

## BLOGING: ZAMONAVIY AXBOROT MAYDONINI SHAKLLANTIRUVCHI KUCH

**Iroda Murodjonova**

O‘zbekiston Jurnalistika va Ommaviy Kommunikasiyalar Universiteti  
katta o‘qituvchisi

### **Annotatsiya:**

Maqolada zamonaviy jurnalistika va bloging fenomeni o‘rtasidagi o‘zaro aloqalar, ularning axborot maydonidagi o‘rni va ta’siri tahlil qilinadi. Internet va raqamli texnologiyalar asosida shakllanayotgan yangi media muhitida blogerlik faoliyatining ijtimoiy ahamiyati, jurnalistikadan farqli jihatlari hamda o‘zaro yaqinlashuv tendensiyalari yoritiladi.

**Kalit so‘zlar:** jurnalistika, bloging, yangi media, raqamli platforma, axborot, ommaviy kommunikatsiya.

### **Kirish**

Axborot texnologiyalari jadal sur‘atlar bilan rivojlanayotgan bugungi davrda bloging fenomeni jamiyat hayotining barcha jabhalariga chuqur kirib bormoqda. Internet tarmog‘ining ommalashuvi bilan birga yuzaga kelgan blogerlik — endilikda nafaqat shaxsiy fikr bildirish vositasi, balki jurnalistikaga xos elementlarni o‘z ichiga olgan muhim axborot manbaiga aylangan. Mazkur maqolada blogingning kelib chiqish tarixi, ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistika unsurlarining shakllanishi, hamda blogerlik faoliyatining bugungi kundagi global va mahalliy miqyosdagi ahamiyati yoritiladi.

Bloging atamasi dastlab 1990-yillar o‘rtalarida paydo bo‘lgan. 1994-yilda amerikalik talabalar va dasturchilar o‘zlarining shaxsiy veb-sahifalarida kundalik fikr va kechinmalarini yozib, ular bilan Internet foydalanuvchilari bilan bo‘lishishni boshladilar. Bu sahifalar dastlab “web log” (ya’ni, “veb kundalik”) deb atalgan bo‘lsa-da, 1999-yilda bu so‘z “blog” ko‘rinishiga qisqardi va keng ommalashdi.

Dastlabki bloglar ko‘proq shaxsiy xarakterga ega bo‘lgan: foydalanuvchilar o‘z hayoti, qiziqishlari, tafakkuri haqida yozar edilar. Biroq tez orada bloglar ijtimoiy, siyosiy, madaniy mavzulardagi munosabatlarni ifoda etuvchi, muqobil axborot manbaiga aylana boshladi.



Ijtimoiy tarmoqlarning keng ommalashuvi (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram va boshqalar) bloging jarayonida tub burilish yasadi. Endilikda blogerlar matnli kontent bilan cheklanmay, audio-vizual vositalar — video bloglar, “story”lar, jonli efirlar orqali ham axborot tarqata boshladi. Bu esa ularning axborot yetkazishdagi imkoniyatlarini keskin kengaytirdi.

Blogerlar faoliyati asta-sekin jurnalistikaga xos bo‘lgan funksiyalarni bajara boshladi: voqealarga munosabat bildirish, tahlil qilish, jamoatchilik fikrini shakllantirish, dolzarb masalalarni yoritish. Shu bois hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlar va blog platformalarida faoliyat yuritayotgan ko‘plab blogerlar ommaviy axborot vositalariga o‘xshash darajada ta‘sir kuchiga ega bo‘lib qoldi.

Ayni vaqtda bu holat blogerlik va jurnalistika o‘rtasidagi chegaralarni ham noaniq holga keltirdi. Blogerlik subyektivlikka asoslangan bo‘lsa-da, ko‘plab holatlarda ular jamiyat uchun dolzarb axborotlarni birinchi bo‘lib yoritmoqda. Shu sababli ayrim davlatlarda blogerlik faoliyati qonuniy jihatdan OAV sifatida tan olinib boshladi.

Blogingning bugungi holati: Global va mahalliy manzara

Bugungi kunda bloging butun dunyoda kuchli axborot vositasiga aylangan. AQSh, Yevropa, Rossiya, Janubiy Koreya, Yaponiya, Hindiston va boshqa ko‘plab davlatlarda blogerlik sohasi professional darajada tashkil etilgan. Ko‘plab blogerlar o‘z kontentlarini brendlar bilan hamkorlikda ishlab chiqib, tijorat faoliyati orqali daromad topmoqda. Bu sohaga reklama agentliklari, PR-kompaniyalar va marketing mutaxassisleri jiddiy e‘tibor qaratmoqda.

