



## TECHNOLOGIES FOR WORKING WITH INFORMATION SOURCES OF MASS MEDIA IN MEDIA PRACTICE

*Mamur Hamroqulovich Bayonov*  
Independent Researcher  
Tashkent, Uzbekistan

### ABOUT ARTICLE

**Key words:** Mass media, information sources, journalistic technologies, verification, fact-checking, digital transformation, social networks, journalistic inquiry.

**Received:** 05.05.26

**Accepted:** 06.05.26

**Published:** 07.05.26

**Abstract:** This article studies the technologies of working with information sources by the mass media from a theoretical and practical perspective. The study analyzes the conceptual approaches of foreign and national scientists and studies the application of existing methods in local practice. A survey of journalists and a content analysis of the newspapers "Yangi Uzbekiston" and "Hurriyat" serve as an empirical basis. The results show that a large part of journalists prefer the Internet and social networks as their main sources. Practical proposals are put forward to ensure information verification, hyperlink culture, and source reliability.

## МАСС-МЕДИА АМАЛИЁТИДА ОАВЛАРНИНГ АХБОРОТ МАНБАЛАРИ БИЛАН ИШЛАШ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

*Маъмур Ҳамроқулович Байёнов*  
Мустақил тадқиқотчи  
Тошкент, Ўзбекистон

### МАҚОЛА ҲАҚИДА

**Калит сўзлар:** Масс-медиа, ахборот манбалари, журналистик технологиялар, верификация, фактчеккинг, рақамли трансформация, ижтимоий тармоқлар, журналистик суриштирув.

**Аннотация:** Ушбу мақолада оммавий ахборот воситаларининг ахборот манбалари билан ишлаш технологиялари назарий ва амалий жиҳатдан тадқиқ этилган. Тадқиқотда хорижий ва миллий олимларнинг концептуал ёндашувлари таҳлил қилиниб, мавжуд методларининг маҳаллий амалиётдаги қўлланилиши ўрганилган. Журналистлар иштирокидаги

сўровнома ва «Янги Ўзбекистон», «Хуррият» газеталари контент-таҳлили эмпирик база вазифасини ўтайди. Натижалар журналистларнинг катта қисми асосий манба сифатида интернет ва ижтимоий тармоқларни афзал кўришини кўрсатди. Ахборот верификацияси, гиперҳавола маданияти ва манба ишончлилигини таъминлаш бўйича амалий таклифлар илгари сурилган.

## ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ В ПРАКТИКЕ МАСС-МЕДИА

*Маъмур Ҳамрокулович Баёнов*  
Независимый исследователь  
Ташкент, Узбекистан

### О СТАТЬЕ

**Ключевые слова:** средства массовой информации, источники информации, журналистские технологии, проверка фактов, цифровая трансформация, социальные сети, журналистское расследование.

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются технологии работы с информационными источниками в средствах массовой информации с теоретической и практической точек зрения. Анализируются концептуальные подходы зарубежных и отечественных ученых, изучается применение существующих методов в местной практике. Эмпирической основой служит опрос журналистов и контент-анализ газет «Янги Узбекистон» и «Хуррият». Результаты показывают, что значительная часть журналистов предпочитает Интернет и социальные сети в качестве основных источников информации. Предложены практические рекомендации по обеспечению проверки информации, культуры гиперссылок и надежности источников.

**Кириш.** XXI аснинг биринчи чорагидаги глобал рақамли трансформация жараёнлари оммавий ахборот воситаларининг нафақат технологик инфратузилмасини, балки уларнинг ижтимоий функциялари ва мазмун моҳиятини ҳам тубдан ўзгартириб юборди. Бугунги кунда масс-медиа шунчаки воқеа-ҳодисаларни қайд этувчи ва тарқатувчи восита эмас, балки коммуникацион жараёнлар ва медиа таъсир механизмлари ижтимоий

фикрни шакллантиришга таъсир кўрсатувчи ва глобал воқеликни интерпретация қилувчи кудратли медиа-институционал тизимга айланди. Ахборотнинг геометрик прогрессия билан ўсиши ва "рақамли шовқин" (digital noise) муҳитининг кенгайиши шароитида журналистиканинг фундаментал принциплари бўлган тезкорлик, аниқлик ва холислик мезонлари янгича академик талқинни талаб қилмоқда. Хусусан, сунъий интеллект ва алгоритмлашган тизимлар ахборот узатиш тезлигини оширган бир пайтда, инсон омили — журналистнинг ахборот манбалари билан ишлаш маҳорати, уларни профессионал филтрлаш ва верификация қилиш (тасдиқлаш) технологиялари мақоланинг сифат кўрсаткичини белгиловчи асосий омилга айланди. Фейк (ёлгон) хабарлар ва бир томонлама ахборот таъсири кучайган ҳозирги шароитда, манба билан ишлашнинг назарий ва амалий технологиялари ОАВнинг ижтимоий нуфузини ва аудитория ишончини сақлаб қолишнинг стратегик кафолати бўлиб хизмат қилмоқда.

