

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

ONLAYN OAVNING AUDITORIYA BILAN HAMKORLIGI: RESURSLAR VA IMKONIYATLAR (MILLIY INTERNET NASHRLARI MISOLIDA)

Qundiz Pirimbetova,
O'zJOKU, Internet jurnalistika
yo'nalishi magistranti

***Annotatsiya.** Internetning tezkorligi, interaktivligi, multimedia va boshqa ko'plab noyob xususiyatlari tufayli auditoriyaning e'tiborini o'ziga ko'proq tortmoqda. Shuning uchun axborot bozorida o'z mavqeini saqlab qolish va zamon bilan hamnafas bo'lishni xohlagan ko'pgina an'anaviy OAV, Axborot agentliklari ham Internetda o'z axborot saytlariga egalar. Internet ularga nafaqat zamonaviylikni, balki jahon axborot bozoriga integratsiyalashish imkoniyatini ham yaratib bermoqda. Ayni shu davrda endi jurnalist faqatgina material tayyorlashi emas, balki tayyorlagan materialini ommalashtirish bilan bir qatorda uni auditoriya bilan ham kollobaratsiya qilishni ko'nikmalariga ega bo'lishi kerakligi yaqqol ko'zga tashlanmoqda. Ushbu maqola orqali milliy onlayn nashrlar hamda ularning multimediyaviy materiallarni tayyorlashda auditoriya bilan ishlashi haqida fikr yuritiladi.*

***Kalit so'zlar:** milliy nashrlar, multimediyaviy jurnalistika, internet, auditoriya bilan ishlash.*

***Abstract.** Due to the speed, interactivity, multimedia and many other unique features of the internet, it attracts the attention of the audience more and more. That is why many traditional media, news agencies, who want to maintain their position in the information market and keep up with the Times, also have their own information sites on the Internet. The Internet is giving them not only modernity, but also the opportunity to integrate into the world Information Market. In this same period, it is now evident that the journalist should not only prepare the material, but also have the skills to collobarize it with the audience, in addition to popularizing the material he has prepared. This article reflects on national online publications as well as their work with the audience in the preparation of multimedia materials.*

***Keywords:** national publications, multimedia journalism, colloboration, work with audiences.*

Texnologiyalarning jadallik bilan rivojlanishi mamlakatimizda ham internet jurnalistikaning ommalashishiga olib keldi. Hozirda Internet jurnalistika O'zbekiston ommaviy axborot vositalari ichida tezkorligi bo'yicha birinchi, auditoriyasining ko'pligi va ta'sir doirasining kengligi bo'yicha televideniadan so'ng ikkinchi o'ringa chiqib oldi.

Internet jurnalistika eng tezkor OAV sifatida matbuot, radio, televidenie imkoniyatlarini o'zida jamlamoqda. Endi siz biron axborot bilan tanishish uchun gazeta chop etilishini, TV yoki radioda yangiliklar dasturi boshlanishini kutib o'tirmaysiz. Eng katta internet-nashrlari matn, foto, tasvir, ovoz, infografika kabi elementlardan foydalanib, xabarlarini interaktiv tarzda yetkazmoqda. Internet-radio va Internet-televideniye yo'nalishi ham jadallik bilan rivojlanmoqda.

Hozirda .uz milliy domenida 126080 dan ortiq nom ro'yxatga olingan, ulardan 600dan ko'prog'i OAV sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilgan [1].

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi taqdim qilgan ma'lumotlarga ko'ra, 2022-yil yanvar oyi holatiga ko'ra, O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni 25 000 000 kishidan oshgan [2]. Bu o'tgan yilgiga nisbatan 5,3 milliondan ziyod bo'lib, O'zbekiston jami aholisining 63 foizi global tarmoq foydalanuvchisiga aylangan. Ularning aksariyati internetdan mobil telefonlari orqali foydalanadilar. O'zbekistondagi mobil telefon abonentlari soni esa 22 800 000 kishidan oshgan. Taqqoslash uchun: mamlakatimizda internet foydalanuvchilari soni 2000-yili 7500, 2005-yili 675 000, 2010-yili 6 500 000, 2015-yili 10 200 000 kishini tashkil etgan.

