

KRAUDSORSING VA KONVERGENT JURNALISTIKA: KONTENT YARATISHDA AUDITORIYA ISHTIROKINING ROLI

Xolmatova Sitora Bahodir qizi

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Toshkent, O'zbekiston

E-mail: sitora.xolmatova@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada kraudsorsing va konvergent jurnalistika o'zaro bog'liqligi, foydalanuvchilarning jurnalistik jarayonlardagi ishtiroki, kontent sifati va jurnalistikadagi transformatsion jarayonlar tahlil qilinadi. The Guardian va CNN kabi yetakchi ommaviy axborot vositalari misolida foydalanuvchi kontentining afzalliklari, xavf-xatarlari va jurnalistikaga ta'siri ko'rib chiqilgan. Shuningdek, O'zbekistonda ushbu yondashuvlarning joriy etilishi bilan bog'liq muammolar va istiqbollar tahlil etiladi.

Kalit so'zlar: kraudsorsing, konvergent jurnalistika, foydalanuvchi kontenti, raqamli media, giperlokal jurnalistika.

So'nggi yillarda raqamli jurnalistika taraqqiyoti natijasida ommaviy axborot vositalari yangi metod va yondashuvlarni izlashga majbur bo'ldi. Shulardan biri – **kraudsorsing** (crowdsourcing), ya'ni auditoriyani jurnalistik jarayonlarga jalb qilish orqali axborot manbalarini boyitish, kontent yaratishda ishtirokini kuchaytirishdir. Boshqa tomondan, **konvergent jurnalistika** – bu turli platformalarda ishlovchi jurnalistikaning yagona ekotizimga birlashuvi bo'lib, unda auditoriyaning roli yanada muhim ahamiyat kasb etadi.

Kraudsorsing tushunchasi va jurnalistikadagi qo'llanilishi. Kraudsorsing birinchi marta Jeff Howe tomonidan 2006-yilda ta'riflangan: "Kraudsorsing — bu an'anaviy ishni tashqi auditoriyaga topshirish, ko'pincha internet orqali" [Howe, 2006]. Jurnalistik kontekstda bu hodisa quyidagicha ishlaydi: axborot yig'ish, faktlarni tekshirish, kontent taklif qilish va hatto tahrirlash jarayonlarida keng jamoatchilik ishtirok etadi.

Masalan, **Guardian Witness** platformasi orqali foydalanuvchilar o'z shaharlaridagi voqealarni suratga olib, saytga yuborishlari mumkin. Bu esa, "giperlokal" (hyperlocal) jurnalistika rivojlanishiga sabab bo'ldi [Belair-Gagnon, 2015].

Konvergent jurnalistika va uning kraudsorsing bilan integratsiyasi. Konvergent jurnalistika — bu matn, audio, video va interaktiv vositalarning bir media platformada uyg'unlashuvi bo'lib, u ko'proq auditoriyani jalb etadi. Ushbu modelda jurnalist nafaqat yozadi, balki video montaj qiladi, ijtimoiy tarmoqlarni boshqaradi va interaktiv materiallar yaratadi [Deuze, 2008].

Kraudsorsing ushbu konvergentsiyani to'ldiradi, chunki u foydalanuvchilarning kontentga bevosita ta'sirini ta'minlaydi. Shunday qilib, bu ikki yondashuv bir-birini boyitadi va jurnalistika ekotizimining demokratlashuviga xizmat qiladi.

The Guardian tajribasi: Guardian Witness loyihasi. “The Guardian” nashri o‘zining **Guardian Witness** loyihasi orqali foydalanuvchilarni yangilik yaratish jarayoniga jalb qilishda yetakchi hisoblanadi. Bu platformada foydalanuvchilar jurnalistlar so‘roviga javoban video, rasm yoki matn ko‘rinishida kontent yuborishlari mumkin. Bu kontentlar ba‘zan asosiy maqolalarda foydalaniladi.

