



**JURNALIST VA AUDITORIYA O'RTASIDAGI MUNOSABATLAR:
XALQARO TAJRIBA VA TAHLIL**

Quvondiqova Azizabonu Ulug'bek qizi

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbeiston Milliy Universiteti

3-bosqich talabasi

azizabonuquvondiqova7@gmail.com

Annotatsiya: Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi jurnalistika va uning asosiy iste'molchisi – auditoriya o'rtasidagi munosabatlarga tubdan o'zgarishlar kiritdi. An'anaviy axborot oqimi vertikal shaklda – jurnalistdan auditoriyaga uzatilgan bo'lsa, bugungi media makonda bu munosabatlar interaktiv, tarmoqli va ko'p yo'nalishli tus oldi. Ushbu maqolada jurnalistika bilan auditoriya o'rtasidagi munosabatlar tahlil qilinadi, xorijiy tajriba va keyslarga e'tibor qaratiladi hamda O'zbekistondagi holat va istiqbollar muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: Omma, jamiyat, jurnalistika, fikr, kontent, yondashuv, aloqa, muammo

Аннотация: Развитие информационно-коммуникационных технологий коренным образом изменило отношения между журналистикой и ее основным потребителем - аудиторией. Если традиционный поток информации передавался вертикально - от журналиста к аудитории, то в современном медиaprостранстве эти отношения приобрели интерактивный, сетевой и многонаправленный характер. В этой статье анализируются отношения между журналистикой и аудиторией, уделяется внимание зарубежному опыту и кейсам, а также обсуждаются текущее состояние и перспективы в Узбекистане.

Ключевые слова: Публика, общество, журналистика, мнение, контент, подход, коммуникация, проблема

Abstract: The development of information and communication technologies has fundamentally changed the relationship between journalism and its main consumer - the audience. If the traditional flow of information was transmitted vertically - from the journalist to the audience, then in today's media space these relations have acquired an interactive, networked, and multidirectional character. This article analyzes the relationship between journalism and the audience, draws attention to foreign experience and cases, and discusses the current state and prospects in Uzbekistan.

Keywords: Public, society, journalism, opinion, content, approach, communication, problem





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

An'anaviy jurnalistikada auditoriya – passiv iste'molchi sifatida ko'rilgan. Televideniye, gazeta va radio orqali uzatilgan axborot ustuvor edi, auditoriya esa ular ni faqat qabul qilardi. Ammo raqamli media vositalarining, xususan, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar va podkastlarning paydo bo'lishi bilan auditoriya nafaqat axborotni iste'mol qilish, balki uni yaratish, tahrirlash va tarqatish imkoniyatiga ega bo'ldi.

Bu jarayon "audience empowerment" (auditoriyaning kuchaytirish) deb ataladi va jurnalistlar endi o'z materiallarini nafaqat yetkazish, balki auditoriya bilan muloqotda bo'lish orqali ishlab chiqish zarurligini his etmoqda. Bu esa jurnalistning rolini axborot yetkazuvchidan hamjamiyat quruvchi va tinglovchiga aylantirmoqda. Zamonaviy jurnalistika mutlaqo yangi bosqichga o'tmoqda – u auditoriya bilan o'zaro muloqotga asoslangan, aksil-harakatlarga boy va ikki tomonlama axborot oqimini shakllantiruvchi jarayonga aylanmoqda.

Jahon tajribasiga nazar tashlaganda jahon miqyosidagi nufuzli va ishonchli ommaviy axborot vositalaridan biri bo'lib, auditoriya bilan muloqotda bo'lishni o'z faoliyatining muhim yo'nalishiga aylantirgan BBC haqida to'xtalish to'g'ri bo'ladi. Ularning "Have Your Say" loyihasi orqali o'quvchilar siyosiy, ijtimoiy va madaniy masalalar yuzasidan fikr bildirishi mumkin. BBC ushbu platforma orqali olingan fikr-mulohazalarni jamlab, tahlil asosida yangiliklar materiallariga kiritadi.

