

**Perxan ALLAMBERGENOVA,**

*O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti doktranti,*

*E-mail:musa20060411@gmail.com*

*+998946107628*

*F.f.d (DSc) T.Mashripova taqrizi asosida*

## MOBIL JURNALISTIKA ZAMONAVIY TENDENSIYA SIFATIDA

Annotatsiya

Mazkur maqolada mobil jurnalistikaning paydo bo'lishi, uning jahon jurnalistikasiga zamonaviy tendensiya sifatida kirib kelishi haqida so'z yuritilgan. Shuningdek, tadqiqotimiz obyekti bo'lgna Qoraqalpog'iston Respublikasi davlat va nodavlat telekanallarida namoyon bo'lishi tahlil etilgan va xulosalar berilgan.

**Kalit so'zlar:** mobil jurnalistika, mojo jurnalistika, tendensiya, televideniye

## МОБИЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ

Аннотация

В данной статье рассказывается о появлении мобильной журналистики, ее вхождении в мировую журналистику как современного направления. Также было проанализировано представление объекта нашего исследования на государственных и негосударственных телеканалах Республики Каракалпакстан и даны выводы.

**Ключевые слова:** мобильная журналистика, моджо-журналистика, тренд, телевидение.

## MOBILE JOURNALISM AS A MODERN TREND

Annotation

This article tells about the emergence of mobile journalism, its entry into world journalism as a modern trend. The presentation of the object of our research on state and non-state TV channels of the Republic of Karakalpakstan was also analyzed and conclusions were given.

**Key words:** mobile journalism, mojo journalism, trend, television.

**Kirish.** Har qanday jurnalist materialini auditoriyaga taqdim etilishida texnikaning ahamiyati juda katta. Bu jurnalistik faoliyatda bevosita bir necha holatlarda namoyon bo'ladi. Buni evolyutsion davrlarni boshidan kechirgan televideniye misolida ham ko'rishimiz mumkin. Masalan, televideniye dastlabki yillari ko'rsatuvlarni studiyadan tayyorlagan bo'lsa, keyinchalik kameralar, ko'chma televizion stansiyalarning amaliyotga tadbiiq etilishi telejurnalistlarning ham amaliy, ham nazariy takomillashib borishiga zamin yaratdi.

Bugun bir necha funksiyalarni o'zida jamlagan kichik bir qurilma smartfon yaratilib, joiz bo'lsa kichik bir (aslida aksi) faoliyat turining yuzaga kelishiga zamin yaratdi. Smartfon ingliz tilidan smartphone "aqli telefon" uyali telefon hamda qo'l kompyuteri vazifasini bajaruvchi moslamadir[1]. Smartfon yillar davomida insoniyatga yanada qulaylik yaratish maqsadida takomillashib bordi. Bu takomillashuv hozir ham kundan-kunga rivojlanib bormoqda. Insoniyat esa mana shu rivojlanish bilan birga hamohang ravishda yangi imkoniyatlarga ham ega bo'ldi. Mobil telefonlar axborotni nafaqat uzatish balki tayyorlash, ishlab chiqarish uslublariga ham katta ta'sir ko'rsata oldi. Bu esa jamiyatda "mobil jurnalistika", "mojo", "internet jurnalistikasi" kabi tushunchalarning paydo bo'lishiga sabab bo'ldi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** "Mojo" atamasi 2005-yildan beri Fort Myers News-Pressda paydo bo'lgan va keyin Qo'shma Shtatlardagi "Gannett" gazetasi tarmog'ida mashhurlikka erishgan[2].

Mobil jurnalistikaning birinchi nusxasi esa 1995-yil 22-fevralda taqiladigan kamera yordamida texnologiya kashfiyotchisi Stiv Mann tomonidan yozilgan[3].

Mobil jurnalistika Yevropa mamlakatlarida 1990-yillarda boshlangan. Bu mobil jurnalistika tarixining birinchi bosqichi deb qaraladi[4]. Mazkur bosqichda hali unchalik takomillashmagan mobil telefonlar imkoniyatlaridan kelib chiqib, suratga olish va ovoz yozib olish kabi qulayliklaridan foydalanilgan holda mojo rivojlanib boradi.

