



UDK: 050/070:796.5:004:301(575.1)

Zohir TOSHXO'JAYEV,
O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti o'qituvchisi
E-mail: zohirbek@mail.ru

O'zJOKU katta o'qituvchisi, PhD G.Najmiddinova taqrizi ostida

MILLIY SPORT SAYTLARI – ONLAYN JURNALISTIKANING MAHSULI SIFATIDA

Аннотация

Mazkur maqolada onlayn jurnalistika amaliyotida muhim o'rin tutgan saytlarning ahamiyati va ularning ommaviy axborot vositalariga aylanishi milliy media makondagi sport saytlari misolida tahliliy bayon etilgan. O'zbek internet jurnalistikasi paydo bo'lishi, shakllanishi, ommalashishi, rivojlanishida sport yo'nalishidagi saytlar yetakchilardan bo'lib kelmoqda.

Kalit so'zlar: media makon, sport saytlari, ijtimoiy tarmoqlar, sport, olimpiada, jahon chempionati, auditoriya, tushunchalar, onlayn nashrlar, radio, televideniye, internet.

NATIONAL SPORTS SITES AS A PRODUCT OF ONLINE JOURNALISM

Annotation

This article provides an analytical discussion of the importance of websites that play a significant role in the practice of online journalism and their transformation into mass media, using national sports sites as an example within the media landscape. Sports-oriented websites have been among the leaders in the emergence, formation, popularization, and development of Uzbek internet journalism.

Key words: media space, sports sites, social networks, sports, Olympics, world championship, audience, concepts, online publications, radio, television, internet.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ СПОРТИВНЫЕ САЙТЫ - КАК ПРОДУКТ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛИСТИКИ

Аннотация

В данной статье аналитически рассматривается значение сайтов, занимающих важное место в практике онлайн-журналистики, и их превращение в средства массовой информации на примере национальных спортивных сайтов в медиапространстве. Спортивные сайты являются одними из лидеров в появлении, формировании, популяризации и развитии узбекской интернет-журналистики.

Ключевые слова: медиапространство, спортивные сайты, социальные сети, спорт, Олимпиада, чемпионат мира, аудитория, понятия, онлайн-издания, радио, телевидение, интернет.

Kirish. Sport saytlari o'z faoliyatlarini yo'lga qo'yish jarayonida onlayn mediaga xos janrlar, uslublar, talablardan birinchilardan bo'lib foydalanib keldi. Sport saytlarida boshqa elektron ommaviy axborot vositalari taqdim etayotgan kontentlarda uchramaydigan bir qancha janr turlarini ko'rishimiz mumkin.

Bundan tashqari, sport bugungi kunda butun dunyoda har bir mamlakat aholisini qamrab olgan ulkan harakatga aylanib bo'ldi. Bir tomondan, sport – davlatlarning xalqaro maydondagi salohiyati, kuch-qudratini namoyon etuvchi vosita, ikkinchi tarafdan aholi, ayniqsa, yoshlarni sog'lom tarbiyalash omili, boshqa jihatdan katta biznes tuzilma ko'rinishini olganini hayotning o'zi ko'rsatib turibdi.

Sportning ana shu darajaga ko'tarilishida bevosita axborot almashinuvi va aynan mana shu jarayonni qo'llab-quvvatlab kelayotgan onlayn media vositalari va ularning ijtimoiy tarmoqlari hissi juda katta bo'lmoqda.

Adabiyotlar tahlili. Inson yaratilidiki, u kundalik hayotda axborot almashinuviga ehtiyoj sezib kelgan. Jurnalistika esa, har qanday jamiyatni axborotga bo'lgan ehtiyojini qondiruvchi asosiy ijtimoiy institut sifatida sport sohasi bilan ham "to'qnashish"ga majbur. Aynan axborotga chanqoqlik jurnalistikaning ibtidoiy ko'rinishlarini vujudga kelishiga asos bo'lgan, deyishimiz mumkin. Shu ma'noda, sport jurnalistikasining ibtidoiy shaklining yuzaga kelishini eramizdan avvalgi 776 yilda qadimgi Gresiyada o'tkazilgan qadimiy Olimpiya o'yinlari va ushbu musobaqa haqida

ma'lumot berilgan tarixiy manbalarga bog'lasak, mantiqan to'g'ri bo'ladi [1].

