O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI XABARLARI, 2026, [15]
ISSN 2181-7324(Print)

FILOLOGIYA
http://journals.nuu.uz
Social sciences
ISSN 3093-8996(Onlayn)

UDK: 82/81

Xurmet A.ATAJANOV,
DSc, dotsent, QQDU, Nukus, O‘zbekiston
E-mail: hurmet.atajanov@gmail.com, ORCID: 0009-0009-2617-386X

Dotsent, PhD R.Isakov taqrizi asosida.

ISSUES OF RETRAINING REGIONAL JOURNALISTS

Annotation

With the advent of the ability to disseminate information through various communication channels, the mass media's monopoly on information has disappeared. As the principle of every user becoming an author in the online environment has solidified, journalists are being compelled to enhance their content creation skills in new ways. A social survey was conducted to determine how these changes are affecting regional journalists and how they are utilizing innovations in their work. Based on the survey results, the author identifies the skills necessary for regional journalists in the modern era and outlines the methods for implementing and developing these skills.

Key words: convergence, digital platforms, media transformation, multimedia content, content monetization, content distribution.

ВОПРОСЫ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЖУРНАЛИСТОВ

Аннотация

С появлением возможности распространения информации по различным каналам коммуникации исчезла монополия СМИ на владение данными. С укреплением принципа, что каждый пользователь становится автором в онлайн-среде, журналисты вынуждены по-другому совершенствовать свои навыки подготовки контента. В результате социального опроса было выявлено, как эти изменения влияют на региональных журналистов, как журналисты используют новости в своей деятельности. Автор на основе результатов социологического опроса показал, какие навыки необходимы региональным журналистам в современную эпоху и какими методами следует внедрять эти навыки.

Ключевые слова: конвергенция, цифровые платформы, трансформация медиа, мультимедийный контент, монетизация контента, дистрибуция контента.

HUDUDIY JURNALISTLARNI QAYTA TAYYORLASH MASALALARI

Annotatsiya

Axborotni turli kommunikatsiya kanallari orqali tarqatish imkoniyati paydo bo‘lishi bilan OAVning ma’lumotlarga egalik qilish monopoliyasi yo‘qqa chiqdi. Onlayn muhitda har bir foydalanuvchi muallifga aylanishi tamoyilining mustahkamlanishi bilan jurnalistlar kontent tayyorlash ko‘nikmalarini o‘zgacha tarzda takomillashtirishga majbur bo‘lmoqda. Bu o‘zgarishlar hududiy jurnalistlarga qanday ta’sir etayotgani, jurnalistlar o‘z faoliyatida yangiliklardan qay tarzda foydalanayotgani ijtimoiy so‘rovnoma natijasida aniqlangan. Muallif tomonidan ijtimoiy so‘rovnoma natijalari asosida zamonaviy davrda hududiy jurnalistlarga qanday ko‘nikmalar zarurligi va bu ko‘nikmalarni qanday usullar yordamida joriy etib borish kerakligi ko‘rsatib berilgan.

Kalit so‘zlar: konvergensiya, raqamli platformalar, media transformatsiyasi, multimedia kontent, kontent monetizatsiyasi, kontent distributsiyasi.

Kirish. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi jurnalist ijodiga ham ta’sir ko‘rsatdi. Zamonaviy jurnalist konvergensiya va bir nechta platformada ishlash sharoitiga majbur bo‘lmoqda. Jurnalist tomonidan tayyorlanadigan kontent doimiy ravishda yangilanadi va bir nechta raqamli platformalarda tarqatiladi. Ayniqsa, o‘quvchilarning jurnalistlar tomonidan tayyorlangan kontentga bo‘lgan munosabatini o‘sha zahoti bilish imkoniyati paydo bo‘ldi. Shu bois jurnalistlar tomonidan yangi turdagi kontentlarni tayyorlash talabi ortib bormoqda.

