



RAQAMLI OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING
AN'ANAVIY JURNALISTIKAGA TA'SIRI

Gaipova Yulduz Qo'ziboyevna

Qoraqalpoq davlat universiteti Jurnalistika

(faoliyat turlari bo'yicha) yo'nalishi magistranti

Annotatsiya: Raqamli ommaviy axborot vositalari jurnalistika sanoatida inqilob qildi, yangiliklarni yaratish, tarqatish va iste'mol qilish usullarini o'zgartirdi. Bosma gazetalar va teleko'rsatuvlar bilan ajralib turadigan an'anaviy jurnalistika onlayn platformalarning tez tarqalishi tufayli misli ko'rilmagan muammolarga duch kelmoqda. Ushbu maqola iqtisodiy, professional va axloqiy o'lchovlarga e'tibor qaratgan holda raqamli medianing an'anaviy jurnalistikaga o'zgartiruvchi ta'sirini o'rganadi. Shuningdek, u jurnalistlar va ommaviy axborot vositalarining noto'g'ri ma'lumotlar va jamoatchilik ishonchini yo'qotish bilan bog'liq tashvishlarni hal qilishda ushbu dinamik muhitga qanday moslashishini o'rganadi.

Kalit so'zlar: raqamli buzilish, ijtimoiy media ta'siri, yangilik iste'moli siljishi, onlayn jurnalistika, fuqarolik jurnalistikasi, clickbait madaniyati, media konvergenstsiyasi, real vaqt rejimida hisobot berish, noto'g'ri ma'lumotlarning tarqalishi

Kirish

Raqamli ommaviy axborot vositalarining paydo bo'lishi an'anaviy jurnalistika manzarasini tubdan o'zgartirib, uning amaliyoti, tamoyillari va tarqatish usullarini shubha



ostiga qo'ydi. Raqamli platformalar ko'payib borar ekan, ular yangiliklarni ishlab chiqarish, iste'mol qilish va monetizatsiya qilish usullarini o'zgartirib, global auditoriya uchun asosiy axborot manbaiga aylandi. Bir paytlar bosma, radio va televideniye ga tayangan an'anaviy jurnalistika endi tezkorlik, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent va algoritmgaga asoslangan kurasiya bilan ajralib turadigan dinamik va interaktiv raqamli ekotizim raqobatiga duch kelmoqda.

Ushbu siljish raqamli asrda jurnalistlarning o'rni, yangiliklarning aniqligi standartlari va an'anaviy axborot tashkilotlarining moliyaviy barqarorligi haqidagi tanqidiy savollarni tug'dirdi. Raqamli ommaviy axborot vositalari axborotni demokratlashtirgan va turli ovozlarning ommaviy nutqda ishtirok etishiga imkon bergan bo'lsada, shuningdek, noto'g'ri ma'lumotlar, ommaviy axborot vositalariga ishonchning pasayishi va daromadlarning kamayishi tufayli tergov jurnalistikasining eroziyasi kabi muammolarni keltirib chiqardi.

Ushbu maqola raqamli media va an'anaviy jurnalistika o'rtasidagi murakkab o'zaro ta'sirni o'rganadi va birinchisi nafaqat ikkinchisini buzgan, balki innovatsiyalar va moslashish uchun imkoniyatlar yaratganini ta'kidlaydi. Ushbu o'tishning oqibatlarini tahlil qilish orqali ushbu maqola tobora raqamli dunyoda jurnalistikaning kelajagi haqidagi davom etayotgan nutqiga hissa qo'shishni maqsad qilgan.

Raqamli ommaviy axborot vositalarining ko'tarilishi an'anaviy jurnalistikaning iqtisodiy asosini sezilarli darajada buzdi. Bir paytlar reklama va obunalarga tayangan an'anaviy savdo nuqtalari endi tez o'zgaruvchan landshaftga duch kelmoqdalar va bu ularning barqarorligini shubha ostiga qo'yadi. Shu jumladan:

- **Daromadning pasayishi:** Tomoshabinlarning onlayn platformalarga o'tishi an'anaviy ommaviy axborot vositalari uchun reklama va obuna daromadlarini keskin kamaytirdi. Bir paytlar jurnalistikaning tamal toshi bo'lgan bosma gazetalar o'quvchilarning bepul yoki arzon raqamli muqobillarga murojaat qilishlari natijasida tiraji keskin pasayib ketdi.



- **Pulli kirish va obuna modellarining ko'tarilishi:** Daromadning pasayishiga qarshi turish uchun ko'plab an'anaviy savdo nuqtalari to'lovlar va obunaga asoslangan modellarni qabul qildi. Ushbu yondashuvlar daromad oqimini ta'minlasa-da, ular bepul kontentga o'rganib qolgan o'quvchilarni begonalashtirishi mumkin.

An'anaviy mediadan raqamli mediaga o'tish nafaqat jurnalistikaning iqtisodiy asoslarini buzdi, balki kasbning o'ziga ham jiddiy o'zgarishlar olib keldi. Raqamli media yangiliklarni ishlab chiqarish va tarqatish usullarini o'zgartirishdan tortib, jurnalistlar uchun qayta belgilangan rollarga qadar, professional jurnalistika manzarasini o'zgartirdi.

Raqamli ommaviy axborot vositalari yangiliklar aylanishini tezlashtirdi va jurnalistlarga kontentni tez ishlab chiqarish uchun bosim yaratdi. Bu "klik bilan boshqariladigan" muhit ko'pincha chuqur hisobot berishdan ko'ra sensatsiya va tezkorlikni birinchi o'ringa qo'yadi.