O'sha Olimpiya o'yinlari qadimgi Gresiyaning ikkita katta markaziy tadbiridan biri bo'lgani tarixiy manbalarda keltirilgan. Antik Olimpiadaning ildizi diniy udumlarga borib taqalsa-da, uning asosini sport musobaqalari tashkil qilar edi. Tabiiyki, musobaqa ishtirokchilarini bellashuv maydonlariga chorlash, bellashuvlar solnomasi, natijalar, o'yinlar g'olib va qahramonlari haqidagi o'ziga xos ma'lumot tarqatish usullarida ham jurnalistika elementlaridan keng foydalanilgan.

Hatto, qadimgi Olimpiadalarda ro'y bergan voqealar, g'oliblar nomi, musobaqa jarayonlari haqida yozma manbalar ham bizgacha yetib kelgan. Xususan, antik davrning eng mashhur adiblaridan Gomer ham o'zining "Iliada" asariga kurash, boks, kamon va nayza otish, qilichbozlik, poyga musobaqalari haqida noyob ma'lumotlarni kiritgani ham ko'p bor ta'kidlangan [2].

Qadimgi Olimpiya o'yinlarining birinchi g'olibi elidalik Koreb bo'lgani tarixiy manbalarda qayd etilgan. Ayollar o'rtasida bu musobaqaning birinchi chempioni Sparta malikasi Kiniska bo'lgani o'sha davrning tarixchi yozuvchisi Ksenofont asarida yozib qoldirilgan [3]. Buni ham o'sha davrning muhim voqeasi sifatida xabar tarqatish usuli o'laroq, jurnalistikaning elementi, deb baholash to'g'ri bo'ladi.

Yuqoridagi ma'lumotlardan aniq bo'ladi, jurnalistikaning yuzaga kelishi va rivojlanib borishi bevosita sport musobaqalari va voqealariga ham chambarchas bog'liq.

Bugungi kunda dunyoning har qaysi burchagidagi har qanday voqea-hodisalar haqida real vaqt rejimida axborot olish imkonini bor. Bu bevosita internet tarmog'i, onlayn media taraqqiyoti, globallashuv jarayoni kabi zamonaviy tendensiyalar yuzaga kelgani va tobora kengayib borayotgani bilan izohlanadi.

Tabiiyki, bu jarayonlar O'zbekistonni ham chetlab o'tayotgani yo'q. Ana shunday ta'sirlar natijasida keyingi yillarda o'zbek jurnalistikasi ham keskin o'zgarishlarga yuz tutdi. O'zbek jurnalistikasi ichida internet jurnalistika yangi tarmoq sifatida bo'y ko'rsata boshladi. Bu davrning boshidayoq turli yo'nalishdagi saytlar paydo bo'ldi. Xususan, internet jurnalistikaning vujudga kelishi sport saytlarining taraqqiyotida muhim ahamiyat kasb etdi. Yoki bu jarayonni aksincha – sport saytlari onlayn media rivojiga katta hissa qo'shdi, deb ham baholash mumkin.

Tarixga nazar soladigan bo'lsak, uzoq yillar davomida sport voqealari gazeta, radio va televideniya "sport xabarlar" shaklida yoritib kelinar edi. Aksariyat gazetalarining so'nggi sahifasida sport xabarlar uchun ixcham joy ajratilib, sohadagi hodisa-voqealar kichik hajmdagi maqola yoki xabarlar lentasi tarzida yoritilgan. Xuddi shuningdek, radio va televideniya axborot dasturlarida sport xabarlar ob-havo ma'lumotlaridan oldingi blokda bir necha muhim voqealarning qisqa jamlanmasi sifatida berilgan.