Замонавий масс-медиа амалиётида ахборотни тўлиқ ва ишончли тарзда етказиш олий мақсад сифатида белгиланса-да, уни амалга ошириш жараёнида муайян технологик ва методологик зиддиятлар юзага келмоқда. Бир томондан, ахборот манбаларининг хилма-хиллиги (расмий ҳукумат порталлари, ижтимоий тармоқлар, очик маълумотлар ва инсайдерлик хабарлари) журналист учун кенг имкониятлар очиб берса, иккинчи томондан, ушбу улкан маълумотлар базаси ичидан фактларни саралаш, уларнинг ҳаққонийлигини текшириш ва мантиқий занжирларни тиклаш жиддий профессионал компетенция ҳамда вақт ресурсларини талаб этмоқда. Миллий ОАВ муҳитида бу масала нафақат техник воситалардан фойдаланиш, балки журналистларнинг ахборот йиғиш ва қайта ишлаш методларини замонавий медиа-стандартлар асосида янгилаш зарурати билан боғлиқдир. Шу боис, миллий матбуот ходимларининг ахборот манбалари билан ишлаш борасидаги индивидуал методларини тизимлаштириш, уларнинг материал оммабоплигига таъсирини аниқлаш ҳамда қўлланилаётган технологияларнинг самарадорлигини илмий асосда тадқиқ этиш соҳанинг назарий базасини бойитиш ва амалий фаолиятини оптималлаштириш нуқтаи назаридан ниҳоятда долзарбдир.

**Мавзуга оид адабиётлар шарҳи.** М.Сарлсон [1] монографиясида ОАВ амалиётида ахборот манбалари билан ишлашнинг замонавий технологиялари ва журналистик ваколат масалаларини чуқур таҳлил қилади. Муаллиф рақамли муҳитда анъанавий ва норасмий манбалардан фойдаланиш тамойилларини, манба ишончилигини баҳолаш мезонларини ҳамда журналистларнинг ахборот йиғиш жараёнида қўллайдиган профессионал стратегияларини кўриб чиқади. Сарлсон, шунингдек, ижтимоий тармоқларнинг бирламчи

ахборот манбаси сифатидаги ўсиб бораётган ролини ва бу ҳолат журналистик стандартларга таъсирини эмпирик далиллар асосида асослаб беради.

Э.Тандос, З.Лим ва Р.Линг[2] илмий мақоласида оммавий ахборот воситалари амалиётида ахборот манбаларининг ишончилиги ва "сохта янгиликлар" ҳодисасининг сабаблари, турлари ҳамда журналистлар томонидан манба текширишнинг замонавий технологияларини тизимли таҳлил қилади. Муаллифлар манба сифатини баҳолашнинг 6 та типологик мезонини ишлаб чиқиб, ОАВ вакиллари ахборотни қайта ишлаш ва тарқатиш жараёнида дуч келадиган профессионал ва этик муаммоларни аниқлайди. Тадқиқот натижаларига кўра, манбалар хилма-хиллиги ва текширув механизмлари янгиликлар сифатининг асосий кафолати эканлиги таъкидланади.

М.Броэрсма ва Т.Граҳам[3] илмий ишида ижтимоий тармоқларнинг ОАВ амалиётида ахборот манбаси сифатида тутган ўрни ва сиёсий журналистикани ўзгартиришдаги ролини кенг қамровли тадқиқ этади. Муаллифлар Twitter ва Facebook каби платформаларнинг бирламчи ахборот канали сифатида анъанавий манбаларни қандай сиқиб чиқараётганини, журналистларнинг онлайн манбалардан фойдаланиш технологиялари ва самарадорлик кўрсаткичларини солиштирма таҳлил қилади. Broersma ва Graham, шунингдек, ижтимоий медиа манбаларининг журналистик текширувдан ўтказилмасдан қўлланилиши муаммосини алоҳида ёритиб беради.