Kontentning yangi turini auditoriyaga taqdim etishda vizualizatsiyaning yangi usullaridan foydalanish shakllanmoqda. Istalgan axborot va xabarlarni foto va videolar bilan to‘ldirish shartga aylanmoqda. Raqamli muhitda jurnalist ijodining asosiy xususiyati multimedialilik hisoblanadi. Internetda asosiy axborot yuki multimedia kontentga tushmoqda.

Qoraqalpog‘istonda media sohasining transformatsiyaga uchrashi sohaning texnologik rivojlanishi, yoshlarning media mahsulotlarini qabul qilishining yangi modeli, mobil trafikning o‘sishi, auditoriyaning ijtimoiy tarmoqlar va messenjerlarga o‘tishi bilan bog‘liq. Buning oqibatida hududiy media tizim o‘zgarishlarga yuz tutmoqda. Bu o‘zgarishlar ommaviy axborot vositalarining mavzusi, jurnalistlarning ishlash metod va usullari, iqtisodiy strategiyasi, kontentni auditoriyaga yetkazib berishning yangi kanallari paydo bo‘lishi bilan bog‘liq bo‘lmoqda.

Jurnalist mutaxassislarni o‘qitish va qayta tayyorlash mavzusi bir necha yildan buyon ko‘plab soha olimlarining tadqiqot obyektiga aylangan. Jurnalistik ta’limning nazariy jihatlari L.G.Svitichning “Professiya jurnalist” [1] nomli o‘quv qo‘llanmasida qayd etilgan bo‘lsa, R.G.Buxarsetning [2], I.M. Dzyaloshinskiyning [3] mehnatlarida jurnalist shaxsining psixologiyasi, uning kasbiy madaniyati masalalari o‘rganilgan.

Jurnalistika pedagogikasiga oid ishlar sifatida S.G.Korkonosenkoning “Prepodayem jurnalistiku. Professionalnoye i massovoye mediaobrazovaniye” [4], S.S.Raspopovaning “Jurnalistskoye tvorchestvo: teoriya i praktika osvoyeniya” [5] nomli dissertatsiyasini qayd etish mumkin. S.G.Korkonosenko o‘z ishida jurnalistik ta’limning kadrlar bilan ta’minlanishi va uni tashkil etishning

metodologik jihatlariga e’tibor qaratgan bo‘lsa, S.S. Raspopovaning ishida ta’lim berishning metodologik muammolari va jurnalistikaning ijodiy faoliyat ekanligi masalalari tahlil qilinadi.

Haqiqatan ham, media muhitda yuz berayotgan o‘zgarishlar, tahririyatlarni boshqarish, tahririyat menejmenti, jurnalist tomonidan kontent yaratishni optimallashtirish masalalari R.Gade P., E.Raviolaning “Integration of News and News of Integration: A Structural Perspective on News Media Changes” [6] asarida qayd etilgan bo‘lsa, tahririyatlardagi o‘zgarishlar ayrim jurnalistlarning ishida ham yangilanishlarni yuzaga keltirgani mualliflar jamoasi tomonidan tayyorlangan “Making Change: Diffusion of Technological, Relational, and Cultural Innovation in the Newsroom” [7] asarida ta’kidlangan.

Ommaviy axborot vositalaridagi texnik va texnologik o‘zgarishlar jurnalistik faoliyatning transformatsiyaga uchrashi emas, balki yangi texnologiyalarga moslashishdir, shunday bo‘lsa-da, ma’lumotlar shaxsiy muloqot yoki telefon orqali olinadi, axborot uchun sabab asosan internetdan olinadi, faks o‘rniga elektron pochta yoki messenjerlardan foydalaniladi [8].

E.L.Vartanova, A.V.Virkovskiy va M.V.Zagidullinalarning fikricha, media muhitning innovatsiyalashuvi raqamli mediakommunikatsiya muhitining yarim subyektli bo‘lishiga olib keldi, an’anaviy va yangi professionallar bilan birgalikda auditoriya ham faol subyekt sifatida harakat qiladi [9].