Mustaqillik qillarida O'zbekiston Respublikasi birinchi prezidenti Islom Karimov o'zi yuritgan siyosatda jismoniy tarbiya va sportni navqiron avlodning barkamol tarbiyalashda eng muhim vosita ekaniga alohida e'tibor qaratishi natijasida sportga ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalari faoliyat ko'rsata boshladi.

Eng katta qadamlardan biri O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003 yilning 4 noyabrda "Ommaviy sport targ'ibotini yanada kuchaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qaroriga binoan, 2004 yilning 1 yanvaridan "Sport" telekanali ish boshlagani bo'ldi va bu telekanal bugunga qadar o'z faoliyatini davom ettirib kelmoqda [4].

O'z navbatida, O'zbekistonda aholi o'rtasida sog'lom turmush tarzini qaror toptirish maqsadida jismoniy tarbiya va sportni keng miqyosda rivojlantirish ustuvor masalaga aylangani ommaviy axborot vositalarini ham sport sohasini yoritishga kengroq joy ajratishiga turtki bo'ldi.

O'zbekistonda sportni yoritishda internet jurnalistika yetakchi o'rinda turadi. Umuman olganda, ommaviy axborot vositalarining barcha boshqa turlari ham internet tarmog'ida o'zining rasmiy sahifasini ochish, ijtimoiy tarmoqlarda akkauntlarini yuritishga alohida urg'u berayotgani ham internet jurnalistikaning rivojlanishiga zamin bo'lmoqda.

So'nggi tadqiqotlar internetda o'z sahifasiga ega bo'lgan gazetalar o'quvchilarning soni, ularning qog'oz variantiga qiziqishini yanada ortganini ko'rsatmoqda. Xususan, "The Media Audit" kompaniyasining o'tkazgan tadqiqotlariga ko'ra, veb-muhitda elektron nusxasiga ega bo'lgan gazeta va jurnallarning o'quvchilari soni tobora oshib bormoqda [5].

Sport nashrlarining tez ommalashib borishiga global axborot tarmog'i har qanday voqea-hodisalar kabi sport musobaqalari ma'lumotlarini uzluksiz va onlayn tarzda taqdim etish imkoniyati ham ta'sir o'tkazib kelmoqda.

XX asrning so'nggi o'n yilligida elektron nashrga multimedia komponentlari, raqamli tovushlar yoxud video fragmentlar (qismlar) kiritilishi natijasida, elektron nashrlar radio, kino va TV bilan taqqoslaganda, ulardan ancha ustun jihatlarga ega bo'lgan, insonga ta'sir qiluvchi axborot vositasiga aylandi.

Oxirgi bir necha yilda veb-sayt va veb-sahifa tushunchasi tez-tez qo'llanilmoqda. Veb-sahifalar tarmoqdagi axborot resurslarining eng ommaviylashgan va talab ko'p

bo'lgan turi bo'lib, u gipermatn sahifalaridan iboratdir. Bu mazmunan va havolalar vositasida o'zaro bog'liq bo'lgan, bir joyga joylashtirilgan va yagona tarkibga ega bo'lgan multimedia materiallarining majmui – saytdir. Jurnalistika zamon bilan hamnafaslikni ta'minlashi kerakki, bu esa aynan internetning imkoniyatlariga kiradi [6].

Tahlil va natijalar. O'zbekiston sport jurnalistikasini shartli ravishda ikkiga bo'lish mumkin. Bular sport va futbol jurnalistikasi. Sport jurnalistikasi ijodkordan o'ziga xos tayyorgarlikni talab etadi. Bunda shu sohaga qiziqishdan tashqari, sportning deyarli barcha yo'nalishlari bo'yicha bilimlarga ega bo'lish talab etiladi. Shuningdek, sport jurnalistikasining o'zida ham sport turlariga qarab, ixtisoslashuvlar yuzaga kelganini ko'rish mumkin.

O'zbekistondagi internet saytlari orasida sport jurnalistikasi bo'yicha yetakchi o'rinlarni sports.uz va olamsport.com saytlari egallaydi.