С.Стеэнсен ва О.Вестлунд [4] асарида рақамли даврда ОАВ амалиётида ахборот манбаларини излаш, танлаш ва текширишнинг янги технологиялари, алгоритмик манба филтрлаш тизимлари ҳамда маълумотлар журналистикасининг методологик асосларини кенг кўламда ўрганади. Муаллифлар рақамли журналистикада очик маълумотлар базалари, ҳукумат порталлари ва ижтимоий медиа манбаларидан профессионал фойдаланиш тамойилларини таҳлил қилиб, ахборот манбаларининг ишончилиги ва хилма-хиллигини таъминлаш бўйича амалий тавсиялар беради. Асарда, шунингдек, сунъий интеллектнинг манба излаш жараёнидаги ҳиссаси ҳам муҳокама қилинади.

Ф.Ҳанусч ва Т.Вос[5] илмий мақоласида журналистика соҳасида ахборот манбалари билан ишлаш технологияларининг сўнгги ўн йилликдаги эволюциясини тизимли кўриб чиқади. Муаллифлар ОАВ амалиётида расмий давлат манбалари, фуқаролик журналистикаси ва эксперт манбаларидан фойдаланиш нисбатини солиштирма таҳлил қилиб, манбалар хилма-хиллигининг янгиликлар сифатига таъсирини 40 та мамлакатдаги эмпирик маълумотлар асосида асослайди. Тадқиқот натижалари журналистик манба стратегияларининг янги медиа муҳитида тубдан ўзгариб бораётганини кўрсатади.

П.Брандтзаэг ва А.Фёлстад[6] илмий ишида журналистларнинг фойдаланувчилар томонидан яратилган контентни ахборот манбаси сифатида қабул қилишига таъсир этувчи омилларни кенг эмпирик базада таҳлил қилади. Муаллифлар ОАВ амалиётида ижтимоий тармоқ манбаларини танлаш, текшириш ва қайта ишлаш технологияларини, шунингдек журналистларнинг манба ишончилигини баҳолашдаги профессионал мезонларини ўрганади. Brandtzaeg ва Følstad тадқиқот натижаларига кўра, манбанинг аудитория орасидаги обрўси ва текширилган фактлар миқдори журналистик қарор қабул қилишда ҳал қилувчи омил эканлигини эмпирик кўрсаткичлар орқали исботлаб беради.

К.Икеда ва М.Ричстад[7] тадқиқотида рақамли таҳририятларда ахборот манбалари билан журналистлар ўртасидаги муносабатлар динамикасини ва бу муносабатларнинг янгиликлар ишлаб чиқариш жараёнига таъсирини чуқур ўрганади. Муаллифлар расмий манбалар, аноним манбалар ва эксперт манбаларидан фойдаланишнинг технологик ва этик жиҳатларини таҳлил қилиб, манба-журналист муносабатларининг институтсионал, шахсий ва рақамли даражаларини солиштирма методда кўриб чиқади. Икеда ва Ричстад, бундан ташқари, манбалар билан ишлашда алоқа каналларининг рақамлашуви журналист мустақиллигига қандай таъсир қилишини аниқ натижалар асосида кўрсатиб беради.

**Тадқиқот методологияси.** Ушбу тадқиқот ишларини амалга оширишда илмий тадқиқот методологиясида кенг қўлланиладиган усуллардан фойдаланилди. Илмий таҳлил жараёнида ушбу кузатиш, умумлаштириш, гуруҳлаш, таққослаш усулларидан, таҳлил қилишда эса синтез ва таҳлил усулларидан кенг фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Манба билан ишлаш жараёнида журналистлар ахборот олишнинг турли усулларидан фойдаланадилар. Тадқиқотчи Мишел Холлер (Michael Haller) журналист ахборот тўплашда қуйидаги мақсадларни ўз олдига қўйишини таъкидлайди:

- муайян мавзу бўйича маълумотларни (ташкilotнинг функцияларидан келиб чиққан ҳолда) тўғри ва батафсил эълон қилиш;
- воқеа-ҳодисани ўқувчи кўз олдига қайта гавдалантириш;
- воқеа иштирокчиларини аниқлаш ва уларнинг ахборотини етказиш;
- ҳодисанинг тахминий сабаблари ва мумкин бўлган оқибатларини аниқлаш;
- аудиторияни долзарб воқеалар билан таништириш.

Филология фанлари номзоди А.Колесниченконинг ёндашувида кўра журналистикада ахборот олишнинг уч хил усули мавжуд: кузатув, ахборот манбалари билан ишлаш, анализ<sup>1</sup>. Олим журналистнинг манба менежментини алоҳида усул сифатида ажратиш, унинг таркибига ҳужжатлар (ахборот ташиш имконини берувчи матнли, фото, аудио ва

видеоматериаллар) ва жисмоний шахслар билан ишлашни киритади. Тадқиқот натижалари шуни кўрсатадики, журналист кузатув ва анализ усулида ҳам манбалардан фойдаланади. Шу сабаб ушбу таснифга тўлиқ қўшилиб бўлмайди.