Ikkinchi bosqich esa 2007-yilda "Apple tomonidan "iPhone" telefonlari ishlab chiqarila boshlanganligi bilan e'tirof etiladi[5]. Bu esa mobil telefonlardan foydalanish ko'lamini yanada osonlashtirdi va ko'lamini oshirdi. Suratga olish, ovoz yozish kabi imkoniyatlaridan tashqari sifatli video tasvirlarini muhrlash va internet bilan hamohang rivojlangan mobil telefonlar endilikda axborotni boshqalarga ulashish imkoniyatini ham yaratadi. Yildan-yilga internet tarmog'i bilan bog'liq yangiliklar va o'zgarishlar o'z navbatida mobil telefonlarning shu bilan birga mobil jurnalistikaning shakllanishiga sabab bo'lmoqda.

Jamiyatda axborotga doimo ehtiyoj mavjud bo'lgan. Ammo bugungi davrga kelib, axborotlar taqdim etuvchi manbalarning aksariyati ijtimoiy tarmoqlarga, turli axborot platformalariga to'g'ri kelishini ham ta'kidlash joiz.

Ma'lumotlarga qaraganda, bugungi kunda besh milliarddan ortiq odam mobil qurilmalarga ega va tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, 2025-yilga kelib foydalanuvchilarning 70% dan ortig'i internetga faqat smartfonlar orqali kirishadi[6]. Bu bevosita jurnalistik faoliyatda jumladan, mobil jurnalistikaning faollashuviga zamin yaratadi. Bugun zamonaviy jurnalistika amaliyotida mobil jurnalistikaning 3 ta turi mavjud. Bular:Хаваскор мобил журналистика.

Fuqarolik jurnalistikasi. (Xalq jurnalistikasi).

Professional mobil jurnalistika.

Albatta, havaskor mobil jurnalistikada sifati va saviya professional bo'lmaydi. Chunki ular mutaxassislar emas, ba'zan o'zlari uzatayotgan axborotlarning mohiyatiga tushunmasligi ham mumkin. Havaskorlar asosan, tezkorlikka e'tibor qaratishadi. Shuning uchun ham ular uzatayotgan xabarga imloviy-uslubiy xatolar mavjudligi, ovoz va tasvirlarning sifati talab darajasida bo'lmasligi mumkin.

Ikkinchi turga blogerlarni, mustaqil jurnalistlarni kiritishimiz mumkin. Bu qatlamda ham ma'lumotlar tezkorligi bilan birga shaxsiy munosabat ham, xalq manfaati ham ustun bo'ladi. Taqdim etilayotgan ma'lumotlar boshqa ijtimoiy tarmoqlardan olingan bo'lishi ham mumkin. Bu O'zbekiston amaliyotida ayni paytda kuzatilayotgan tendensiya.

Uchinchi tur professional mobil jurnalistika jahon jurnalistikasida biroz rivojlangan. Hatto ko'plab telekanallar ham ayni vaqtda mobil jurnalistika asosida o'z efir mahsulotlarini tayyorlab uzatishmoqda. Jumladan, Hindistonning "NDTV" va "Al Jazeera" ning "AJ+" muharrirlari o'zlarining video yangiliklarini yoritishda mobil jurnalistlaridan foydalanadilar[7].

Shuningdek, har yili yuzlab mobil jurnalistlar ko'chma jurnalistika anjumanlarida qatnashadilar. Ana shunday anjumanlardan biri Mojo Fest bo'lib, u Irlandiyaning milliy davlat teleradiokompaniyasi RTE bilan hamkorlikda tashkil etiladi[8].

Sir emaski, jahon ofkor ommasi mobil qurilmaga murojaat etishadi. Buni quyidagi ma'lumotlar ham tasdiqlaydi. Ya'ni:

\* mobil qurilmalarda video tomosha qilish ehtimoli kompyuterga nisbatan 1,5 baravar yuqori.

