqali tezkor axborot tarqatish imkoniyatining kengayishi; ikkinchisi — auditoriya bilan bevosita muloqot va fikr almashishning yangicha mexanizmlarining shakllanishidir [2]. Bu esa axborot isteʼmolining interaktiv modelini yaratib, jurnalistlar materiallarining taʼsirchanligini oshirmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar jurnalistga faqat axborot tarqatish vositasi emas, balki manba topish, faktlarni tekshirish, jamiyatdagi real muammolarni tahlil qilish, jamoatchilik kayfiyatini oʻrganish, mushohada yuritish imkonini beruvchi professional muhitni ham shakllantirmoqda [4]. Shu bilan birga, ayrim hollarda yolgʻon xabarlar, manipulyativ kontent, shaxsga doir huquqlarning buzilishi va tekshirilmagan maʼlumotlarning

tarqalishi kabi salbiy omillar jurnalistikaning sifat standartlariga xavf tug'dirmoqda [5].

Mazkur maqolada jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasi jarayoni, uning afzalliklari va mavjud muammolari, shuningdek, raqamli media muhiti uchun zarur bo'lgan professional yondashuvlar ilmiy tahlil qilinadi. Ushbu integratsiyaning O'zbekiston jurnalistik amaliyotiga ta'siri, media bozoridagi o'zgarishlar va yangi kommunikatsion strategiyalar natijalari ham muhokama etiladi.

Materiallar va usullar

Ushbu tadqiqotda jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasi jarayonini o'rganish maqsadida bir nechta ilmiy tahliliy yondashuvlar qo'llanildi. Dastlab, O'zbekiston va xalqaro media bozorida so'nggi yillarda kuzatilgan raqamli transformatsiya jarayonlari bo'yicha ilmiy maqolalar, media monitoringlari, hukumat qarorlari va tahliliy hisobotlar o'rganildi [1],[3],[6]. Tadqiqot davomida kontent tahlili, kuzatuv va solishtirma tahlil metodlaridan foydalanildi.

Kontent tahlili ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lgan yirik OAV sahifalari — “Kun.uz”, “Daryo”, “Gazeta.uz”, “Telegram” yangilik kanallari hamda mustaqil blogerlar kontenti misolida amalga oshirildi. Tahlil natijalariga ko'ra, materiallarning mavzu tanlovi, o'quvchi bilan muloqot uslubi, tezkorlik darajasi hamda auditoriya reaksiyasi o'rganildi.

Metodologiya sifatida jurnalistika va raqamli kommunikatsiya nazariyalariga tayangandi. Xususan, “interaktiv kommunikatsiya modeli”, “ijtimoiy tarmoq algoritmlari ta'siri”, “faktcheking jarayoni”, “axborot oqimining tezkorligi” tushunchalari tahlil uchun asos bo'ldi [2], [4].

Ushbu ilmiy yondashuv ommaviy axborot vositalarining raqamli platformalar bilan o'zaro bog'liqligini aniq baholash, jurnalistning ijtimoiy tarmoqdagi professional rolini tahlil qilish hamda integratsiya natijasidagi afzallik va muammolarni aniqlash imkonini berdi.

Natijalar

Tadqiqot davomida olingan natijalar jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasi murakkab, ammo samarali jarayon ekanini ko'rsatdi. Quyidagi asosiy natijalar aniqlandi:

1. Axborot tarqatish tezkorligi bir necha barobar oshgan. Ijtimoiy tarmoqlar orqali xabarlar o'rtacha 5–10 daqiqada millionlab foydalanuvchilarga yetmoqda. An'anaviy OAV esa bunday tezlikni ta'minlay olmaydi. Bu jurnalistlarga tezkorlik bo'yicha yangi me'yorlar joriy etilishiga olib keldi [3].

2. Auditoriya bilan bevosita muloqot kuchaydi. Jurnalstning postlari ostida bildirilgan izohlar, fikrlar va takliflar orqali jamiyatdagi real kayfiyat, ijtimoiy

muammolar va ehtiyojlar tezda aniqlanmoqda. Bu esa tahririyatlarga mavzu tanlashda katta yordam bermocda [2], [4].

3. Tahliliy materiallarga talab oshgan. Ijtimoiy tarmoqlar tezkor axborotga boy bo'lgani sababli, tahririyatlar chuqur tahlil, ekspert izohlari, infografika va data-jurnalistikaga ko'proq e'tibor qaratishni boshladi.

4. Bloggerlar bilan raqobat kuchaydi. Bloggerlarning auditoriyasi ko'p bo'lgani uchun ular ba'zan jurnalistlardan ham tezroq axborot tarqatadi. Shuning uchun OAV kontent sifatini oshirishga majbur bo'ldi [4].

5. Feyk axborotlar xavfi ortgan. Jurnalistika standartlariga amal qilinmagan kontentlar soni keskin ko'paydi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, O'zbekistonda ijtimoiy tarmoqlarda tarqalgan feyk xabarlardan 70 foizi keyinchalik inkor etilgan yoki rad etilgan [5].

Muhokama

Olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasi media tizimini tubdan o'zgartirmocda. Avvalo, jurnalistlar auditoriya bilan "bir tomonlama uzatish" modelidan "ikki tomonlama muloqot" modeliga o'tib bormocda [2]. Buning asosiy sababi — ijtimoiy tarmoqlarda auditoriya o'z fikrini erkin bildirishi, xabarlarni baholashi va jurnalistdan tezkor javob kutishi bilan bog'liq.