O‘zbekiston ham bu borada istisno emas. So‘nggi yillarda mamlakatimizda ijtimoiy tarmoqlar orqali faoliyat yurituvchi blogerlar soni keskin ortdi. Ular siyosiy, ijtimoiy, ta‘limiy, madaniy, sport va hayot tarziga oid turli mavzularda kontentlar tayyorlamoqda. Ayrim blogerlarning auditoriyasi millionlab kishilarga yetib borgan. Ularning faoliyati jamiyatda muhokama uyg‘otmoqda, ayrim hollarda esa davlat tashkilotlari yoki qonunchilikka ta‘sir ko‘rsatayotgani kuzatilmoqda.

Shu bilan birga, O‘zbekistonda blogerlik faoliyatini tartibga solish, axborot xavfsizligini ta‘minlash va yolg‘on ma‘lumotlarning oldini olish bo‘yicha huquqiy-me‘yoriy baza yaratilmoqda. Blogerlik — so‘z erkinligi va mas‘uliyat o‘rtasidagi nozik muvozanatni talab qiladigan soha sifatida tobora e‘tiborni tortmoqda.

Bloging — bu nafaqat axborot uzatish vositasi, balki jamiyatda axborot madaniyatini shakllantiruvchi muhim omil. U jurnalistika bilan chambarchas bog‘liq

bo‘lib, zamonaviy texnologiyalar asosida rivojlanmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistik elementlarning paydo bo‘lishi, blogerlikning jamiyatdagi o‘rni va uni tartibga solish masalalari bugungi kunning dolzarb mavzularidandir. O‘zbekiston bloging sohasida yangi bosqichga qadam qo‘ymoqda. Bu jarayonni tizimli va mas‘uliyatli yondashuv asosida davom ettirish — zamonaviy axborot jamiyatini qurishda muhim ahamiyatga ega bo‘ladi.

Axborot texnologiyalari jadal sur‘atlar bilan rivojlanayotgan bugungi davrda bloging fenomeni jamiyat hayotining barcha jabhalariga chuqur kirib bormoqda. Internet tarmog‘ining ommalashuvi bilan birga yuzaga kelgan blogerlik — endilikda nafaqat shaxsiy fikr bildirish vositasi, balki jurnalistikaga xos elementlarni o‘z ichiga olgan muhim axborot manbaiga aylangan. Mazkur maqolada blogingning kelib chiqish tarixi, ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistika unsurlarining shakllanishi, hamda blogerlik faoliyatining bugungi kundagi global va mahalliy miqyosdagi ahamiyati yoritiladi.

Dastlabki bloglar ko‘proq shaxsiy xarakterga ega bo‘lgan: foydalanuvchilar o‘z hayoti, qiziqishlari, tafakkuri haqida yozar edilar. Biroq tez orada bloglar ijtimoiy, siyosiy, madaniy mavzulardagi munosabatlarni ifoda etuvchi, muqobil axborot manbaiga aylana boshladi. Bu jarayon axborot texnologiyalarining takomillashuvi, ayniqsa

Ijtimoiy tarmoqlarning keng ommalashuvi (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram va boshqalar) bloging jarayonida tub burilish yasadi. Endilikda blogerlar matnli kontent bilan cheklanmay, audio-vizual vositalar — video bloglar, “story”lar, jonli efirlar orqali ham axborot tarqata boshladi. Bu esa ularning axborot yetkazishdagi imkoniyatlarini keskin kengaytirdi.

Blogerlar faoliyati asta-sekin jurnalistikaga xos bo‘lgan funksiyalarni bajara boshladi: voqealarga munosabat bildirish, tahlil qilish, jamoatchilik fikrini shakllantirish, dolzarb masalalarni yoritish. Shu bois hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlar va blog platformalarida faoliyat yuritayotgan ko‘plab blogerlar ommaviy axborot vositalariga o‘xshash darajada ta’sir kuchiga ega bo‘lib qoldi.

Ayni vaqtda bu holat blogerlik va jurnalistika o‘rtasidagi chegaralarni ham noaniq holga keltirdi. Blogerlik subyektivlikka asoslangan bo‘lsa-da, ko‘plab holatlarda ular jamiyat uchun dolzarb axborotlarni birinchi bo‘lib yoritmoqda. Shu sababli ayrim davlatlarda blogerlik faoliyati qonuniy jihatdan OAV sifatida tan olinib boshladi.



Bloggingning bugungi holati: Global va mahalliy manzara

Bugungi kunda blogging butun dunyoda kuchli axborot vositasiga aylangan. AQSh, Yevropa, Rossiya, Janubiy Koreya, Yaponiya, Hindiston va boshqa ko‘plab davlatlarda blogerlik sohasi professional darajada tashkil etilgan. Ko‘plab blogerlar o‘z kontentlarini brendlar bilan hamkorlikda ishlab chiqib, tijorat faoliyati orqali daromad topmoqda. Bu sohaga reklama agentliklari, PR-kompaniyalar va marketing mutaxassislari jiddiy e‘tibor qaratmoqda.