\* Odamlar video tasvirli ma'lumotlarni ko'rishga 5 barobar ko'proq vaqt sarf qilishadi.

\* Tahlillarga ko'ra, yozib olingan ma'lumotlarga qaraganda jonli efir ya'ni, jonli translyatsiya auditoriyasi katta.

\* Odamlarda ma'lum bir vaqtni kutish va ma'lum bir makonda bo'lishdan ko'ra, istalgan vaqtda istalgan makonda axborot olish istagi kuchaydi[9].

**Tadqiqot metodologiyasi.** Mobil jurnalistika konsepsiyasi mobil telefonlarning ommalashishi hamda ularning ko'p jihatdan takomillashtirishdan so'ng jurnalistika sohasidagi muhim yo'nalishga aylandi. Darhaqiqat, internetga ulangach mobil qurilmadan foydalanish va axborot uzatishdagi vazifasi yanada kengaydi. Dunyo davlatlarida mobil jurnalistika nafaqat fuqarolar va jurnalistlar, balki korporativ media-kompaniyalar uchun ham katta axborot maydonini yaratdi. Smartfoni bor va internetga ulangan har bir shaxs endi mobil jurnalistika sohasida kontent ishlab chiqarishda ishtirok etishi, jurnalistik faoliyat bilan shug'ullanishi ham mumkin. Bunda barcha jarayonlarni bir kishi bajaradi, smartfon egasi ma'lum bir voqeani tasvirga olishi, telefonda matn yozishi va tahrir etishi hamda boshqalarga ulashishi, tarqatishi mumkin. Bu jarayonda hamma ishni (tasvirga olish, yozish, montaj qilish va uzatish) faqatgina bir kishi bajaradi. Ma'lumotlarning sifati va haqqoniyligi bo'yicha ham uni uzatgan odamning shaxsan o'zi javobgardir. Mobil jurnalistikaning afzalliklari esa:

-obyektda ijodiy jamoa bajaradigan ishni jurnalistning o'zi bajaradi;

-noqulay joyda 3-4 kishi (rejissyor, operator, chiroqchi, jurnalist) o'rniga jurnalistning o'zi faoliyatni amalga oshiradi;

-respondent intervyu jarayonida hayojonlanish ehtimolidan yiroqroq bo'ladi va natijada, fikrini erkin ifoda etadi.

2017-yilda Reuters instituti tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarda ham, insonlar televideniye kameralari oldida smartfon yordamida olingan intervyuga nisbatan ko'proq hayajonlanishi[10] ta'kidlanadi.

Mobil jurnalistikada axborotning ishonchli yoki ishonchli emasligi, tahlil bilan yoritilmasligi yoki chuqur yondashilmaganligi kabi muammolar kelib chiqishi mumkin.

Ammo professional jurnalist har qanday vaziyatda mas'uliyatni his qiladi. Bu O'zbekiston qonunlarida ifoda etilgan. Mobil jurnalistikada nafaqat tashqi vositalar (ya'ni tripod, monopod, stol usti gorillapodlari va gimbal foydalanish uchun ajralmas aksessuarlar), balki ilovalar va turli mobil dasturlardan ham unumli foydalaniladi, ularning aksariyati internetdan bepul yuklab olinadi. Ko'pgina yangi avlod telefonlari kameralarida aniqlik stabilizatsiyasi, maydon chuqurligi, oq rang balansi, yorug'lik sezgirligi, diafragma va tortishish tezligini sozlash mumkin. Boshqa tomondan, ba'zi ilovalar hali ushbu xususiyatlarga ega bo'lmagan telefon egalari yordam beradi yoki ushbu xususiyatlardan yanada samarali foydalanish imkonini yaratadi[11].

Mobil jurnalistika – jurnalistikaning yangi turi, formati ham yangicha ya'ni, an'anaviy jurnalistikadan farq qiladi. O'ziga xosligi tezkorlik, interaktivlik, kuchlar iqtisodi hamda arzon axborot olish imkoniyatidir. Tezkorligi axborotni voqea joyida olasiz, yozasiz, foto va video bilan boyitasiz hamda uzatasiz.

