

AN'ANAVIY VA MULTIMEDIYAVIY JANRLARNING O'XSHASH VA FARQLI TOMONLARI**Muxlisa Abdullayeva***O'zJOKU Jurnalistika yo'nalishi**1-bosqich magistranti**Tel: +998943690307**abdullayevamuxlisa75@gmail.com*

ANOTATSIYA: Ushbu maqolada jurnalistikaning an'anaviyligi va multimediyaviyligi o'rganib chiqildi. Janrlarning o'xshash va farqli tomonlari bugungi media misolida chuqur tahlilga tortildi. Maqola ilmiy nazariy jihatdan o'rganilib, janrlarning zamonaviy mediadagi o'rni yoritib berildi.

Kalit so'zlar: media, konvergensiya, raqamlashuv, multimedia, an'anaviylik, demokratiya, dezinformatsiya, jurnalistika

АННОТАЦИЯ: В статье рассматриваются традиционные и мультимедийные аспекты журналистики. Сходства и различия между жанрами подробно анализируются на примере современных СМИ. Статья научно и теоретически изучается, а также подчеркивается роль жанров в современных СМИ.

Ключевые слова: медиа, конвергенция, цифровизация, мультимедиа, традиционализм, демократия, дезинформация, журналистика

ANNOTATION: The article discusses traditional and multimedia aspects of journalism. Similarities and differences between genres are analyzed in detail using the example of modern media. The article is scientifically and theoretically studied and the role of genres in modern media is emphasized.

Keyword: media, convergence, digitalization, multimedia, traditionalism, democracy, disinformation, journalism

Bugungi kunda OAV an'anaviy va yangi media sifatida ikkiga bo'linadi. O'tmishda o'z ahamiyatini tezda yo'qotayotgan gazeta, jurnal, radio va televideniye kabi an'anaviy media vositalari smartfon ilovalari, ijtimoiy media platformalari va internet har kuni o'z ahamiyatini oshirib borayotganiga guvoh bo'layapmiz.

Ijtimoiy media va an'anaviy ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi farqlar vaqt o'tishi bilan tobora ko'proq aniq bo'lib bormoqda va gazetalar, jurnallar va hatto televizor reytinglari tobora pasayib bormoqda. Ma'lumki, ijtimoiy media va an'anaviy media o'rtasidagi farqlar dastlab radio orqali yaqqol namoyon bo'ldi. Bir paytlar otabobolarimiz hayrat bilan kuzatib kelgan radiodasturlarning ahamiyati televideniyaning boshlanishi bilan kamayib ketdi. Xuddi shunday, internetning keng qo'llanilishi bilan

televideniya o'zining avvalgi ahamiyatini yo'qotdi. Hozirgi vaqtda radio, televidenie, jurnal va gazetalarning barchasi kichik telefon ichiga sig'ishi mumkin. Darhaqiqat, yangi media va an'anaviy media o'rtasidagi farqlar birinchi navbatda shunday paydo bo'ladi. Keling, boshqa farqlar va bu farq qanday paydo bo'lganligi haqida mulohaza yuritaylik. Avvalo, an'anaviy media va yangi media nima ekanligini tushunib olishimiz zarur. An'anaviy ommaviy axborot vositalari ommaviy axborot vositalarining bir turi bo'lib, unda aloqa bir tomonlama, maqsad odamlarga xabarni faqat media vositalari orqali etkazishdir. Bu sohani telekanallar, gazetalalar, radio va jurnallar qamrab oladi. Yangi media 20-asr ixtirosi bo'lib, uni raqamli tarkibga ega bo'lgan ommaviy axborot vositalari turi sifatida tushuntirishimiz mumkin. Internet, veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, aqlli qurilmalar va raqamli ilovalar ushbu sohani qamrab oladi. Endi biz ushbu ikki ommaviy axborot vositalarini tushuntirib berganimizdan so'ng, ularning orasidagi farqni ko'rib chiqaylik. An'anaviy ommaviy axborot vositalarida muloqot bir tomonlama bo'lsa, yangi mediada muloqot o'zaro. An'anaviy ommaviy axborot vositalarida fikr-mulohazalarni qabul qilish qiyin bo'lsa-da, bu jarayon yangi mediada osonroq. An'anaviy ommaviy axborot vositalarining narxi yuqori bo'lsa-da, yangi ommaviy axborot vositalarining narxi past. Yangi media bizga an'anaviy ommaviy axborot vositalariga qaraganda ko'proq tezkor, yangiliklar imkoniyatlarini taklif qiladi. Yangi ommaviy axborot vositalari an'anaviy ommaviy axborot vositalariga nisbatan kamroq markazlashgan tuzilishga ega, boshqacha aytganda, yangi ommaviy axborot vositalari tarqoq va keng tarqalgan. Yangi media an'anaviy ommaviy axborot vositalariga qaraganda kamroq nazorat qilinadi va odamlarning tanloviga ko'proq ochiq. Yangi ommaviy axborot vositalarida ozchiliklar o'z ovozlari osonroq eshittirishlari mumkin, ammo bu demokratiyaga ham tahdid solishi mumkin. An'anaviy OAV yangi mediadan ko'ra nufuzliroq. An'anaviy ommaviy axborot vositalarida yanada professional va ko'proq tashkillashtirilgan yangiliklar tizimi mavjud. An'anaviy ommaviy axborot vositalarida e'lon qilingan xabarlar yangi ommaviy axborot vositalaridan ko'ra jamoatchilik oldida ishonchliroq. Yangi ommaviy axborot vositalarida raqamli tafovut mavjud, chunki hamma ham yangi ommaviy axborot vositalariga kira olmaydi, bu esa tengsizlikni keltirib chiqaradi. Yangi ommaviy axborot vositalarida odamlar o'z mahsulotlarini yaratish va nashr etish faolligiga ega.

Ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarga kontent yaratish, uni baham ko'rish, tarmoqlarga qo'shilish va odamlar bilan muloqot qilish imkonini beradi. Yangi media an'anaviy ommaviy axborot vositalaridan ustun turadi. Raqamli media va an'anaviy media o'rtasidagi yana bir farq - bu vaqt: raqamli mediadagi barchasi real vaqtda bo'lsa-da, an'anaviy media oldindan ishlab chiqarilgan va rejalashtirilgan tarkibni taklif qiladi.

Ijtimoiy media va an'anaviy media o'rtasidagi farqlardan biri bu marketing strategiyasi: ommaviy marketing an'anaviy ommaviy axborot vositalarida ustunlik

qilsa-da, ijtimoiy mediada yakkama-yakka marketing mavjud. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, reklamalarning aksariyati an'anaviy ommaviy axborot vositalarida ommaviy iste'mol qilish uchun mo'ljallangan, ijtimoiy tarmoqlarda esa individual foydalanuvchilar uchun yaratilgan reklamalar mavjud. Maqsadli auditoriya har bir platformada har xil bo'lgani uchun Youtube, LinkedIn va Instagram kabi turli ijtimoiy media ilovalarida turli marketing strategiyalari amalga oshiriladi, an'anaviy ommaviy axborot vositalarida esa bunday emas.

Bundan tashqari, biz ijtimoiy media va an'anaviy media o'rtasidagi farqlarga xarajat, fikr-mulohazalar va shaxsiylashtirilgan maqsadlarga muvofiqligi kabi mezonlarni ham kiritishimiz mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar va an'anaviy ommaviy axborot vositalarining umumiy xususiyatlaridan biri shundaki, ularning barchasi informatsion funktsiyaga ega. Biroq, texnologiyaning rivojlanishi bilan bugungi kunda axborot tushunchasining ta'rifi ham, xususiyatlari ham o'zgardi. Shuning uchun, ma'lumotni birinchi bo'lib taqdim etgan kishi g'alaba qozonadi. Shu nuqtadan baho beradigan bo'lsak, yangi media turli ishlanmalarni tezroq uzatish qobiliyati, odamlarning voqealarga hissa qo'shish qobiliyati va tezkor almashish qobiliyati bilan ajralib turadi.

Ijtimoiy media va an'anaviy media o'rtasidagi farq nima deb so'raganlarga yana bir afzallik - bu narx. Ayniqsa, marketing strategiyalari baholanganda, ijtimoiy media an'anaviy ommaviy axborot vositalariga qaraganda ancha arzonroq ekanligi ko'rinadi. Masalan, serial yoki film tomosha qilmoqchi bo'lganingizda ham ijtimoiy platformalar va onlayn translyatsiyalar haqida o'ylaymiz. Yoki radio tinglamoqchi bo'lganingizda, siz hech qachon an'anaviy radio haqida o'ylamaysiz, to'g'ridan-to'g'ri smartfoningizdagi radiostansiya ilovalariga o'tasiz. An'anaviy ommaviy axborot vositalarida biror yangilik yoki vaziyatga duch kelganingizda, uni tasdiqlash yoki uning haqiqatiga ishonish uchun ijtimoiy media platformalaridan foydalanib aniqlik kiritasiz.