Jurnalistlar endi an'anaviy reportajdan tashqari ijtimoiy tarmoqlar, multimedia ishlab chiqarish va ma'lumotlarni tahlil qilish kabi ko'nikmalarni talab qiladi. Rivojlanayotgan bu talablar an'anaviy jurnalistika va kontent yaratish o'rtasidagi chegaralarni yo'qotdi.

Raqamli platformalarning ko'payishi noto'g'ri ma'lumotlar va soxta yangiliklarning tarqalishini osonlashtirdi. An'anaviy jurnalistlar o'zlarining ishonchliligini saqlab qolish bilan birga yolg'on ma'lumotni yo'q qilish kabi ikki tomonlama muammoga duch kelishadi.

Raqamli vositalar real vaqt rejimida faktlarni tekshirish va auditoriyani jalb qilish kabi shaffoflikni oshirish imkoniyatlarini taklif etadi. Biroq, ular jurnalistlarni ko'proq nazorat va onlayn ta'qiblarga duchor qilishadi.

Ko'pgina an'anaviy media tashkilotlari kengroq auditoriyani qamrab olish uchun Facebook va Google kabi raqamli platformalar bilan hamkorlik qildilar. Biroq, bu hamkorliklar tahririyatning mustaqilligi va algoritmik tarfakashliklarga oid xavotirlarni keltirib chiqaradi.



Raqamli ommaviy axborot vositalarining o'sishi an'anaviy jurnalistikaga sezilarli ta'sir ko'rsatdi, bu ham yangiliklarni ishlab chiqarish va iste'mol qilish jarayonlarini o'zgartirdi. Bosma, televideniye va radio yangiliklarini o'z ichiga olgan an'anaviy jurnalistika ijtimoiy media, bloglar va yangiliklar veb-saytlari kabi raqamli platformalarning tez o'sishi bilan qiyinchilik tug'dirdi. Ushbu siljish yangiliklar sanoatida chuqur o'zgarishlarga olib keldi, uning tuzilishiga, biznes modellariga va jurnalistlarning o'z auditoriyalari bilan muloqot qilish usullariga ta'sir ko'rsatdi.

Asosiy o'zgarishlardan biri bu yangiliklarni tarqatishni markazlashtirmaslikdir. Raqamli ommaviy axborot vositalari real vaqt rejimida hisobot berish va axborotdan keng foydalanish imkonini beradi, bu esa professional bo'lmagan jurnalistlarga (fuqarolik jurnalistlar) kontentga hissa qo'shish imkoniyatini beradi. Facebook, Twitter va YouTube kabi platformalar ko'pincha an'anaviy tahririyat darvozalarini chetlab o'tib, yangiliklarning tez tarqalishiga yordam beradi. Bu yangiliklar ishlab chiqarishni demokratlashtirishga olib keldi, lekin ayni paytda baham ko'rilgan ma'lumotlarning to'g'riligi, ishonchliligi va potentsial noto'g'riligi haqida tashvish uyg'otdi.

Biznes nuqtai nazaridan, an'anaviy jurnalistika iqtisodiy qiyinchiliklarga duch keldi, jumladan, bosma obunalar va reklamadan tushadigan daromadlarning kamayishi. Raqamli platformalar reklama bozorining ortib borayotgan ulushini egallashi sababli, an'anaviy savdo nuqtalari raqamli strategiyalarni birlashtirish, onlayn obunalarni taklif qilish va homiylik kontenti va mahalliy reklama kabi yangi daromad modellarini o'rganish orqali moslashishga majbur bo'ldi.

Raqamli ommaviy axborot vositalariga o'tish jurnalistlar va ularning tomoshabinlari o'rtasidagi munosabatlarni ham o'zgartirdi. Interfaol platformalar jurnalistikaning ko'proq ishtirokchi shaklini qo'llab-quvvatlab, bevosita ishtirok etish imkonini berdi. Biroq, bu



o'zgarish professional jurnalistika va havaskor kontent yaratish o'rtasidagi chegaralarni yo'qotib qo'ydi, bu esa jurnalistning halolligi, axloqi va borgan sari parchalanib borayotgan media landshaftida jurnalistlarning roli haqida bahslarga olib keldi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, raqamli medianing an'anaviy jurnalistikaga ta'siri ko'p qirrali bo'lib, u ham imkoniyatlar, ham muammolarni keltirib chiqaradi. Raqamli platformalar yangiliklarning qulayligi va tezkorligini oshirgan bo'lsa-da, ular an'anaviy axborot vositalari tomonidan doimiy moslashishni talab qiladigan yangi axloqiy va biznes muammolarni ham yaratdi. Ushbu dinamikani tushunish tobora raqamli dunyoda jurnalistikaning kelajagi uchun juda muhimdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Tursunov, I. (2020). Raqamli media va an'anaviy jurnalistika: O'zbekiston misolida. O'zbekiston Matbuot Akademiyasi.
2. Abdullaeva, F. (2019). An'anaviy jurnalistikada kompyuter texnologiyalarini qo'llash. Toshkent: O'zbekiston Matbuot va axborot agentligi.
3. Xodjayeva, M. (2018). Jurnalistikadagi yangi tendensiyalar va raqamli media: O'zbekiston uchun tahlil. Media-uz Journal, 3(2), 45-53.
4. Sodiqov, K. (2021). Raqamli media va jurnalistikada etik masalalari. Toshkent: Sharq Nashriyoti.
5. Jalilov, D. (2022). Raqamli texnologiyalar va an'anaviy jurnalistika o'zining o'ziga xos xususiyatlari. O'zbekiston jurnalistika va media tadqiqoti, 4(1), 22-30.
6. Sattarov, S. (2020). Internet va an'anaviy jurnalistikani uyg'unlashtirish. Jurnalistika va ijtimoiy sohalar, 5(1), 15-24.