Interaktivligi mazkur axborot bir vaqtning o'zida millionlab insonlarning qo'lidagi mobil telefonida paydo bo'ladi, ular o'qiydilar, ko'radilar va hatto, munosabat bildirish imkoniga ham egadirlar.

Mamlakatimizda mobil jurnalistika an'anaviy jurnalistikaga nisbatan pandemiya davrida faollashgan esa da, ayni vaqtda ham taraqqiyot bosqichida.

Mobil jurnalistikaning ijobiy tomonlari bilan bir qatorda salbiy jihatlari ham yo'q emas. Jumladan:

Birinchidan, jurnalist mutaxassisligiga ega bo'lmaganlar ham qo'shtirnoq ichida "jurnalist"ga aylangan.

Ikkinchidan, mobil jurnalistikada kontent va tasvirni tekshirish qiyin jarayonga aylandi. Ya'ni, tasvirlarning sifati va kontentning haqiqiy yoki haqiqiy emasligi ham bir masala.

Uchinchidan, voqea-hodisa tahlil uchun yetarli vaqt ajratilmasligi.

Tahlil va natijalar. Mobil jurnalistika o'z navbatida fuqarolik jurnalistikasi, brend jurnalistikasi va ko'plab jurnalistika turlarining paydo bo'lishiga sabab bo'ldi. To'g'rirog'i, bu yangi turlar texnika va texnologiyalarning rivojlanishi bilan ham chambarchas bog'liq. Shuningdek, sayohat (travel) jurnalistikasida mobil jurnalistika imkoniyatlaridan keng foydalanish mumkin. Ammo tadqiqotimiz bo'lgan Qoraqalpog'iston Respublikasi telekanallarida bunday imkoniyatlardan deyarli foydalanishmaydi. Boz ustiga Google va YouTube platformasida mobil kameralardan samarali foydalanish usullari, smartfon imkoniyatlari xususida bir qator kichik ko'rsatmalar ham joy olgan[12]. Ma'lumotlarga qaraganda, AQSHda mobil telefon foydalanuvchilari soni 24 millionga yetgan. Mazkur jarayon 2008-yilda Turkiyada taxminan 15 million mobil telefonlar import qilingan [13].

Qoraqalpog'iston Respublikasida bugungi kuni 1 nafar – Qoraqalpog'iston teleradiokompaniyasining "Qoraqalpaqstan" telekanali va 4 ta nodavlat "JaslarTV", "Ellikqal'a televideniyesi"–ETV, "Amudaryo TV" – "ATV", "To'rtko'l televideniyesi–TTV telekanallari faoliyat yuritadi. Mazkur telekanallar faoliyatini kuzatganimizda asosan, "Qoraqalpaqstan" telekanalida "MOBILE REPORTAJ" titrida mobil reportajdan ayniqsa, karantin davrida (2020-yil 15-mart-2021) samarali foydalanishadi. Masalan, Qoraqalpog'istonning olis Mo'ynoq tumanida Navro'z bayramining nishonlanishi jurnalist Baxt Tolepova tomonidan mobil reportajda yoritilgan. Jurnalist Jamila Janibekova Nukus tumanida bo'lib o'tgan "Biz sog'lom turmush tarafdorimiz" g'oyasida "5000 qadam" tadbirini mobil reportajda yoritdi. Bundan tashqari o'lka televideniyesida mobil intervyu ham uzatiladi. Bu "Xabar" axborot dasturining "Sport" sahifasida ko'proq ko'zga tashlanadi. Unda musobaqada g'olib bo'lgan chempion chempionat o'tkazilayotgan davlatdan telefon orqali intervyu beradi. Demak kuzatishlarimizga ko'ra, "Qoraqalpaqstan" telekanalining "Xabar" axborot dasturining faqat qoraqalpoq tilidagi sonlarida mobil reportaj va mobil intervyu uzatiladi. O'zbek va rus tillardagi sonlarida esa uzatilmaydi. Buni o'zbek va rus tillarida tegishli ijodkor mutaxassislarining yo'qligi bilan izohlash mumkin. Shuning uchun ham qoraqalpoq tilidagi muhim syujetlarni o'zbek va rus tillardagi dasturlarning diktoralari tarjima qilib beradi, xolos. Tematik yoki mualliflik dasturlarida esa kuzatilmaydi.