Иқтисод фанлари номзоди Й.Юшук ахборот олишнинг “офис” ва “майдон” методлари мавжудлигини таъкидлайди. “Офис” методида ахборот иш жойидан чиқмасдан туриб олинади (асосан, Интернет каби иккиламчи ахборот ресурслари асосида), “майдон” методига кўра иш жойидан ташқарига чиқиш, одамлар билан мулоқотга киришиш талаб этилади. Техника ва технологиянинг ривожини, электрон ҳужжат айланмаси, воқеани тезкор ёритиш талаби, ахборот хизматларининг фаоллиги, фуқаролик журналистикасининг ривожини сабаб нафақат интернет журналистлари, балки анъанавий ОАВ ҳам иш фаолиятида “офис” методига кўпроқ мурожаат қилмоқда. Мазкур хулосани тасдиқлаш мақсадида "Yangi O'zbekiston" ва "Hurriyat" газеталарининг бир сони танлаб олиниб, улардаги материаллар таҳлил қилинди (1-жадвал).

### “Офис” ва “майдон” методлари

1-жадвал

№	ОАВ номи	“Офис” методи асосида тайёрланган материаллар	“Майдон” методи асосида тайёрланган материаллар
1.	“Yangi O'zbekiston” газетаси, 2022 йил 22 август № 169-сони (691)	Президент Фармони, қарори, ахборот агентлиги материаллари, таҳлилий материаллар (турли манбалардан фойдаланилган), таҳририятга келган хатлар ва чет муаллифларнинг материаллари, ахборот хизмати хабари, шеър.	ШХТдан тайёрланган хабар, Навоий вилоятининг Кармана туманидан тайёрланган материал, спортчиларни кутиб олиш жараёнидан репортаж.
2.	“Hurriyat” газетаси 2022 йил 27 январь № 3-сони (1275)	Президент Қарори, ахборот агентлиги материаллари, таҳлилий материаллар (турли манбалардан фойдаланилган), таҳририятга келган хатлар ва чет муаллифларнинг материаллари, ахборот хизмати хабари, шеърлар ва ҳикоялар, Интернет материаллари.	Мавжуд эмас

Филология фанлари доктори Беруний Алимов манбанинг ҳаққонийлиги қанчалик муҳим бўлса, воқеликка доир фактларнинг саралаб олиш услуби ва маданияти ҳам шунчалик жиддий аҳамиятга эга эканини таъкидлайди. Шундай экан журналист ахборотни излаш маданияти ва саводхонлигига ҳам эга бўлиши зарур.

Журналист иш фаолияти ахборот олиш, қайта ишлаш ва тарқатишдан иборатлиги ҳисобга олган ҳолда манбалар билан ишлашни шартли равишда уч босқичга ажратиш мумкин:

— ахборот олиш усуллари самарали танлаш ва қўллаш;

— ахборотни саралаш ва уни текшириш;

— ахборотни тарқатиш техникаси, хусусан, ҳавола бериш, манбанинг махфийлигини таъминлаш, имловий ва мазмунга оид хатоликларни бартараф этиш кабилар.

Биринчи бобда журналист ахборотни очиқ, ёпиқ ва махфий манбалардан қўлга киритиши мумкин, дея келтирган эдик. Шунга кўра, журналист ахборот олиш усуллари самарали танлаш ва қўллаш жараёнида биринчи навбатда очиқ манбаларга мурожаат этади. Хусусан, ҳужжатлар билан танишиш, одамлардан интервью олиш, пресс-релиздан фойдаланиши мумкин. Бироқ бундай манбаларда келтирилган маълумот ҳар доим ҳам журналист кутган натижани бермаслиги, қўшимча манбаларга мурожаат этишга эҳтиёжни пайдо қилиши мумкин. Аксарият ҳолларда муҳим ахборотни ОАВга айтган инсон шахсининг сир тугилишини илтимос қилади. Бунда ёпиқ манбалар, яъни аноним манбалар билан ишлаш усули, масъулияти ва ҳуқуқий талабларини ўзлаштириш зарур. Маълумотнинг ҳолислигини қайта текшириш ҳам фойдадан холи бўлмайди.