Asosiy qism

Ushbu o‘zgarishlardan kelib chiqib, raqamli davrda mintaqaviy jurnalistika qanday rivojlanmoqda, jurnalistlar multimedia kontentini qanday tushunmoqda, o‘z bilimlarini yangi zamon talablari asosida takomillashtirib boryaptimi? Ularning kompetentligi qay darajada? Shu masalalar yuzasidan Qoraqalpog‘iston jurnalistlari o‘rtasida ijtimoiy so‘rovnoma o‘tkazildi.

Ijtimoiy so‘rovnomada 102 nafar jurnalist ishtirok etdi. So‘rovnoma “QR OAV” telegram guruhida o‘tkazildi. Bu telegram kanalga Qoraqalpog‘iston Respublikasi jurnalistlarining mutlaq ko‘pchiligi a’zo. Shunday ekan, javoblar Qoraqalpog‘iston jurnalistlarining real holatini qiyosiy tarzda ko‘rsatib beradi. Ijtimoiy so‘rovnoma asosan to‘qqizta savol doirasida olib borildi.

Birinchi savolimiz “Yoshingiz nechada?” degan savol edi. Unga javob bergan 102 nafar respondentning 36,3 foizi 40-50 yosh, 36,3 foizi esa 30-40 yosh, deb javob qaytargan. Demak, bu javobdan ko‘rishimiz mumkinki, respondentlarning o‘rtacha yoshi 30 yoshdan 50 yoshgacha bo‘lgan oraliqda ekani aniqlandi. So‘rovnomada qatnashgan 21 kishi esa 30 yoshdan kichik ekanini ko‘rsatgan. Bu Qoraqalpog‘iston jurnalistikasiga kirib kelayotgan yoshlarning ulushi kam emasligini bildiradi.

Ikkinchi savolimiz “Necha yildan beri jurnalistika sohasida ishlayapsiz?” degan savol edi. Bu savolga respondentlarning 44,1 foizi 1 yildan 10 yilgacha bo‘lgan muddatda jurnalistika sohasida ekanligini bildirgan, 6,9 foiz respondent esa 30 yildan ortiq vaqtdan beri jurnalistika sohasida faoliyat yuritib kelayotgan ekan.

Keyingi savolimiz “Mutaxassisligingiz qanday?” degan savol edi. Javob variantlarida jurnalist, filolog, boshqa mutaxassislik kabi qatorlar bor edi. Bu savolga respondentlarning 87,3 foizi mutaxassisligi bo‘yicha jurnalist ekanligini ko‘rsatib javob bergan. Demak, bu respublika ommaviy axborot vositalari va matbuot kotibi xizmatlarida jurnalistika mutaxassisligini tamomlagan malakali jurnalistlar ishlayotganidan dalolat beradi.

Keyingi savolimiz “Oxirgi marta qachon jurnalistlar uchun mo‘ljallangan o‘quv-seminar, treninglarda qatnashdingiz?” deb nomlangan edi. Bu savolga 42,2 foiz respondent bu yil jurnalistlar uchun mo‘ljallangan o‘quv seminarida qatnashganini ta’kidlagan bo‘lsa, achinarlisi, 27,5 foiz respondent uch va undan ortiq yil davomida seminar-treninglarda qatnashmaganini bildirgan. Achinarli deyishimizning sababi, raqamli texnologiyalar ommaviy axborot vositalari sohasiga shiddat bilan kirib kelayotgan bir davrda jurnalistlarning o‘z malakasini muntazam oshirib borishi, yangi ko‘nikmalarga ega bo‘lishi juda muhim. Zero, media sohasida har yili yangi metodika va texnologik o‘zgarishlar ro‘y bermoqda.