Aslida Qoraqalpog‘iston Respublikasidagi mavjud telekanallarning YouTube va boshqa ijtimoiy tarmoqlarda o‘z rasmiy sahifalari mavjud. Ammo ularga efirga uzatilgan dasturlar joylashtiriladi. YouTube va ijtimoiy tarmoqlar uchun maxsus dasturlar tayyorlanmaydi.

Mobil jurnalistika jamoatchilik fikrining paydo bo‘lishi va yaratilishida ko‘proq ta‘sir kuchga ega. Mobil qurilmalarni afzal biluvchi keng auditoriya paydo bo‘ldi. Bu esa mobil jurnalistika kuzatuvchilari sonining tobora oshib borayotganini anglatadi.

Sir emaski, 10 yillar oldin mobil qurilmaga aloqa vositasi yoki axborot olishning qo‘shimcha vositasi sifatida qaraldi. So‘nggi vaqtlari mobil jurnalistika professional jurnalistika uchun muhim manbaaga aylandi. Ishlab chiqarilayotgan mahsulot mobil jurnalistikada tez va samarali jarayon sifatida namoyon bo‘ladi. Auditoriya bilan faol kommunikatsiya jarayonlari yuzaga keladi.

Bugun dunyoda ko‘pgina telekanallar mobil jurnalistikaning ahamiyatini, afzalliklarini chuqur his etib allaqachon smartfon yordamida tasvirga olingan dasturlarni efirga uzatishmoqda. Jumladan, Fidjidadagi “FBS”, Kanadadagi “SBS”, Hindistondagi “NDTV” kabi telekanallar shular jumlasidandir. Nafaqat ko‘rsatuvlar balki smartfon yordamida tasvirga olingan uzun metrajli televizion hujjatli filmlar ham telekanallar efridan joy olgan[14].

Jahonda aksariyat jurnalistlar allaqachon smartfonning oddiy aksessuarlari yordamida ko‘rsatuvlarni aholining keng qatlamiga taqdim etishga erishishmoqda. Natijada, ularning qulay va oson muloqot qila oladigan auditoriyasi shakllanishiga xizmat qilyapti. Mojo mobil media ishlab chiqarish, mobil kontent yaratish, mobil marketing va reklama paydo bo‘lishida birlamchi omil bo‘lib xizmat qildi,-deyish mumkin.

Mobil aloqa sektori butun dunyodagi internet sektoriga qaraganda dinamikdir va‘ni, harakatli, taraqqiy etgan. Shuning uchun har kuni yangi mobil ilovalar, texnologiyalar, mobil dasturlar hamda biznes modellari, shakllari paydo bo‘lmoqda. Insoniyat innovatsiyaga moslashmoqda.

Bugun insoniyat kun davomida uchta asosiy ekranga boqadi:

birinchisi televizor,

ikkinchisi kompyuter ekрани

uchinchisi rivojlangani va keng tarqalgani bu – smartfon ekranidir.

Mobil media – yangi medianing bir qanotidir. U aloqa vositalarini raqamlashtirish natijasida paydo bo‘ldi. Mobil media internet va medianing birlashuvidan yuzaga keldi. Yangi media imkoniyatlari qo‘l telefonlari va kompyuterlar orqali namoyish etilmoqda. Mojoning qulayliklari nimalardan iborat?

to‘g‘ridan-to‘g‘ri translatsiya qilish imkoniyatining mavjudligi;

axborot to‘plash va uni uzatishdagi qulayligi;

universallik;

вактни тежаш.

Kamchiliklari:

tasvirlar va montaj professional darajada bo‘lmasligi;

ishsizlar soni ortishi;

kontent sifat talablariga javob bermasligi.