O‘zbekiston ham bu borada istisno emas. So‘nggi yillarda mamlakatimizda ijtimoiy tarmoqlar orqali faoliyat yurituvchi blogerlar soni keskin ortdi. Ular siyosiy, ijtimoiy, ta‘limiy, madaniy, sport va hayot tarziga oid turli mavzularda kontentlar tayyorlamoqda. Ayrim blogerlarning auditoriyasi millionlab kishilarga yetib borgan. Ularning faoliyati jamiyatda muhokama uyg‘otmoqda, ayrim hollarda esa davlat tashkilotlari yoki qonunchilikka ta‘sir ko‘rsatayotgani kuzatilmoqda.

Shu bilan birga, O‘zbekistonda blogerlik faoliyatini tartibga solish, axborot xavfsizligini ta‘minlash va yolg‘on ma‘lumotlarning oldini olish bo‘yicha huquqiy-me‘yoriy baza yaratilmoqda. Blogerlik — so‘z erkinligi va mas‘uliyat o‘rtasidagi nozik muvozanatni talab qiladigan soha sifatida tobora e‘tiborni tortmoqda.

Blogging — bu nafaqat axborot uzatish vositasi, balki jamiyatda axborot madaniyatini shakllantiruvchi muhim omil. U jurnalistika bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, zamonaviy texnologiyalar asosida rivojlanmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistik elementlarning paydo bo‘lishi, blogerlikning jamiyatdagi o‘rni va uni tartibga solish masalalari bugungi kunning dolzarb mavzularidandir. O‘zbekiston blogging sohasida yangi bosqichga qadam qo‘ymoqda. Bu jarayonni tizimli va mas‘uliyatli yondashuv asosida davom ettirish — zamonaviy axborot jamiyatini qurishda muhim ahamiyatga ega bo‘ladi.

1. Zamonaviy jurnalistika: Raqamli transformatsiya yo‘lida. Zamonaviy jurnalistika raqamli platformalarda, ijtimoiy tarmoqlarda, mobil ilovalarda faoliyat yuritishga moslashmoqda. Matbuot, radio va televideniye kabi an‘anaviy vositalar internet tarmog‘iga integratsiyalashmoqda. Shu bilan birga, jurnalistlar endi ko‘p hollarda multimedia vositalaridan foydalanishlari, real vaqt rejimida ishlashlari va omma bilan bevosita muloqotda bo‘lishlari zarur.

2. Bloging: Axborot uzatishning alternativ shakli

Blogging — bu shaxsiy tajriba, kuzatuv, tahlil yoki xulosa asosida olib boriladigan axborot tarqatish faoliyatidir. U jurnalistikadan farqli o‘laroq, rasmiy

tahririyatlar va qat'iy professional standartlardan ozod shaklda olib boriladi. Blogerlar ijtimoiy tarmoqlar, shaxsiy veb-saytlar, YouTube va boshqa platformalar orqali o'z auditoriyasini shakllantiradi.

### 3. Jurnalistika va blogging: Farqlar va o'xshashliklar

Asosiy jihat Jurnalistika Bloging manba ishonchliligi Tekshirilgan, tahrirlangan Shaxsiy tajriba asosidagi Erkinlik darajasi Cheklangan (tahririyat siyosati) Yuqori (shaxsiy pozitsiya) Platforma An'anaviy va onlayn OAV jtimoiy media va veb-platformalar Auditoriyaga ta'siri Ommaviy axborot Maqsadli auditoriyalar

Har ikki yo'nalish ham o'zining afzalliklari va kamchiliklariga ega. Jurnalistika ishonchlilik va tahliliy yondashuvda ustun bo'lsa, blogging yengillik, erkinlik va innovatsion yondashuvda oldinda turadi.

### 4. Blogerlik va jurnalistikaning yaqinlashuvi

Bugungi kunda blogerlarning ayrimlari jurnalistik uslubda ishlamoqda: intervyular oladi, reportajlar tayyorlaydi, tahliliy materiallar yozadi. Ayni paytda, jurnalistlar ham shaxsiy bloglar, YouTube kanallari ochib, mustaqil faoliyat yuritmoqda. Bu holat axborot tarqatishda yangi formatlarning shakllanishi va erkin so'zlashuv muhitining kengayishini ta'minlamoqda.

### **Xulosa**

Zamonaviy jurnalistika va blogging o'rtasidagi chegara tobora xiralashib bormoqda. Har ikkisi ham zamonaviy jamiyat axborot ehtiyojlarini qondirishda muhim rol o'ynaydi. Kelajakda bu ikki yo'nalish o'zaro integratsiyalashgan, yangicha axborot madaniyatini shakllantiruvchi kuch sifatida rivojlanadi.

---

# Research Science and Innovation House