Beshinchi savolimiz “Jurnalistlar uchun mo‘ljallangan onlayn ta’lim platformalarida ko‘nikma va tajribangizni oshirdingizmi?” degan edi. Buni yuqoridagi savolimizning davomi deb atasak ham bo‘ladi. Ushbu savolimiz jurnalistlarning xalqaro jurnalistlar uchun mo‘ljallangan tashkilotlarga integratsiyalashuv jarayoni qay darajada ekanligini ko‘rsatib berishi kerak edi. Afsuski, respondentlarimizning 67.3%i onlayn ta’lim platformalaridan foydalanmaganligini ta’kidlab o‘tishgan. Demak, jurnalistlarimiz kommunikatsiya texnologiyalari imkoniyatlaridan to‘liq foydalanmaydi yoki jurnalistlarning chet tillarini bilishda cheklovlari mavjud. Lekin bir narsani ta’kidlab o‘tishimiz kerak, xalqaro jurnalistik muhitda 2019-yilda yuz bergan pandemiyadan so‘ng onlayn ta’lim platformalarining dolzarbligi oshib ketdi. Chunki, uyda o‘tirib ham jurnalistikadagi zamonaviy tendensiyalar hamda yangi shakl va usullar bo‘yicha o‘z ko‘nikmalarini takomillashtirib borish imkoniyati yaratiladi.

Oltinchi savolimiz “Qaysi ijtimoiy tarmoq va messenjerdan foydalanasiz?” degan edi. Bu savolimizga respondentlarimizning 76.5%i Telegramni ta’kidlagan bo‘lsa, 15,7%i Instagramni, 7.8%i esa Facebookdan foydalanishini bildirgan. “Boshqa” degan javobni esa hech bir respondentimiz belgilamagan. O‘zbekistonda ijtimoiy tarmoq va messenjerlar orasida Telegram yetakchi pozitsiyada ekanligini unutmasligimiz kerak, shu bilan birga Telegramning algoritmlari jurnalistlar uchun juda qulay: fayl almashish, matnli fayllarni kanallarga joylashtirish, auditoriyalarning birlashgan guruhlarini tuzish uchun qulay. Ta’kidlab o‘tilgan bu amallar jurnalistlarning ishida katta ahamiyatga ega. Instagramdan ko‘proq yosh jurnalistlarimiz foydalanadi. Bizning fikrimizcha, jurnalistlarimiz bu ijtimoiy tarmoqdan distributsiya kanali sifatida emas, balki kuzatuv platformasi sifatida foydalanishi aniq. Chunki, qoraqalpoq tilidagi instagram akkauntlari orasida katta auditoriyaga ega mahalliy jurnalistlarni uchratish qiyin. Feysbukdan esa ko‘proq 40 yoshdan oshgan jurnalistlarimiz foydalanadi.

Yettinchi savolimiz esa “Ijtimoiy tarmoq, messenjerlarda o‘z kanalingiz orqali kasbiy faoliyatingizdagi yangiliklar bilan auditoriyani tanishtirib borasizmi?” degan edi. Bu savolimizga respondentlarimizning 49 nafari, ya’ni 48,5%i “Telegram kanalim bor” degan javobni tanlagan bo‘lsa, 40 respondent, ya’ni 39,5%i “tanishtirib bormayman,” 11,9% respondent esa o‘z instagram akkauntida tanishtirib borishini bildirgan. Demak, mahalliy jurnalistlar va matbuot xizmati xodimlari uchun kasbiy faoliyatida Telegramdan foydalanish qulay ekan. Ammo 40 nafar respondentning o‘z kasbiy faoliyatidagi yangiliklar bilan auditoriyani tanishtirib bormasligini ta’kidlagani achinarli holat. Birinchidan, ijtimoiy tarmoq va messenjerlar jurnalistlar uchun auditoriya bilan interaktiv aloqa o‘rnatishning qulay va samarali usulidir. Ikkinchidan, ushbu platformalar orqali yangiliklarni auditoriyaga tez va qulay tarzda yetkazish jurnalistning auditoriya orasida mashhurligini oshirsa, boshqa tomondan, jurnalist ishlayotgan tahririyatning muayyan distributsiya kanaliga aylanadi.