Bugun internetning o'zbek segmentida eng ommaviy saytlar kundan kunga ko'paymoqda. 2018-yil holatiga ko'ra, ular asosan daryo.uz va kun.uz yangilik saytlari bo'lgan bo'lsa, hozirgi kunga kelib gazeta.uz, anhor.uz, xabar.uz, xabardor.uz, bugun.uz saytlari faol tarzda ishlab kelmoqda. 2024-yil yanvar oyi holatiga ko'ra, daryo.uz saytiga bir kunda 500 920 kishi (2 719 266 ta sahifa o'qilgan), kun.uz saytiga esa, 750 412 kishi tashrif buyurgan (3 526 726 ta sahifa o'qilgan). Ushbu saytlarga o'tgan yilning shu davriga nisbatan 30 foiz ko'p foydalanuvchi tashrif buyurgan.

Shuni takidlab o'tish kerakki, mamlakatimizda 2017-yildan boshlab internet foydalanuvchilarining keskin oshishi internetdagi ba'zi bir fikrlarning olib tashlanishi, nisbatan OAVdagi erkinliklar samarasi hamda ularning internet saytlarida batafsil va tezkor yoritilishi bilan bog'liqdir.

Hozirda O'zbekiston Markaziy Osiyo davlatlari orasida internet jurnalistika taraqqiyoti borasida Qozog'istondan so'ng ikkinchi o'rinda turibdi. Qozog'istonda internet foydalanuvchilari soni 15 million kishi bo'lib, umumiy aholining 56 foizini tashkil etadi. Mamlakat internet segmentida yangiliklar saytlari ommaviy bo'lib, eng katta xabar portali tengrnews.kz saytiga kuniga 1 000 000 dan ortiq foydalanuvchi tashrif buyuradi.

Markaziy Osiyo davlatlarining barchasida yangiliklar saytlari eng ko'p kiriladigan saytlardir. Rossiya va boshqa rivojlangan davlatlarda ommabop saytlar ro'yxatini milliy internet korporatsiyalari egallagan (Rossiyada — Yandex, AQShda — Google, Xitoyda — Baidu). O'zbekistonda ham ma'lumotlar qidiruvi, elektron pochta, yangiliklar, videoxosting, tarjimon, savdo platformasi, disk, ob-havo, entsiklopediya, ish izlash kabi yuzlab servislarni jamlagan, kuchli himoyalangan va qulay ishlash tizimiga ega bo'lgan milliy internet korporatsiyasiga ya'ni konvergent tahririyatga ehtiyoj bor [3].

O'zbekistonda garchi konvergent tahririyat mavjud bo'lmasa-da, uning elementlari mavjud bo'lgan va ayni kunlarda rivojlanib kelayotgan OAVlar ham

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

talaygina. Masalan, kun.uz , daryo.uz , gazeta.uz kabi yirik onlayn nashrlarning faoliyatini kuzatadigan bo'lsak, ular bir mazmundagi axborotni turli formatlarda turli platformalar orqali taqdim etishadi. Ushbu nashrlarning o'z saytlari bo'lishi bilan bir qatorda ularning Telegram messengerida, shuningdek, Instagram, Facebook, Twitter (X) kabi ijtimoiy tarmoqlarda ya'ni Metaning partallarida, shu jumladan YouTube platformalarida ham sahifalari mavjud. Afisha Media qoshida tashkil etilgan Gazeta.uz nashrining bir qancha kolleboratsiya shaklida ishlovchi Afisha.uz, Zira.uz kabi saytlari mavjud.

Milliy nashrlar orasida raqobat nisbatan yuqori. Xususan, yangiliklar sferasida kun.uz hamda daryo.uz nashrlari ildamlikni qo'lga olgan. Yangi chiqib kelayotgan nashrlar ushbu nashrlar orasida o'z o'rnini topishi va rivojlanib ketishi uchun ulardan faqatgina materiallarini e'lon qilibgina qolmay, ularni o'ziga xos uslubda taqdim etish, bir so'z bilan aytganda ular taqdim etayotgan materiallar o'zining "tone of voice" iga ega bo'lishi talab etilmoqda.