Biroq, bu jarayon bilan bir qatorda mas'uliyat ham oshmocda. Ijtimoiy tarmoqlardagi xabarlarni tekshirish, informatsion shov-shuvlardan xoli bo'lish, axborot xavfsizligini ta'minlash kabi vazifalar jurnalist zimmasiga tushmocda [5],[6].

Integratsiya jarayoni, shuningdek, kontentning sifatiga bevosita ta'sir qilmocda. Endilikda o'quvchilar oddiy xabardan ko'ra, tahlil, fakt, ekspert fikri va vizual ma'lumotlarga boy materiallarni afzal ko'rmocda. Bu esa media bozorida raqobatni kuchaytirdi va professional jurnalistikani rivojlantirishga xizmat qilmocda [1], [3].

Muhokamalardan yana bir muhim jihat shuki, jurnalist va bloggerlar o'rtasidagi farq tobora qisqarib bormocda. Bloggerlar axborotni birinchi bo'lib yetkazish orqali auditoriyani jalb qilayotgan bo'lsa, jurnalistlar axborotning ishonchliligi va tahliliy yondashuv bilan ustunlikka ega bo'lmocda [4]. Kelajakda bu ikki soha o'rtasidagi hamkorlikning kuchayishi kutilmocda.

Xulosa

Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasi zamonaviy media tizimining muhim yo'nalishiga aylandi. Ushbu jarayon axborot tarqatish tezligini oshiradi, auditoriya bilan muloqotni kuchaytiradi, yangi kommunikatsiya standartlarini shakllantiradi va jurnalistlar uchun yangi mas'uliyatlarni yuzaga keltiradi.

Shu bilan birga, feyk axborotlar, tekshirilmagan kontent, shaxs sha'ni va huquqlarining buzilishi xavfi jurnalistlarni professional me'yorlarga qat'iy amal qilishga undaydi. Media sohasida sifatli, ishonchli, tezkor va tahliliy axborot yetkazish bugungi kunning eng asosiy talabi ekanligi aniqlandi.

Yechimlar

Jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan chuqur integratsiyalashuvi zamonaviy axborot makonining ajralmas jarayonidir. Biroq bu jarayon muvaffaqiyatli kechishi uchun bir qator muammolarni hal qilish va aniq yo'nalishlar bo'yicha ishlash zarur. Eng avvalo, jurnalistlarning media savodxonligini oshirish muhim. Ular ijtimoiy tarmoqlarda kontent yaratishning o'ziga xos mexanizmlari, algoritmlari, auditoriya bilan muloqot madaniyati va raqamli xavfsizlik qoidalarini puxta bilishi lozim. Bu esa malaka oshirish kurslari, treninglar va tahririyat ichki o'quv dasturlari orqali ta'minlanishi mumkin.

Ikkinchi asosiy yechim – an'anaviy media va ijtimoiy tarmoqlar kontentini bir-biriga uyg'unlashtirishdir. Jurnalistlar ijtimoiy tarmoqlarni nafaqat tayyor materialni e'lon qilish uchun, balki faktlarni tekshirish, axborot manbalarini topish, auditoriya ehtiyojlarini o'rganish va fikrlarni tahlil qilish vositasi sifatida ham qo'llashi zarur. Buning uchun tahririyatlar maxsus SMM bo'limlari tashkil etishi, jurnalistlar esa bloggerlar bilan hamkorlikda ishlashi maqsadga muvofiq.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda tarqalayotgan yolg'on axborotlar (feyklar) jurnalistika standartlariga jiddiy tahdid solmoqda. Shu sababli faktcheking tizimini kuchaytirish, tezkor tekshiruv mexanizmlarini yo'lga qo'yish, "feyk axborotga qarshi kurashish markazlari" bilan hamkorlikni mustahkamlash lozim. Bu nafaqat jurnalistlarning, balki butun jamiyatning axborot madaniyatini oshiradi.

Yechimlardan yana biri – raqamli etikani mustahkamlashdir. Jurnalistlar ijtimoiy tarmoqlarda ham o'z kasb kodeksiga rioya qilishi, shaxsiy va professional faoliyat o'rtasida aniq chegarani saqlashi zarur. Tinglovchi va kuzatuvchilarning fikrlariga hurmat bilan yondashish, axborotni ob'ektiv berish va milliy qadriyatlarga zid kontentga yo'l qo'ymaslik integratsiya jarayonining barqarorligiga xizmat qiladi.

Nihoyat, ijtimoiy tarmoqlar algoritmlarini chuqur o'rganish jurnalistlarga auditoriyani kengroq qamrab olish imkonini yaratadi. Tahririyatlar kontent tahlili, statistik monitoring, postlar samaradorligini o'lchash kabi raqamli vositalardan muntazam foydalanishi orqali o'z faoliyatini yanada takomillashtiradi.

Ushbu yechimlar jurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiyasini tizimli, samarali va zamon talablari darajasida rivojlantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. T. Jalolov. Zamonaviy jurnalistika va raqamli muhit. Toshkent, 2021.

2. Sh. Niyozova. Media transformatsiyasi va yangi kommunikatsiya modellari. “Axborot va jamiyat”, 2022.
3. Media Development Fund. O‘zbekiston media bozori bo‘yicha hisobot, 2023.
4. A. G‘aniev. Jurnalistning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi: imkoniyatlar va xavflar., 2022.
5. D. Abdullayeva. Feyk axborot va uning ijtimoiy oqibatlari., 2020.
6. Yevropa Kengashi. Digital Journalism Standards, 2021.