Keyingi savolimiz “Zamonaviy multimedia formatlarining qaysilarini bilasiz?” degan edi. Bugungi kunda jurnalistlar multimedia formatlaridan nafaqat xabardor

bo‘lishi, balki ulardan o‘z faoliyatida foydalana olishi ham kerak, chunki auditoriya e’tiborini tortishda, kontentlarga e’tibor qaratishda multimedia formatlari katta ahamiyatga ega. Respondentlarimizning 55%i infografikani bilishini ta’kidlagan bo‘lsa, "hech qaysisidan xabarim yo‘q" degan variantni 28% respondentimiz tanlagan. Biz javob variantlarida dunyoda ko‘pchilikka ko‘p yillardan beri tanish bo‘lgan formatlarni keltirishni ma’qul ko‘rdik, chunki respondentlarni o‘ylantirib qo‘ymaslik uchun shunday qilgan edik. Biroq, ushbu formatlardan ham bexabarligimiz bizni biroz o‘ylantirib qo‘ydi. Demak, hali ham jurnalistlarimizning ko‘pchiligi zamonaviy media formatlardan xabardor emasligi ko‘zga tashlandi. Qolaversa, biz tomonimizdan keltirilgan formatlar an’anaviy jurnalistika kontentlarini auditoriya uchun jozibador qilish va ularning yaxshi qabul qilib, e’tibor berishlari uchun o‘ylab topilgan formatlar hisoblanadi.

So‘nggi savolimiz “Qoraqalpoq tilida zamonaviy media trendlarni o‘rgatib boradigan onlayn platforma ochilsa, qatnashgan bo‘larmidingiz?” degan savol bo‘ldi. Bu savolga respondentlarimiz “ha” yoki “yo‘q” deb javob berishi kerak edi. So‘rovda qatnashgan respondentlarimizning 98 foizi qoraqalpoq tilidagi onlayn platformalarning zarurligini ma’qullab javob berdi. Demak, bu javobdan ko‘rishimiz mumkinki, jurnalistlarning o‘z ustida yanada ishlab, zamonaviy trendlarni bilib, o‘z ko‘nikmalarini takomillashtirib borishga bo‘lgan ishtiyoqi yuqori ekanligidan dalolat beradi.

Xulosa. Biz tomonimizdan o‘tkazilgan sotsiologik so‘rovnomaning asosiy mohiyati Qoraqalpog‘iston jurnalistlarining media sohasida yuz berayotgan transformatsiyalarni qanday tushunishi, jurnalistlar uchun qanday ko‘nikmalar zarurligi, ularni qayta tayyorlash tizimini takomillashtirish talab etiladimi yoki yo‘qmi, degan masalalarga javob olish edi. So‘rovnoma natijalaridan kelib chiqqan holda, Qoraqalpog‘iston jurnalistlarini qayta tayyorlash jarayoniga integratsiya qilishda ko‘proq qanday ko‘nikmalarga e’tibor qaratish kerakligi yaqqol ko‘zga tashlandi:

1. Jurnalistlar uchun kontentni yangi formatda tayyorlash ko‘nikmalarini takomillashtirish zarurligi aniqlandi. Ya’ni, tayyorlanayotgan kontentlarni multimedia formatlari yordamida yaratish auditoriya e’tiborini jalb qilishda alohida ahamiyatga ega ekanligini tushuntirish.

2. Ma’lumotlar jurnalistikasi. Bugungi ma’lumotlar oqimi tezlashgan va hajmi ortgan davrda bu ko‘nikma juda muhim. Shunday paytda jurnalistlardan katta hajmdagi ma’lumotlardan keraklilarini tanlab olib, statistik usullar yordamida tahlil qilish ko‘nikmasini takomillashtirish talab etiladi.