Журналист бирор нарсадан шубҳа қилса, воқеани ёритиш жамиятга наф келтиришини ўйласа, албатта, журналистик суриштирув ўтказишга ҳаракат қилади. Бироқ суриштирув кўпроқ ёпиқ манбалар билан ишлашни тақозо этади. Шунинг учун кўп ҳолларда журналист ҳаёти ва касбий фаолияти маълум даражада хавф остида қолиши мумкин. Демак, суриштирув ўтказиш ҳуқуқи қонунчиликка мувофиқ мавжуд бўлса ҳам, айрим ҳолларда журналистлар яширинча ахборот тўплашга ҳаракат қилиб, баъзан қонунни четлаб ўтади. “Журналист текшируви материаллари чоп этишга ихтисослашган “The Philadelphia Inquirer” нашрининг собиқ муҳаррири Жин Робертснинг таъкидлашича, “текширувнинг моҳиятида кимдир шарманда қилиш, қонунбузарликни аниқлаш эмас, балки ўқувчи эътиборини мавзу юзасидан билдирилаётган фикрларга қаратиш ётади”. Зеро, ахборот манбасидан ахборот беришни талаб қилиш эмас, унинг мавзуга муносабатини ўрганиш масаласи журналистиканинг асосий вазифасидир.

Анъанавий нашрлар таҳлилий материал тайёрлаш нуқтаи назаридан воқеага нисбатан масъул ташкилот вакиллариининг расмий муносабатини кутиш билан чекланса, Интернет воқеанинг дастлабки тафсилотларидан тортиб сўнгги баёнотгача бирма-бир эълон қилади. Мазкур тенденциянинг ижобий ва салбий томони ҳам мавжуд: аксарият ҳолларда газета

учун тайёрланган материаллар эскиради, нашр этилмайди, бироқ нисбатан долзарброк маълумотлар саҳифадан жой олади; Интернетда эса тўхтовсиз ахборот айланади, бироқ соннинг ортиши савиясиз материалларнинг кўпайишига таъсир ўтказди. “Ишонч” газетасининг Бош муҳаррири Хусан Эрматов таъбири билан айтганда эса “газеталар аналитикага ўтди.

Журналист ахборот манбалари билан ишлашда ахборотни саралаш ва уни текширишга жиддий эътибор қаратиши лозим. Сабаби, битта манбага таяниб ахборот узатиш ахборот верификациясини таъминламайди. Хусусан, Қашқадарёда содир бўлган мудҳиш воқеа иштирокчиси бўлган болакайнинг ёши айрим манбаларда 4 ёш, айримларида эса 3 ёш деб келтирилган. Бу орада боланинг ёши 2,5 ёш экани маълум бўлди. Аслида, бу маълумот хабар мазмунига таъсир қилмайди: факт кўнгилсиз воқеа содир бўлгани ва мақсад МТТ ходималарини хушёрликка даъват этиш. Бироқ сифатли контент яратиб аудиторияга ишончли ахборот манбаси эканини исботламоқчи бўлган ОАВ хатоликни дарҳол тузатиши ёки раддия бериши керак.

Филология фанлари доктори Н.Қосимованинг келтиришича, журналистлар интернет манбаларидан фойдаланганда лисензияга эга, расмий давлат сайтларига мурожаат этиши лозим. Гарчи бу усул ахборотнинг ишончилигини таъминласа-да, фақат расмий ахборот манбаларидан фойдаланиш журналист фаолиятини чеклайди. Шу сабаб кузатув методи асосида ижтимоий тармоқлардаги мавзулардан бохабар бўлиб бориш ва уларни саралаб манба сифатида фойдаланиш фойдадан холи эмас. Бу усулдан “Hurriyat” ва “Yangi O'zbekiston” газеталарида фақат таҳлилий материалларнинг ичида кўшимча маълумот сифатида фойдаланилгани аниқланди. “Hurriyat” газетаси фақатгина хориж хабарлари ва айрим долзарб мавзуларнигина Интернет сайтларидан олиши, “Yangi O'zbekiston” газетаси эса мазкур усулдан мутлақо фойдаланмаслиги ўрганилди.

Тадқиқот давомида газетанинг онлайн ва оффлайн версиясидаги ва босма шакли бўлмаган сайт журналистларнинг ахборот манбаларига мурожаат этишини ҳам ўрганилди. Давлат нашрлари электрон версиясида ташкилот ахборот хизматларининг ижтимоий тармоқлардаги маълумотлари кўпинча таҳрир қилинмасдан тарқатилиши кузатилмоқда. Бироқ ижтимоий тармоқдаги воқеаларга нисбатан расмий муносабат билдирилмайди. Шу ўринда қайд этиш жоизки, расмий ОАВ учун ижтимоий тармоқ саҳифалари ахборот манбаси сифатида тобора муҳим аҳамият касб этмоқда: 2019 йилда давлат ва нодавлат ташкилотларининг расмий веб-сайтлари ҳамда ижтимоий тармоқ каналлари 559 тани ташкил этган бўлса, 2023 йилга келиб бу кўрсаткич 3 410 тага етган, Расмий газетанинг