Har ikki sayt mamlakatda futboldan tashqari ommaviy hisoblangan boshqa sport turlari bo'yicha ham muntazam xabar va maqolalar, reportaj va translyatsiyalar berib borishga alohida e'tibor qaratib kelmoqda. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, sport saytlari futboldan boshqa turlarni yoritishda o'sha yo'nalishlarning muxlislar orasidagi ommaviyligini inobatga olishga alohida urg'u berishiga to'g'ri keladi.

Yana bir mulohaza shundan iboratki, sports.uz va olamsport.com saytlari ham auditoriyani ushlab qolish maqsadida futbol mavzusini boshqa sport turlaridan kengroq yoritishga majbur bo'lmoqda. Bugungi kunda o'zbekistonlik futbol ishqibozlari championat.asia, stadion.uz, tribuna.uz, onside.uz, uff.uz kabi asosan futbolga ixtisoslashgan saytlarni kuzatib bormoqda [7].

Yuqorida nomi zikr etilgan sports.uz va olamsport.com kabi saytlar o'z sahifalarida futbolga katta urg'u berganidek, futbolga ixtisoslashgan saytlar ham boshqa sport turlari bo'yicha muhim voqea-hodisa va yangiliklarni yoritib borishga ham e'tibor qaratadi.

Sport va futbol jurnalistikasida boshqalardan oldin ochilgan va tajribasi ko'proq bo'lgan saytlar kontent jihatidan raqobatchilardan ustun hisoblanadi. Muhim jihat shundaki, har bir sayt o'zbek va rus tillarida, ayrimlari esa ingliz tilida ham sahifa yuritadi. Biroq, xorijiy tillardagi axborot yangilanishini hamma saytda har xil.

O'zbekistonda sport saytlarining aksariyati faoliyatini 2010 yildan keyin boshlaganini inobatga olish darkor. Sportga ixtisoslashgan internet jurnalistikasi rivojlanishining dastlabki bosqichida deyarli barcha saytlar asosan xabar, maqola va intervyu janridagi ma'lumotlarni tarqatib keldi. Bunda ham kontentning asosiy qismini rus va ayrim hollarda ingliz tilidagi manbalardan tarjimalar tashkil qildi. Sayt sahifalarini bezagan suratlar ham asosan ochiq manbalardan olingan materiallardan iborat.

Keyinchalik saytlarning rivojlanib borishi jarayonida tahririyatlar o'zlarining original materiallari, xususan, xabar, maqola, tahlil, reportaj, intervyu, fotoreportaj kabi mediamahsulotlarni tayyorlashga e'tibor qaratib boshladi. Aynan mana shu usul sport muxlisleri orasida saytlarga bo'lgan munosabatni tubdan o'zgartirdi.

Bugungi kunda O'zbekiston mediamakonida ommaviy bo'lgan har bir sport sayti o'zlarini yoritayotgan yo'nalishlar bo'yicha sport tashkilotlarining matbuot xizmatlari bilan hamkorlikni yo'lga qo'ygan. Buning samarasida sport jurnalistlari mamlakat sportiga oid xabarlarini birinchi manbadan olish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Qolaversa, muxlislar orasida ommalashib ulgurgan saytlar sport tashkilotlari, jamoalar, sportchilar orasida o'z insayderlariga ega. Bu aloqalar ommaviy axborot vositalariga o'z yo'nalishi bo'yicha axborotlarni birinchi bo'lib e'lon qilish ustunligini beradi. Ma'lumki, "insayder" atamasi inglizcha (insider) so'z bo'lib, keng omma uchun yopiq bo'lgan

ma'lumotlarga ega shaxs ma'nosini bildiradi [8]. Sport olamida o'z insayderlariga ega bo'lgan ommaviy axborot vositalari doim muxlislar e'tibor markazida turadi. Bundan tashqari, ular boshqa mediatuzilmalar uchun manba bo'lib ham xizmat qiladi.