3. PR va mediakommunikatsiya asoslari. Hozirgi zamon jurnalisti PR xizmati qanday ishlashini bilishi kerak. Chunki bugungi kunda tashkilotlardan ma’lumot olib, ularni tahlil qilish uchun matbuot xizmati mutaxassislari bilan yaqin aloqada ishlashga to‘g‘ri keladi.

4. Kontentlar distributsiyasi. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar odamlarning asosiy axborot olish maydoni ekanligini hisobga oladigan bo‘lsak, jurnalistlar ham ijtimoiy tarmoqlar uchun kontentni qanday yaratish, uni tartibga solish, ilgari surish ko‘nikmalariga ega bo‘lishi kerak.

5. Kontent monetizatsiyasi (daromad olish). Media orqali kontentni sotish murakkab masalalardan biriga aylanib bormoqda. Shunday ekan, jurnalistlar o‘zlari yaratgan kontentlarini qanday qilib pulga aylantirishi mumkinligini, kontent monetizatsiyasining qanday usullari borligini bilishi va uni amalda qo‘llay olish ko‘nikmasiga ega bo‘lishi lozim.

Mana shu talablardan kelib chiqqan holda, jurnalistlarni qayta tayyorlashning yangi formatlarini ishlab chiqish mumkin.

1. Onlayn ta’lim. Masofaviy ta’lim xorijiy davlatlarda tajribadan o‘tgan va uning samaradorligi ham tasdiqlangan. Bunday onlayn vebinarlarni tashkil etish uchun jurnalistlar birlashmalarining faolligi zarur. Bu masalani xorijiy loyihalar asosida ham amalga oshirish mumkin.

2. Interaktiv va amaliy ta’lim. Bu hozirgi vaqtda bir qator mamlakatlarda jurnalistlarning bilimini takomillashtirishda qo‘llanib kelinayotgan amaliyot hisoblanadi. Dastlab onlayn platforma yaratiladi va unda medianing turli sohalari bo‘yicha mini-darslar joylashtiriladi. Onlayn dars uchun ro‘yxatdan o‘tgan foydalanuvchi tizim yaratib bergan tartibda ketma-ket amaliy topshiriqlarni bajarish davomida amaliy ko‘nikmalarga ega bo‘ladi. O‘qish natijasida topshiriqlarni to‘g‘ri va to‘liq bajargan tinglovchilarga sertifikat ham beriladi.

ADABIYOTLAR

1. Свитич, Л.Г. Профессия: журналист: учеб. пособие /Л.Г. Свитич. М.: Аспект-Пресс, 2003.
2. Бухарцев, Р.Г. Творческий потенциал журналиста/ Р.Г. Бухарцев. - М., 1985.
3. Дзялошипский, И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху: некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И.М. Дзялошипский. - М.: Восток, 1996.
4. Корконосенко С.Г. «Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование». М. 2004.
5. Распопова, Светлана Сергеевна. Журналистское творчество: теория и практика освоения: автореферат дис. ... доктора филологических наук : 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. — Москва, 2007. — 53 с..
6. Gade P., Raviola E. (2009) Integration of News and News of Integration: A Structural Perspective on News Media Changes. Journal of Media Business Studies 6 (1): 87−111.
7. Ekdale B., Singer J.B., Tully M., Shawn H. (2015): Making Change: Diffusion of Technological, Relational, and Cultural Innovation in the Newsroom. Journalism & Mass Communication Quarterly 92 (4): 938–958. DOI: 10.1177/1077699015596337
8. Reich Z. (2013) The Impact of Technology on News Reporting: A Longitudinal Perspective. Journalism & Mass Communication Quarterly 90 (3): 417–434. DOI: 10.1177/1077699013493789.
9. Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Загидуллина М. В. Медиатекст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2024. № 3. С. 3–13. DOI: https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2024.31