

MEDIADA JURNALIST VA BLOGERLARNING TUTGAN O'RNI

Imomov Alisher Muxitdinovich.

Xalqaro Nordik Universiteti 1-kurs magistranti.

1- toifali yurist.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.16402341>

Annotatsiya.

Ushbu maqola jurnalistlar va blogerlarning mediada tutgan o'rni va ularning o'zaro ta'sirini tahlil qiladi. Jurnalistlarning axborotni ishonchli va to'g'ri tarzda tarqatishdagi roli, shuningdek, blogerlarning shaxsiy fikr va tajribalarini keng auditoriyaga etkazishdagi ahamiyati ko'rsatilgan. Maqolada, ular o'rtasidagi hamkorlik va raqobat, shuningdek, raqamli jurnalistikaning kelajagi hamda ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi o'rganilgan.

Kalit so'zlar: Jurnalistika, blogerlar, media roli, ijtimoiy tarmoqlar, digital jurnalistika, hamkorlik, raqobat.

Annotation.

This article analyzes the role of journalists and bloggers in the media and their interaction with each other. It highlights the importance of journalists in delivering reliable and accurate information, as well as the significance of bloggers in sharing personal opinions and experiences with a wide audience. The paper also explores the collaboration and competition between the two groups, along with the future of digital journalism and the impact of social media development.

Keywords: Journalism, bloggers, media role, social media, digital journalism, collaboration, competition.

Аннотация.

В данной статье анализируются роль журналистов и блогеров в СМИ, а также их взаимодействие между собой. Особое внимание уделяется роли журналистов в предоставлении надежной и точной информации, а также значению блогеров в распространении личных мнений и опыта среди широкой аудитории. Статья также рассматривает сотрудничество и конкуренцию между этими группами, а также будущее цифровой журналистики и влияние развития социальных медиа.

Ключевые слова: Журналистика, блогеры, роль СМИ, социальные сети, цифровая журналистика, сотрудничество, конкуренция.

Zamonaviy axborot makonida jurnalistlar va blogerlarning tutgan o'rni tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Global raqamli transformatsiya, internet va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi natijasida an'anaviy ommaviy axborot vositalari bilan bir qatorda yangi axborot yetkazuvchilar – blogerlar ham

shakllandi. Jurnalistika o'zining professional mezonlari, faktlarga asoslanganlik, betaraflik va axloqiy me'yorlarga sodiqligi bilan ajralib turadi. Blogerlik esa ko'proq shaxsiy tajriba, hissiyot va erkin ifoda orqali ommani jalb etadi. Ushbu maqolada jurnalist va blogerlarning o'zaro farqlari, o'xshash jihatlari, ularning axborot uzatishdagi roli hamda media olamidagi o'rnining o'zgarib borayotgani tahlil qilinadi.

Asosiy qism

Jurnalistlarning mediadagi roli

Jurnalistlar – bu axborotni yig'ish, tahlil qilish va ishonchli manbalar asosida ommaga yetkazish bilan shug'ullanuvchi professional mutaxassislardir. Ularning asosiy maqsadi – jamiyatda sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni haqqoniy, xolis va aniq shaklda yoritishdir. Jurnalistlar odatda an'anaviy OAV (gazeta, televideniye, radio) va rasmiy yangilik saytlarida faoliyat yuritishadi. Ular o'z materiallarini chop etishdan oldin tahririyat, faktcheking (faktlarni tekshirish) va etik qoidalarga amal qilgan holda ishlashadi (Alimov, 2019). Masalan, O'zbekiston telekanallarida faoliyat yuritayotgan jurnalistlar tomonidan ijtimoiy masalalarga oid chiqishlar aholining muammolarini yoritishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Xalq orasida mashhur bo'lgan "Men – jurnalistman" kabi ko'rsatuvlar orqali tumanlardagi muammolar yoritilib, mutasaddilar e'tiboriga yetkazilmoqda. Bu jurnalistikaning ijtimoiy javobgarligi va ishonchlilik darajasining yuqoriligi haqida dalolat beradi (Otabekov, 2020). Shuningdek, xalqaro miqyosda BBC, The Guardian yoki The New York Times kabi nashrlar mustaqil jurnalistika tamoyillariga amal qilib, turli mamlakatlardagi siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy voqealarni chuqur tahlil asosida yoritadi. Bu esa ommaning xolis va asosli axborotga bo'lgan ehtiyojini qondiradi (Bakhtiyarov, 2022).