Masalan, 2014-yilda Londonda bo‘lib o‘tgan norozilik namoyishlari chog‘ida **Guardian Witness** foydalanuvchilari tomonidan yuborilgan suratlar va videolar asosida “jonli blog” yuritildi. Bu hodisa haqida *Belair-Gagnon (2015)* shunday deydi: “Guardian, kraudsorsing orqali ijtimoiy voqealarning haqiqiyligini oshirdi va xolislikni kuchaytirdi”.

CNN tajribasi: iReport. CNN 2006-yilda ishga tushirgan **iReport** platformasi kraudsorsing asosidagi eng muvaffaqiyatli loyihalardan biri hisoblanadi. Bu platformada har kim o‘z hududida yuz bergan hodisa haqida rasm, video yoki matn shaklida xabar yuborishi mumkin. Tahririyat ushbu kontentni tekshiradi va muhim bo‘lsa, rasmiy efirda yoki sayt sahifalarida e‘lon qiladi.

CNN iReport orqali 2008-yilgi AQSh prezidentlik saylovlaridan tortib, 2010-yilgi Gaiti zilzilasi gacha bo‘lgan ko‘plab yirik voqealarni tezkor yoritishda foydalanuvchi yuborgan kontentlardan foydalandi [Allan, 2013].

O‘zbekistonda kraudsorsing va konvergent jurnalistikaga yondashuv. O‘zbekiston jurnalistikasida ham so‘nggi yillarda raqamli yondashuvlar rivojlanmoqda. Biroq kraudsorsing keng tarqalmagan. Ko‘pchilik OAVlar, masalan **kun.uz**, **daryo.uz** kabi portallar, ijtimoiy tarmoqlar orqali ma‘lumot to‘plashmoqda, lekin bu tizimlashtirilgan kraudsorsing shaklida emas.

Ayni paytda “xalq jurnalistikasi” sifatida tanilgan foydalanuvchi kontentlariga nisbatan muayyan huquqiy va axloqiy me‘yorlar mavjud emas. Bu esa kraudsorsing imkoniyatlarining cheklanishiga sabab bo‘ladi.

Qiyosiy tahlil: The Guardian va CNN’ning ustunliklari

Mezoni	The Guardian (Guardian Witness)	CNN (iReport)
Kontent sifati	Yuqori tahririy filtr orqali tekshiriladi	Dastlab filtrsiz yuklanadi, keyin tekshiriladi
Auditoriya bilan hamkorlik	Har bir topshiriq mavzu asosida yuboriladi	Erkin yuklash mumkin
Platformaning barqarorligi	2019-yilgacha faol bo‘lgan, keyin integratsiyalashgan	Platforma 2015-yildan yopilgan, lekin tajriba davom etmoqda

Kraudsorsing va konvergent jurnalistika – bu zamonaviy jurnalistikaning ajralmas qismlariga aylanib bormoqda. The Guardian va CNN tajribalari shuni ko‘rsatadiki, foydalanuvchilarning ishtiroki axborot sifati, tezkorligi va haqiqatga yaqinligini oshiradi. O‘zbekistonda esa bu yondashuvlar hali izchil tatbiq etilmagan. Shu bois, kraudsorsingni tahlil qilish va konvergent jurnalistikaga integratsiyalash O‘zbekiston OAVsida ham dolzarb yo‘nalishdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Howe, J. (2006). *The Rise of Crowdsourcing*. Wired Magazine.
2. Belair-Gagnon, V. (2015). *Social Media at BBC News: The Re-Making of Crisis Reporting*. Routledge.
3. Allan, S. (2013). *Citizen Witnessing: Revisioning Journalism in Times of Crisis*. Polity.
4. Deuze, M. (2008). *The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture*. Journalism, 9(4), 469–487.
5. Singer, J. B. (2011). *Journalism in the Network*. In: *Handbook of Journalism Studies*, Routledge.
6. Guardian Witness. (2014). *User Generated Content and the Newsroom*. The Guardian.
7. CNN iReport Archive. (2008–2015). *User Submission Guidelines and Case Studies*.
8. O'zbekiston Respublikasi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi (2021). *OAVda raqamli transformatsiya haqida tahliliy hisobot*.