онлайн версиясида газетадан кўра енгилроқ, сиёсатдан холи, аудитория учун қизиқарли хабарлар тайёрланади. Ахборот манбаларини танлашда эса ҳануз эски қолип сақланиб қолган. Хусусий газеталарнинг ва интернет сайтларининг онлайн версияси эса ўхшаш. Уларда верификацияланмаган контентни тарқатишга мойиллик айрим вазиятларда кузатилади. Бугун ОАВ ахборот манбалари, хусусан, ижтимоий тармоқларда берилаётган трендаги хабарларни ҳам шарҳлаб, улардан ахборот манбаси сифатида саралаб, сўнг фойдаланишни ўрганиши лозим. Давлат нашрлари, радио ва телевидение ахборот манбаси билан боғлиқ янги амалиётни хусусий каналлар синовидан ўтказгач, ўзига қабул қилади. Хусусан, дастлаб хусусий телеканаллар ижтимоий тармоқларда тарқалган хабарларни ёритган бўлса, эндиликда давлат телеканаллари ҳам ундан ахборот манбаси сифатида фойдаланмоқда. Ҳозирда давлат нашрлари янгилик узатиш, мақола сони бўйича электрон форматидан ортда қолмоқда.

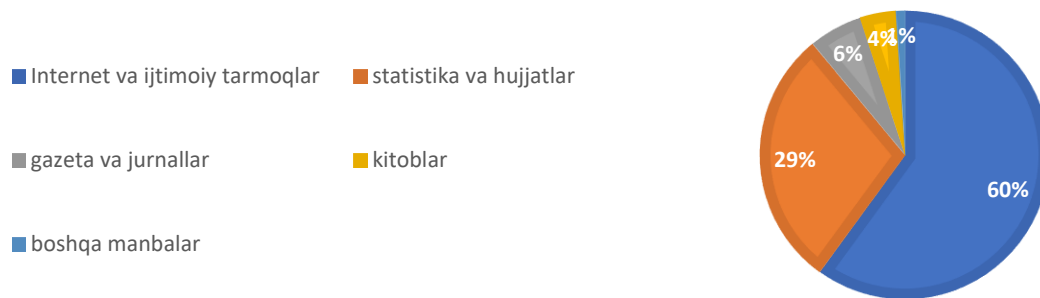
Ахборот тарқатиш техникаси, аввало қонунда кўрсатилган нормаларга амал қилишни ҳам назарда тутати. Жумладан, журналист манбадан қай усулда фойдаланишдан қатъий назар, унга ҳавола бериши керак. Демак, журналист ҳуқуқий меъёрларни яхши ўзлаштирса, мавжуд усуллардан ижодкорона ва тўғри фойдаланишни билади.

Интернет аудиториянинг ахборотга бўлган қўлдан кўндалик эҳтиёжини қондираётган бўлса ҳам, ҳолислик нуқтаи назаридан турли манбаларнинг қоришиб кетгани унинг расмий манба сифатидаги мавқеига салбий таъсир ўтказиши мумкин. Шунингдек, давлат миқёсида воқеа содир бўлса, жамоатчилик ижтимоий тармоқларда тарқалувчи хабарларга эмас, телевидение ва газеталарнинг муносабатига қизиқади. Буни қуйидаги мисол орқали кўрсатиш мумкин: Давлат миқёсидаги воқеаларда жамоатчилик ижтимоий тармоқлардаги хабарлардан кўра расмий ОАВ — телевидение ва газеталарнинг муносабатига эътибор қаратиши кузатилади. Бу ҳолат миллий медиа амалиётидаги воқеаларни ёритиш тажрибасида ҳам қайд этилган. Демак, Интернет сайтлари манба сифатида тўлақонли ҳуқуқдорликка эришиши учун расмий манба сифатидаги ўрнини мустақамлашга ҳаракат қилиши зарур.

Мазкур мавзунини чуқурроқ тадқиқ этиш мақсадида 2024 йилнинг июль-август ойларида соҳа ходимлари ўртасида сўровнома ўтказилди. Унда жами 141 нафар журналист иштирок этди. Уларнинг 57 фоизи интернетда, 28 фоизи босма ОАВда, 14 фоизи телевидениеда, 1 фоизи радиода фаолият юритади (1-расм).