Bundan tashqari, BBC tomonidan yo'lga qo'yilgan "User Generated Content Hub" – foydalanuvchilar tomonidan yuborilgan foto, video va boshqa materiallarni yig'ib, ularni yangiliklar va reportajlarda qo'llash imkonini beradi. Bu jarayon nafaqat kontentni boyitadi, balki auditoriyaning axborot jarayonida ishtirokini kuchaytiradi.

Bundan tashqari, Norvegiya milliy televideniyesining texnologiyaga ixtisoslashgan blogi NRK beta bo'limining izohlar bo'limida har bir fikrga jurnalistlar tomonidan chuqur javob yozishadi. Bu yondashuv "slow commenting" (sekin, ammo mazmunli fikr almashish) modeli deb ataladi. Bu orqali ishonch, hurmat va intellektual muhokama muhitini shakllantirishga erishilgan.

Flippinda tahliliy maqolalarni yaratishda jurnalistlarga auditoriyaning psixologik holatini tushunishda yordam beruvchi maxsus platforma mavjud. Ya'ni Filippindagi Rappler – digital platformasi auditoriyaga axborot iste'molchisi sifatida emas, balki hamkor sifatida qaraydi. "Mood Navigator" tizimi orqali foydalanuvchilar maqolaga bo'lgan hissiy reaksiyalarini bildiradi: quvonch, g'azab, hayrat va boshqalar.

Dunyoning rivojlangan mamlakatidan biri Amerika Qo'shma Shtatlarida ProPublica deya nomlangan mustaqil tergov jurnalistikasi tashkiloti faoliyat yuritadi. Tashkilot auditoriya bilan o'zaro munosabatlarni chuqur yondashuv asosida amalga oshiradi. "Patient Harm" loyihasida o'quvchilar o'z tibbiyotdagi muammolarini anonim tarzda yuborish orqali jurnalistik surishtiruvlarga asos bo'lgan. Asosiysi, ProPublica o'z o'quvchilari bilan muntazam ravishda "Engagement Editor" orqali bog'lanadi, ularning fikrlarini eshitadi va muhim tahliliy maqolalar uchun asosiy savollarni auditoriyadan oladi. Bu orqali ularning tergov materiallari real hayotdagi holatlarga tayanadi va katta ijtimoiy ta'sir kuchiga ega bo'ladi.





O'zbekistonda jurnalistika va auditoriya o'rtasidagi aloqalar so'nggi yillarda ancha faol tus oldi. Davlat idoralari ochiqlikka intila boshladi, axborot olish erkinligi kafolatlanayotganini e'tirof etish mumkin. "Mening fikrim" portali orqali fuqarolar bevosita takliflar kiritish imkoniga ega bo'ldilar.

Shuningdek, bloggerlar va mustaqil media vakillari orqali auditoriya faolligi oshmoqda. Internet nashrlar, podkastlar, YouTube va Telegram orqali olib borilayotgan interaktiv faoliyatlar – bu yangi turdagi jurnalistika va auditoriya munosabatlarning ko'rinishidir. Ayrim tahririyatlar (masalan, "Daryo", "Gazeta.uz", "Kun.uz") o'z o'quvchilari bilan muntazam muloqot olib borishmoqda. Shunga qaramay, O'zbekistonda bu jarayon hali boshlang'ich bosqichda. jurnalistlar ko'pincha o'quvchi fikriga tayanmaydilar, ularni jurnalistik jarayonning bir bo'lagi sifatida ko'rmaydilar. Kommentariylar monitoringi, foydalanuvchi so'rovnomalari va ommaviy tahliliy fikrlar hanuzgacha sust darajada. Shuningdek, media savodxonlik darajasi pastligi sababli, ba'zida auditoriya jurnalistga nisbatan tajovuzkor yoki ishonchsiz munosabatda bo'ladi. Bu esa jurnalist-auditoriya ishonchini zaiflashtiradi.