Keyingi yillarda sport saytlari faoliyatida axborot shakllari va janrlari o'zgarib borayotganini kuzatib borish mumkin. Bir necha yillar davomida matn shaklida axborot uzatish yetakchilik qilgan bo'lsa, endi vaziyat o'zgardi. Hozir yetakchi sport saytlari ijtimoiy tarmoqlar orqali video mahsulotlar – intervyular, tahlillar, reportajlar, podkastlar, hatto translyatsiyalar tayyorlashni yo'lga qo'ydi. Ahamiyatli shundaki, video mahsulotlarning katta qismini jonli efirlar tashkil qilmoqda.

Shu bois, sport saytlarining yutub platformasidagi kanallarining obunachilari boshqa tarmoqlarga qaraganda ko'pchilikni tashkil qiladi. Bu borada doimiy tarzda videomahsulotlar tayyorlab boradigan ikki yetakchi sayt – sports.uz portali [9] va championat.asia sayting [10] yutubdagi kanallarini misol qilish mumkin.

Shu o'rinda, yana bir e'tiborga molik masalasini keltirib o'tish joiz. Axborot texnologiyalarining rivojlanishi jarayonida ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi sport sohasida faoliyat yuritayotgan saytlarga juda keng imkoniyatlar ochib berdi. Ijtimoiy tarmoqlar – aholining katta qismi, xususan, yoshlar har kuni vaqtining katta qismini sarflayotgan vositaga aylanib bo'ldi. Bugungi kunda yoshlar mediadan juda keng va faol foydalanmoqda. Ular ijtimoiy tarmoqlarga uyali telefon orqali suratlar va videolar yuboradi, turli yangiliklarga munosabat bildiradi, doimiy ravishda virtual makonda muloqotga kirishadi. Agar kattalar ish vaqtini dam olish vaqtidan ajratishga majbur bo'lsa, yoshlar onlayn va offlayn tartibdagi faoliyat o'rtasiga chegara tortish zaruratini his etmaydi [11].

Yoshlarning ijtimoiy tarmoqlarga “bog'lanib” qolganligi sport sohasidagi saytlarni ijtimoiy tarmoqlarni rivojlantirishga e'tibor qaratishiga turtki bo'ldi. Jamiyatda ilk bor “ijtimoiy tarmoq” tushunchasini 1954 yilda angliyalik sosiolog Jeyms Barns kiritgani qayd etilgan [12]. Biroq o'sha davrdagi “ijtimoiy tarmoq” tushunchasi bugungi internet zamonidagi shakli ko'rishni aks ettirmagan. O'tgan asrning ikkinchi yarmida ijtimoiy tarmoq yaratish uchun bir necha urinishlar bo'lgan. Biroq, ijtimoiy tarmoqlar 1995 yilga kelib, ommalasha boshladi. Bunga amerikalik Rendi Konradsning zamonaviy tushunchadagi ilk ijtimoiy tarmoq – Classmates.com sayti yaratgani sabab bo'ldi [13].

Vaqt o'tishi bilan oddiy matnli xabar almashish usuli bo'lgan ijtimoiy tarmoqlar qisqa fursatda jadal rivojlanib, bugungi kunda har qanday shakldagi va formatdagi informatsiyalarni uzatish va qabul qilib olish imkonini beradigan qudratli tizimga aylandi.

Xulosa. O'zbekistondagi internat nashrlari, xususan, sportga sohasini yoritib borayotgan saytlar ijtimoiy tarmoqlar imkoniyatidan keng foydalanishga harakat qilib bormoqda. Bu jarayon qanday kechayotganini O'zbekistonning sports.uz, olamsport.com, championat.asia, stadion.uz va tribuna.uz kabi yetakchi sport saytlari faoliyatida qanday kechayotganini ko'rib chiqamiz.

O'zbekistondagi sport saytlari ham asosan aholi o'rtasida ommaviy va mashhur bo'lgan ijtimoiy tarmoqlardan foydalanayotganini ko'rish mumkin. Jumladan, sports.uz portalining feysbukda 69 ming, telegrammda 55 ming, yutubda 422 ming, instagram 300 ming obunachisi bor. Tvitterda faol emas. Bu sayting ijtimoiy tarmoqlari obunachilari soni muntazam o'sib borayotgani kuzatilmoqda.