Kun.uz nashri kuzatuvchilari yaxshi sezgan bo'lsa kerak, nashr 2021-yilda yangiliklar taqdim etishdan ko'ra, asosiy e'tiborini tahlilga qaratdi. Unda ko'proq ijtimoiy hamda siyosiy mavzularning yoritilishi ko'zga tashlanadi. Daryo.uz nashri esa, ko'proq ijtimoiy hamda mayishiy mavzularga urg'u qaratadi. Uning boshqa saytlardan ajralib turuvchi yana bir jihati auditoriya bilan yaxshi ishlay olishidadir. Gazeta.uz nashrida esa ko'proq longrid hamda storytelling kabi O'zbekistonda hali u qadar rivojlanmagan, ammo internet jurnalistikaning o'ziga xos yo'nalishlaridan biri bo'lgan material taqdim etish formati ko'zga tashlanadi.

Yuqorida daryo.uz nashrining auditoriya bilan faol tarzda ishlashi haqida aytib o'tdik. Albatta, hozirgi kunda istalgan odamda gadjetlar hamda doimiy internet mavjud va bu oldingi davrlarga nisbatan OAV ning ta'sir kuchini kamaytirishga ta'sir qilmay qolmaydi. Negaki, istalgan shaxs o'z smartfoni orqali istalgan ma'lumotni istalgan platforma orqali uzata oladi. Ayni shu sabab ham ma'lumotlar bazasi soniya sari ortib, unda turli xildagi: xoh yolg'on, xoh rost ma'lumotlar tarqalmoqda. Daryo.uz nashrining bu davrga moslashgan holda auditoriya bilan ishlayotganligi, shu jumladan, kolleboratsiyani yo'lga qo'yganligini uning "Lifestyle" yo'nalishidagi materiallari orqali kuzatishimiz mumkin. Ushbu ruknda mashhurlar hayoti, ularning tarmoqlarda joylagan yangiliklari qiziqarli tarzda taqdim etiladi [4]. Shuningdek, ushbu saytda "Hafta deyjest" rukni ostida maqolalar chop etilgan bo'lib, unda asosiy e'tibor tarmoq foydalanuvchilarining o'z sahifalarida yuklagan materiallarini taqdim materialni suratga olgan holda taqdim etish yo'lga qo'yilgan. Bu shaklda auditoriya bilan ishlashni Teznews hamda bugun.uz saytlari ham tajriba qilib ko'rgan.

ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

Gazeta.uz nashrida esa, ma'lum bir ahamiyatga ega bo'lgan mavzular yuzasidan tarmoqda faol va ko'plab obunachilariga ega bo'lgan tarmoq foydalanuvchilaridan intervyu olish holatlari ko'zga tashlanadi. Xabardor.uz nashrida ham ko'plab bookbloggerlar columnist sifatida faoliyat olib borishadi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, internet nashrlari o'zlarining o'quvchilarini ko'paytirish uchun auditoriya bilan hamkorlikda ishlashning turli yo'llarini sinab ko'rgan va sinab ko'rishda davom etmoqda. Albatta, hozirgi kunda internetda buning uchun har qanday resurs mavjud va bu foydalanuvchilarda ham nashrlarda ham qo'shimcha zarurat tug'dirmaydi. Kolloboratsiyaning yo'lga qo'yilganligi esa auditoriyani yanada ishonishga va ushbu saytlarni muntazam kuzatishga undaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://www.cctld.uz/stat/> rasmiy domenlarni tekshirish portali
2. <https://gov.uz/digital/news/news/> O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligining rasmiy sayti
3. Hurriyat.uz nashri. <https://uzhurriyat.uz/2018/02/21/o-zbekistonda-internet-jurnalistika/>
4. <https://daryo.uz/category/multimedia> daryo.uz nashri lifestyle rukni