O'zbekistonda jurnalistika va auditoriya o'rtasidagi munosabatlarni rivojlantirishda quyidagi yo'nalishlar strategik ahamiyat kasb etadi:

Ijtimoiy tarmoqlar orqali ishonchli muloqot: OAV o'z sahifalarida nafaqat kontent joylashtirishi, balki izohlar bilan ishlashi, foydalanuvchilarga javob berishi kerak

Platformalashtirilgan jurnalistika: The Guardian tajribasida bo'lgani kabi, "xalq jurnalistikasini" rasmiy platformalarga birlashtirish

Media savodxonlik kampaniyalari: UNESCO tavsiyalari asosida aholi orasida tanqidiy fikrlash va axborotni ajrata olish ko'nikmalarini oshirish

Data jurnalistika orqali ishonchli tahlil: real faktlar, ochiq ma'lumotlar va interaktiv vositalar orqali auditoriyaga chuqurroq anglash imkonini berish

Ushbu mavjud muammolarni bartaraf etish uchun har bir tashkilot ichki strukturasini





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

isloh qilishi lozim. Auditoriya bilan ishlovchi bo'limlarni yaratish – "community editor", "engagement manager" kabi lavozimlarni joriy qilish kerak. Platformalarning tahliliy imkoniyatlaridan foydalanish: Facebook, Telegram, Instagram'dagi statistika va izohlar asosida materiallar strategiyasini shakllantirish zarurati turibdi. Eng muhim jihati shaffoflik, aniqlik, axloqiy standartlarga rioya qilish orqali auditoriyaning ishonchini oltirish vazifasi mavjud.

Zamonaviy jurnalistika endi faqat xabar yetkazish emas – u hamkorlikda axborot yaratish, jamiyat bilan muloqot qilish, fikrlarni shakllantirish vositasidir. Auditoriya bilan mustahkam aloqa o'rnatgan jurnalistika kuchli, ta'sirchan va ishonchli bo'ladi. O'zbekiston jurnalistikasi hali bu yo'lning boshida turgani rost, ammo mavjud yutuqlar va ochilgan imkoniyatlar asosida bu munosabatlarni rivojlantirish mumkin. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatmoqdaki, ochiq muloqot, faol auditoriya va ishonchli jurnalistika kelajakning poydevoridir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. UNESCO. (2018). Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines. Paris: UNESCO Publishing.
2. (Media savodxonlik bo'yicha xalqaro standartlar)
3. BBC News. (2020). Have Your Say – BBC Audience Engagement Platform. <https://www.bbc.co.uk>
4. BBC UGC Hub. (2019). User Generated Content Hub Guidelines. BBC Trust.
5. (Foydalanuvchi kontenti orqali ishtirokni kuchaytirish tajribasi)
6. NRKbeta. (2017). Why We Answer Comments on NRKbeta. NRK Official Blog. <https://nrkbeta.no>
7. O'zbekiston Respublikasi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi. (2023). OAV ochiqligi va fuqarolik ishtiroki bo'yicha yillik hisobot. <https://aoka.uz>
- "Mening fikrim" portali. (2024). Fuqaro takliflari va ijtimoiy muammolar yechimi statistikasi. <https://meningfikrim.uz>
- Gazeta.uz, Daryo.uz, Kun.uz – 2022–2024 yillardagi interaktiv va tahliliy kontent namunalaridan foydalanildi. (Mahalliy OAVlarning auditoriya bilan muloqot amaliyoti)
8. McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). London: Sage Publications. (Ommaviy kommunikatsiya nazariyasi asoslari)
9. Pavlik, J. V. (2013). Journalism and New Media. Columbia University Press. (Raqamli jurnalistika va auditoriya bilan aloqalar)