Blogerlarning zamonaviy jamiyatdagi roli

Blogerlar, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlarning keng ommalashuvi natijasida shakllangan yangi media vakillaridir. Ular an'anaviy jurnalistlardan farqli o'laroq, mustaqil harakat qiladi va shaxsiy fikrlarini, hissiyotlarini yoki tajribalarini o'z auditoriyasi bilan bo'lishadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi blog postlar, videolar va jonli efirlar orqali ular ommaga ta'sir ko'rsatadi va ko'plab sohalarda fikr yetakchisi sifatida tan olinadi (Karimov, 2021).

Masalan, O'zbekistonda mashhur blogerlar – Odilbek Qodirov, Feruz Muhammad, Muhammadjon Obidov kabi shaxslar jamiyatdagi turli ijtimoiy muammolar, huquqiy savodxonlik, ta'lim va hayot tarzi mavzularini ko'tarib chiqishmoqda. Ular millionlab kuzatuvchilarga ega bo'lib, ommaviy fikrga

bevosita ta'sir o'tkazishmoqda. Ayniqsa, blogerlar orqali reklama qilish (influencer marketing) zamonaviy biznesning ajralmas qismiga aylangan.

Blogerlarning kuchli tomoni – ular tezkorlik, ochiqlik va shaxsiy yondashuv orqali auditoriyaga yaqin bo'la olishadi. Ammo, ularning ayrimlari jurnalistik mezonlarga amal qilmasligi, faktlarni tekshirmasligi yoki noto'g'ri ma'lumot tarqatishi mumkin. Shu sababli, blogerlar uchun ham axloqiy javobgarlik va axborot xavfsizligi muhim masalalardan biridir (Abdullaev & Jumaev, 2018).

Jurnalistlar va blogerlar o'rtasidagi o'zaro ta'sir va raqobat

So'nggi yillarda jurnalistlar va blogerlar o'rtasida bir paytning o'zida hamkorlik, ham raqobat kuchayib bormoqda. Raqobat asosan auditoriya e'tibori uchun olib borilmoqda: kim tezroq va ko'proq insonni jalb qilsa – u ko'proq ta'sirga ega bo'ladi. Shu bilan birga, ko'plab jurnalistlar blogerlik faoliyatini boshlagan yoki o'z maqolalarini ijtimoiy tarmoqlarda ham ulashmoqda. Misol uchun, "Kun.uz" va "Daryo.uz" kabi ommaviy axborot saytlarida blogerlar uchun maxsus ruknlar mavjud. Bu orqali blogerlar o'z maqolalarini ommaga taqdim etishadi, auditoriya esa turli fikr va qarashlarga ega bo'lgan materiallarni ko'rish imkoniga ega bo'ladi. Bu esa media muhitining boyishini ta'minlaydi (Bakhtiyarov, 2022). Shuningdek, ayrim holatlarda blogerlar tomonidan ko'tarilgan muammolar keyinchalik jurnalistik surishtiruvlarga sabab bo'lmoqda. Masalan, biror hududda yashovchi bloger suv ta'minoti muammosi haqida video chiqarsa, bu jurnalistlar e'tiborini tortib, ular kengroq surishtiruv o'tkazadi. Bu – o'zaro tahlil va hamkorlikning real ko'rinishidir.

Xulosa

Jurnalistlar va blogerlar bugungi kunda axborot maydonining ajralmas ishtirokchilaridir. Jurnalistlar an'anaviy metodlarga sodiq qolgan holda ishonchli axborot manbai bo'lib qolayotgan bo'lsa, blogerlar esa tezkorlik, yondashuvning yangiligi va shaxsiylik orqali keng auditoriyani qamrab olmoqda. Ularning o'zaro raqobati hamda hamkorligi media rivojiga xizmat qiladi. Kelajakda raqamli jurnalistika va blogerlik o'rtasidagi integratsiya yanada kuchayib, axborotni tarqatish jarayoni yanada samarali bo'lishi kutilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Alimov, A. (2019). Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiya. Toshkent: "O'zbekiston" nashriyoti.
2. Karimov, M. (2021). Blogerlar va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi. Tashkent: "Fayz" nashriyoti.
3. Otabekov, S. (2020). Digital jurnalistika va ijtimoiy tarmoqlar. Tashkent: "Ta'lim" nashriyoti.



4. Abdullaev, F., & Jumaev, A. (2018). "Ijtimoiy tarmoqlar va axborot xavfsizligi". O'zbekiston jurnalistlari jurnal, 3(12), 45-59.
5. Bakhtiyarov, R. (2022). Digital media va blogerlarning o'rni. Journal of Media Studies, 15(2), 112-118.