Sport turlariga ixtisoslashgan olamsport.com sayting feysbukda 6,2 ming, tvitterda 1,5 ming, telegrammda 44 ming, instagram 200 ming obunachisi bor. Bu sayt yutub kanaliga ega emas.

Qolgan sport saytlari asosan futbolga ixtisoslashgan va ular ham ijtimoiy tarmoqlardan keng foydalanadi. Misol uchun championat.asia sayting feysbukda 39 ming, tvitterda 558 ta, telegrammda 99 ming, yutubda 575 ming, instagram 110 mingdan ortiq obunachisi bor.

Yana bir nashr stadion.uz sayting feysbukda 14 ming, tvitterda 4 ming, telegrammda 22 ming, yutubda 284 ta, instagram 24 ming obunachisi bor. Bir paytlar yutubda 2 ming kuzatuvchiga ega bo'lgan sayt ayni paytda bu tarmoqdan foydalanmayapti.

Asosan futbolni yoritadigan tribuna.uz sayting feysbukda 36 ming, tvitterda 6 ming, telegrammda 177 ming, yutubda 33 ming, instagram 203 ming obunachi kuzatadi.

Ijtimoiy tarmoqlar sport saytlariga bir qator qulayliklarni taqdim etmoqda. Xususan, saytlar o'zlari tayyorlayotgan mediamahsulotlarni auditoriyaga tezkor yetkazib berish imkoniga ega. Ayrim ma'lumotlarni onlayn tarzda uzatish imkoniyati ham bor. Bundan tashqari, muxlislar e'tiborida turgan musobaqalar translyatsiyasini ijtimoiy tarmoqlar orqali real vaqtda onlayn tarzda uzatish holatlari ko'paymoqda.

Bu YUNESKOning media va axborot savodxonligi to'g'risidagi nashrlarida qayd etilgan quyidagi izohning amaliy tasdig'idir: “media va axborot savodxonligini o'zlashtirgan fuqarolar tegishli texnologiyalardan foydalangan holda axborot va mediakontentni olish, baholash, yaratish va tarqatish layoqatiga ega bo'ladi” [14].

Xulosa o'rinda aytish mumkinki, internetda faoliyat yurituvchi sub'yektlar zamonaviy axborot va kommunikatsiya texnologiyalari yutuqlarini eng ko'p va tezkor o'zlashtirib kelmoqda. Buni uddalayotgan axborot manbalari o'z auditoriyasini muntazam kengaytirib borayotgani kuzatilyapti.

ADABIYOTLAR

1. https://studwood.net/2460840/zhurnalistika/istoriya_vozniknoveniya_sportivnoy_zhurnalistiki
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Antichnyye_Olimpiyskiye_igrы
3. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Kiniska>
4. <https://lex.uz/docs/246753?ONDATE=04.11.2003>
5. Qudratxo'jayev Sh. Internet: rivojlanish bosqichlari va zamonaviy ta'sirlar. <http://huquqburch.uz/uz/view/639>
6. Qosimova N. Onlayn jurnalistika. Darslik. 2019 y. 101-b.
7. https://www.uz.ru/stat/visitors/ratings?cat_id=325
8. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Insayder>
9. <https://www.youtube.com/c/SPORTSUZCHANNEL>
10. https://www.youtube.com/channel/UCZM-BXS5DOWUWDDwoS22_qw
11. Ya. Mamatova, S. Sulaymanova. O'zbekiston mediata'lim taraqqiyoti yo'lida. O'quv qo'llanma.–T.: «Extremum-press», 2015. – 22 b.
12. <https://sciencepop.ru/istoriya-sotsialnyh-setey-poyavlenie-i-razvitiye>
13. <https://martrending.ru/smm/kratkaya-istoriya-poyavleniya-socialnyh-setey>
14. Media i informatsionnaya gramotnost v obshchestvax znaniya / Sost. Kuz'min Ye. I., Parshakova A. V. — M.: MSBS, 2013. — S. 29
15. <https://www.visualcapitalist.com/worlds-top-50-influencers-across-social-media-platforms/>