**1-расм**

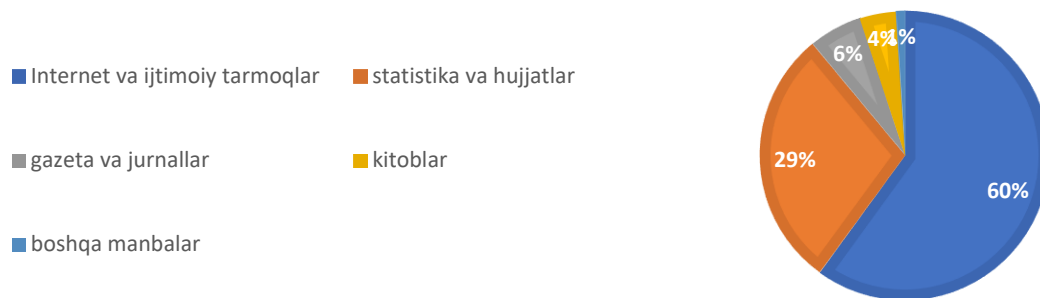
### КАСБИЙ ФАОЛИЯТИНГИЗДА ҚАЙСИ АХБОРОТ МАНБАСИГА КЎПРОҚ МУРОЖААТ ЭТАСИЗ?



Хусусан, тадқиқот доирасида ўтказилган сўровномага кўра, ОАВнинг ахборот манбаларига муурожаати ҳам тадқиқ этилди. “Касбий фаолиятингизда қайси ахборот манбасига кўпроқ муурожаат этасиз?”, деган саволга, иштирокчиларининг 60 фоизи “Интернет ва ижтимоий тармоқлар”, 29 фоизи “статистика ва ҳужжатлар”, 6 фоизи “газета ва журналлар”, 4 фоизи “китоблар”, 1 фоизи “бошқа манбалар” деган жавобни берган. Бундан кўриниб турибдики, журналистларнинг аксарияти кидирувини тезкор амалга ошириш, турли ахборот манбаларига бир вақтнинг ўзида муурожаат этиш, хабарни текширишни қулай амалга ошириш нуқтаи назаридан Интернет ва ижтимоий тармоқлардан ахборот манбаси сифатида фойдаланишни маъқул кўрмоқда (2-расм).

2-расм

### КАСБИЙ ФАОЛИЯТИНГИЗДА ҚАЙСИ АХБОРОТ МАНБАСИГА КЎПРОҚ МУРОЖААТ ЭТАСИЗ?



Соҳа ходимлари ахборот манбаси билан ишлаш усулларини тўғри белгилаб олса, ўз фаолиятини тезкор амалга ошириши, журналистик материални пухта ва сифатли етказиш имконига эга бўлади. Ахборот технологиялари даврида эса “Офис” методи тобора ривожланиб боришини илмий башорат қилиш мумкин. Яқин келажакда ахборот манбалари билан ишлаш бўйича зиддиятлар, тасвирга тушириш, ахборот олишга тўсқинлик қилиш билан эмас, балки фактчеккинг, ахборот хавфсизлигини таъминлаш орқали эришилади.

**Хулоса ва таклифлар.** Оммавий ахборот воситалари амалиётида ахборот манбалари билан ишлаш технологияларини ўрганиш бўйича ўтказилган ушбу тадқиқот соҳада муҳим институционал ва технологик ўзгаришлар кечаётганини кўрсатди. Хулоса қилиб айтганда, замонавий миллий журналистикада ахборот тўплашнинг анъанавий «майдон» методи тобора иккинчи планга ўтиб, унинг ўрнини масофавий ва рақамли ресурсларга таянувчи «офис» методи эгалламоқда. Сўровнома натижалари соҳа ходимларининг 60 фоизи айнан Интернет ва ижтимоий тармоқларни асосий ишчи манба сифатида танлашини кўрсатди. Бу ҳолат бир томондан ахборот тезкорлигини оширса, иккинчи томондан журналистик материалларнинг фактологик сифати ва верификацияси билан боғлиқ муаммоларни келтириб чиқармоқда. «Янги Ўзбекистон» ва «Хуррият» газеталарининг қиёсий таҳлили шуни тасдиқладики, миллий босма нашрларда ҳануз расмий ахборот манбаларига боғлиқ қилиш даражаси юқори бўлиб, муқобил манбалар ва экспертлар хулосаларидан фойдаланиш кўрсаткичи пастлигича қолмоқда. Шунингдек, тадқиқот жараёнида журналистларнинг ахборотни саралаш ва текшириш маданиятида тизимли хатоликлар мавжудлиги, хусусан, гиперҳаволалар бериш ва манба аниқлигини таъминлашда профессионал кўникмалар етишмаслиги аниқланди.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, соҳани такомиллаштириш мақсадида бир қатор муҳим чора-тадбирларни амалга ошириш зарурати юзага келади. Жумладан, таҳририятларда мустақил Fact-checking» (фактларни текшириш гуруҳларини ташкил этиш ахборот сифатини таъминлашнинг асосий кафолатига айланиши лозим. Бундан ташқари, журналистларнинг рақамли ахборот хавфсизлиги бўйича касбий салоҳиятини мунтазам ошириб бориш ҳамда аноним ва ёпиқ манбалар билан ишлашда ҳуқуқий ҳимоя механизмларини мустаҳкамлаш соҳанинг барқарор ривожланишига хизмат қилади. Давлат нашрлари фақат расмий маълумот тарқатувчи канал бўлиб қолмасдан, ижтимоий тармоқлардаги долзарб трендларни чуқур таҳлил қилувчи ва жамиятга холис интерпретация етказувчи платформага айланиши мақсадга мувофиқ. Келажакда ахборот манбалари билан ишлаш нафақат тезкорлик, балки маълумот хавфсизлиги ва юқори фактологик аниқлик асосида қурилиши соҳанинг стратегик ривожини таъминлайди.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Carlson, M. (2017). *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital Era*. New York: Columbia University Press.
2. Tandoc, E. C., Lim, Z. W. va Ling, R. (2018). "Defining 'Fake News': A Typology of Scholarly Definitions." *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