Mobil jurnalistikaning muammolari sifatida ham bir necha masalalarni ko‘rib chiqamiz. Masalan,

axborot manbalarining noaniqligi,

taqdim etilgan xabarning to‘g‘ri yoki soxta ekanligi haqida ma‘lumotning bo‘lmasligi,

insonning shaxsiy huquqlari poymol etilishi, shaxsiy sirlarning oshkor etilishi singari muammolar ko‘zga tashlanadi.

Mobil jurnalistikasining bir qancha o‘ziga xos jihatlari mavjud. Xususan:

- global tarmoqning imkoniyati keng miqyas kasb etishi;

- ma‘lumotlar uzatishdagi tezkorlik;

- ish jarayonining markazlashtirilmagani;

- hamma uchun ochiqligi;

- axborot tarqatuvchi va kuzatuvchi tomonidan nazorat qilinishi;

- iqtisodiy jihatdan qulayligi;

- ishchi kuchi iqtisodi;

- mobil qurilmalardagi dasturlarning takomillashuvi.

Aynan mazkur xususiyatlar mobil imkoniyatlardan foydalanuvchilar sonining yildan-yilga ortib borishiga sabab bo‘layapti.

Xulosa va takliflar. Mobil jurnalistikani o‘ziga xos qiladigan ikkita narsa bor. Birinchidan, bu muxbirlarga bir qurilma bilan ko‘plab ishlab chiqarish va tarqatish faoliyatini amalga oshirish imkonini beradi. Ikkinchidan, tomoshabinlar kontent ishlab chiqarish vositalaridan ham foydalanishlari mumkin. Bu hikoya qilishning yangi shakllariga imkon beradi va jurnalistikaga yanada inklyuziv yondashuvni qo‘llab-quvvatlaydi. Smartfonga ega bo‘lgan yoki undan foydalanish imkoniga ega bo‘lgan jurnalistlar qimmat uskunalar sotib olmasdan turib, videojurnalistika, radiojurnalistika, podkast, fotografiya kabi ko‘nikmalarni rivojlantirishlari mumkin.

Jurnalist – axborot maydonida asosiy figura hisoblanadi. Uning professional mahorati, mavqei va salohiyati nafaqat o‘zining, sohaning taqdirida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘ladi, balki jamiyat hayotiga ham jiddiy ta‘sir ko‘rsatadi.

So‘nggi yillari mobaynida O‘zbekiston, jumladan, Qoraqalpog‘iston ommaviy axborot vositalarida siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa yangiliklarni yoritishda onlayn-video yangiliklaridan samarali foydalanilmoqda. Bu yuz berayotgan voqea haqida tezkor ma‘lumot berish, tomoshabinga o‘zini voqelikning bir qismi sifatida his qilish imkonini beradi. Shunday ekan, mobil jurnalistikadan nafaqat davlat telekanallari, balki nodavlat telekanallar ham informatsion, ham tematik, muallif dasturlarda ham unumli foydalanishi lozim.

#### ADABIYOTLAR

1. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Smartfon>
2. Martyn, Peter H (1 April 2009). “The Mojo in the Third Millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see?”. Journalism
3. [https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_journalism](https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_journalism)

4. <httpswww.movophoto.compagesmojo-mobile-journalism>
5. <httpswww.movophoto.compagesmojo-mobile-journalism>
6. <httpsijnet.orgrustory>
7. [“How AJ+ reported from Baltimore using only mobile phones”](#)(эн). Пойнтер.
8. [httpsen.wikipedia.orgwikiMobile\\_journalism](httpsen.wikipedia.orgwikiMobile_journalism)
9. <httpsnewreporter.org20180116kak-stat-professionalnym-mobilnym-zhurnalistom-sovety-ssylki>
10. MOJO Avantajlar
11. <https://www.terabayt.uz/post/xiaomi-smartfonlarida-sifatli-suratga-olish-uchun-kamerani-qanday-sozlaymiz>
12. CEP TELEFONU TELEVIZYON
13. MOJO Avantajlar
14. <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/260107/1/61-64.pdf>
15. <httpselib.bsu.by/bitstream/123456789260107161-64.pdf>
16. <httpselib.bsu.by/bitstream/123456789260107161-64.pdf>