Raqamli media vositalarida maqsadli auditoriya uchun original kontent ishlab chiqarilishi mumkin. Misol uchun, faqat iqtisodga qiziqqan odamlar uchun sahifa yoki yangiliklar saytini topish mumkin. Foydalanuvchilar bu yerda faqat o'z qiziqishlariga ko'ra mediadan foydalanishlari mumkin.

An'anaviydan raqamliga o'tishda odamlar iste'molchidan ishlab chiqaruvchiga o'tishdi. Ular endi nafaqat o'zlariga taklif qilingan tarkibni iste'mol qiladilar, balki ular fikr bildirishlari, o'zlari xohlagan mavzuga mos keladigan tarkibni filtrlashlari va o'zlari tarkib ishlab chiqarishlari mumkin.

An'anaviy media vositalari yirik muassasa va tashkilotlar nazoratida bo'lgani uchun axborotning to'g'riligi va xavfsizligi kabi masalalar birinchi o'rinda turadi. Taqdim etilgan ma'lumotlar uzoqroq tadqiqotlar natijasidir va turli tahrir jarayonlaridan o'tadi. Biroq, raqamli ommaviy axborot vositalarida "dezinformatsiya"

deb ataladigan katta axborot ifloslanishi mavjud. Aytishimiz mumkinki, bu holat ikkala tushuncha o'rtasidagi farqlardan biri va raqamli medianing kamchiliklari. Aniq bo'lmagan va nazoratsiz chop etilgan ma'lumotlar va yangiliklar katta dezinformatsiyaga olib keladi.

Bugungi kunda raqamli media juda katta foydalanuvchi nisbatiga ega. Biroq, an'anaviy ommaviy axborot vositalari hali hamon faoliyatini yuritib kelmoqda. Raqamli media paydo bo'lganidan beri har kuni rivojlanayotgan texnologiya bilan yangi xususiyatlarni taklif qilmoqda va foydalanuvchilarni muloqot jarayoniga faol jalb qilmoqda. Biroq, bu holat ijobiy va salbiy ko'plab vaziyatlarni keltirib chiqaradi. Raqamli ommaviy axborot vositalari ko'plab axloqiy muammolarni, ayniqsa axborot xavfsizligi va dezinformatsiyani keltirib chiqardi. Shu bilan birga, raqamli ommaviy axborot vositalari tomonidan taklif qilinadigan cheksiz o'zaro ta'sir tufayli, foydalanuvchilar dunyoning istalgan nuqtasida sodir bo'layotgan o'zgarishlardan o'zlari xohlagan vaqtda bir zumda xabardor bo'lish imkoniyatiga ega. Shu bilan birga, ular internet orqali tashrif buyurish imkoni bo'lmagan joylarga tashrif buyurishlari, onlayn muhitda turli badiiy tadbirlarda ishtirok etishlari, onlayn kutubxonalardan o'zlari xohlagan mavzuda maslahat olishlari mumkin.

Bosma nashrlarning raqamli dunyoga o'tishi bugungi kunda ko'plab bosma gazetalar veb-saytlarning paydo bo'lishi va shu bilan birga tahririyatlarning konvergentsiyalashuviga sabab bo'lmoqda. Telekanallarning ham endi internet orqali efir olib borishi multimediyaviy jurnalistikaning mahsulidir.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda raqamlashuv jarayoni bir qancha sohalarga o'z ta'sirini o'tkazmay qolmadi. An'anaviy jurnalistikaning o'rnini asta sekin multimediyaviy jurnalistika egallashi raqamlashuv jarayonining asosidir. Multimediyaviy jurnalistikaning ba'zi kamchiliklarini nazarda tutmasak, vaqtimizni tejashi hamda uzoq masofada bo'la turib o'zimizga kerakli media mahsulotlarini iste'mol qilish imkonini bermiqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. "Ommaviy Axborot Nazariyasi" G'. Yo'ldoshev, T. Ro'ziyev
2. "Jurnalistika janrlari" S. Sayidov
3. Журналистика: теория и практика – А. Вартанова
4. "Zamonaviy jurnalistika: nazariyasi va amaliyoti" M. Karimov, Z. Rajabov
5. "Digital journalism" (Routledge, journal)

Ijtimoiy tarmoq sayti:

1. <https://www.halklailiskilerdergisi.com.tr/geleneksel-medya-ve-yeni-medya-arasindaki-farkliliklar/>