3. Broersma, M. va Graham, T. (2016). "Tipping the Balance of Power: Social Media and the Transformation of Political Journalism." *The Routledge Companion to Social Media and Politics*, Routledge, 89–103.
4. Steensen, S. va Westlund, O. (2020). *What is Digital Journalism Studies?* London: Routledge.
5. Hanusch, F. va Vos, T. (2020). "Charting the Development of a Field: A Systematic Review of Journalism Studies." *Journalism*, 21(4), 555–573.
6. Brandtzaeg, P. B. va Følstad, A. (2017). "Journalists and social media news sources: Factors explaining positive attitudes toward user-generated content." *Journalism Practice*, 11(10), 1264–1282.
7. Ikeda, K. va Richstad, M. (2021). "Source-journalist relations and the dynamics of news production in digital newsrooms." *Asian Journal of Communication*, 31(3), 198–215.
8. Haller M. Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten. – München: Ölschläger, 2000. – P. 18.
9. Колесниченко А.В. Прикладная журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – С. 111-113.
10. Юшук Е.Л. Конкурентная разведка: источники информации и организация работы с ними // *Известия УрГЭУ*. – 2010. – № 5(31). – С. 146.
11. Алимов Б.С. Хорижий ва миллий омавий ахборот воситаларида Ўзбекистон имижини яратиш тамойиллари ва истиқболи. Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзилган дисс. – Тошкент, 2018. – Б. 115.
12. Қосимова Н. Ахборот манбалари ва улар билан ишлаш қодалари. Ихтисослашган журналистика IX жилд (илмий-оммабоп мажмуа). – Тошкент: Ўзбекистон, НМИУ, 2019. – Б. 217.
13. Эрматов Ҳ. Газета нега керак? // «Hurriyat» газетаси. – 2022 йил 27 апрель. – № 16 (1288). – 4-б.
14. Мирзиёев Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни муносабати билан соҳа вакилларига табриги. 2021 йил 26 июнь.
15. Журналистик текширув моҳияти ва масъулияти. [Электрон ресурс] // «Hurriyat» газетаси онлайн портали. URL: <https://uzhurriyat.uz/2017/04/25/jurnalistik-tekshiruv-mohiyati-va-mas-uliyati/> (Мурожаат санаси: 23.10.2022 й.).

16. Қашқадарёда 4 ёшли боғча боласини поезд уриб кетгани айтилмоқда. [Электрон ресурс] // Qalampir.uz. URL: <https://qalampir.uz/news/k-ashk-adareda-4-yeshli-bogcha-bolasini-royezd-urib-ketgani-aytilmok-da-68374> (Мурожаат санаси: 23.10.2022 й.).

17. Қашқадарёда тезюарар поезд боғча боласини босиб кетди. [Электрон ресурс] // Darakchi.uz. URL: <https://darakchi.uz/index.php/oz/152101> (Мурожаат санаси: 23.10.2022 й.).

18. Қашқадарёда тезюарар поезд 4 ёшли боғча боласини босиб кетди. [Электрон ресурс] // Aniq.uz. URL: <https://aniq.uz/yangiliklar/qashqadaryoda-tezyurarar-poezd-4-yoshli-bogcha-bolasini-bosib-ketdi> (Мурожаат санаси: 23.10.2022 й.).

19. Ўзбекистон халқи оғир жудоликка учради (И.Каримов вафоти ҳақида). [Электрон ресурс] // Kun.uz. URL: <https://kun.uz/92770673> (Мурожаат санаси: 19.08.2022 й.).