

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 RAQAMLI ILMIY
KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

BOBORAJABOV ERGASH TOSHPULATOVICH

**O‘ZBEKISTONDA SPORT SAYTLARI
(PAYDO BO‘LISHI, FAOLIYAT YURITISHI VA RIVOJLANISH
TENDENSIYALARI)**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori
(PhD) dissertatsiyasi mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора
философии (PhD) по филологическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of doctor of
philosophy (PhD) on philological sciences**

Boborajabov Ergash Toshpulatovich

O‘zbekistonda sport saytlari (paydo bo‘lishi, faoliyat yuritishi
va rivojlanish tendensiyalari)..... 3

Боборажабов Эргаш Тошпулатович

Спортивные сайты в Узбекистане (появление, деятельность и
тенденции развития)..... 27

Boborajabov Ergash Toshpulatovich

Sports sites in Uzbekistan (origin, activity and
development tendencies) 52

E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati

Список опубликованных работ
List of published works..... 57

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 RAQAMLI ILMIY
KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

BOBORAJABOV ERGASH TOSHPULATOVICH

**O‘ZBEKISTONDA SPORT SAYTLARI
(PAYDO BO‘LISHI, FAOLIYAT YURITISHI VA RIVOJLANISH
TENDENSIYALARI)**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida V2018.3.(PhD)/Fil627 raqam bilan ro‘yxatga olingan.

Dissertatsiya O‘zbekiston davlat jahon tillari universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o‘zbek, rus, ingliz (rezume)) Ilmiy kengash sahifasida (www.uzjoku.uz) va “ZiyoNet” Axborot-ta’lim partaliga (www.ziynet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar: **Mo‘minov Fayzulla Abdullayevich**
filologiya fanlari doktori, professor

Rasmiy opponetlar: **Muxtor Xudoyqulov**
filologiya fanlari doktori, professor

Mirzahakim To‘xtamirzayev
filologiya fanlari nomzodi, dotsent

Yetakchi tashkilot: O‘zbekiston Milliy universiteti

Dissertatsiya himoyasi O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi PhD.03/30.12.2019.fil.14.01 raqamli Ilmiy kengashning 2024 yil “___” _____ soat ___ dagi majlisida bo‘lib o‘tadi. (Manzil: O‘zbekiston Respublikasi, Toshkent shahri, Markaz-5, 88-uy. Tel.: (+998 71) 2070906, (+998 71) 2070906; e-mail: info@jmcu.uz)

Dissertatsiya bilan O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (___ raqami bilan ro‘yxatga olingan). Manzil: Toshkent shahri, Markaz-5, 88-uy. Tel.: (+998 71) 2070906, (+998 71) 2070906.

Dissertatsiya avtoreferati 2024 yil “___” _____ kuni tarqatildi.
(2024 yil “___” _____ dagi _____ raqamli reyestr bayonnomasi).

F.A.Mo‘minov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash raisi,
filologiya fanlari doktori, professor.

A.I.Safarov

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash kotibi,
filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori, dotsent.

N.F.Muratova

Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash qoshidagi
Ilmiy seminar raisi, filologiya fanlari doktori,
dotsent.

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Bugungi globallashuv sharoitida axborotlashgan jamiyatning, ijtimoiy munosabatlar mediyatizatsiyasining tobora shakllanib borishi axborotni tezkor tarqatish va umumjahon miqyosida jamoatchilik fikriga ta'sir etishda elektron platformalar ko'lamini kengaytirishga ehtiyojni oshirmoqda. Internet tarmog'ida boshqa sohalar singari sport jurnalistikasining o'rni, mavqeyi, axborot uzatishdagi yangi format va trendlarni joriy etish muammolari mavjudligi ko'zga tashlanmoqda. Bunday vaziyatda sport jurnalistikasini rivojlantirish, uning global tarmoqdagi mavqeyini o'stirish, sport saytlari faoliyatida interaktiv metodlar asosida yangiliklarni uzatish tizimini joriy etish masalasi dolzarb vazifa sifatida o'rta chiqmoqda.

Dunyo globallashuv jarayonida ekan, jurnalistika sohasi ham o'z vektorlari bo'yicha kengayishi, takomillashishi, ixtisoslashishi va yana yangi yo'nalishlarga adaptatsiya bo'lishi taqozo etilmoqda. Jumladan, sport jurnalistikasining yangi formati bo'lgan veb-saytlar, ijtimoiy tarmoq ilovalari axborot bozoriga kirib kelishi mazkur sohada ham ixtisoslashuv zarurati mavjudligini ko'rsatmoqda. Ayniqsa, onlayn sport jurnalistikasining muhim tarkibiy qismi bo'lgan sport saytlari va ulardagi auditoriya, mualliflar guruhi, ularning roli, uslubi, ijtimoiylashuvi, vizualizatsiyasi, interaktivligi, kontent-tematik o'ziga xosliklarini har tomonlama o'rganish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Mamlakatimiz sport siyosatidagi eng katta targ'ibot vositasi bo'lgan sport jurnalistikasi XXI asr boshiga kelib cheksiz imkoniyatlar platformasi bo'lgan sport saytlari va ijtimoiy tarmoq ilovalari orqali rivojlanishning keng qamrovli bosqichiga chiqdi. Lekin bu yangi sohaning kontenti bilan shug'ullanuvchi moderatorlar, sohaning yukini his qiluvchi talabchan mutaxassislar, zarur hollarda interaktiv ma'lumot uzatish salohiyati yetishmasligi muammo sifatida o'rta chiqdi. Binobarin, Prezidentimiz ta'kidlaganidek, "Mamlakatimizdagi barcha siyosiy-ijtimoiy institutlar kabi O'zbekiston jurnalistikasi ham hozirgi raqamli texnologiyalar davrida yangi shakllanish jarayonini boshidan kechirmoqda. Bugun avlodlar, ijodiy maktablar, an'analar, tushuncha va tasavvurlar yangilanmoqda. Internet zamon o'z talab va qoidalarini ilgari surmoqda. Ana shunday murakkab o'tish davrida milliy jurnalistikamiz ilgari kuzatilmagan turli sinov va qiyinchiliklarga ham duch kelayotganini e'tirof etish va ularni birgalikda bartaraf qilish haqida o'ylashimiz lozim"¹. Mazkur muammoning hal etilishida sport jurnalistlari faoliyati dolzarb ahamiyat kasb etadi. Zero, sport jurnalistikasi taraqqiyot tendensiyalari aynan zamon talablari asosida rivojlanishni taqozo etayotgan eng samarador soha sifatida namoyon bo'lmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi, "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi² va "Jismoniy tarbiya va

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga yo'llagan tabrigidan <https://president.uz/uz/lists/view/4454>

² "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi Ўзбекистон Республикаси қонуни // Янги таҳрирда. Тошкент. 2007 йил.

sport to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi qonuni³, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 7-apreldagi PQ-114-son “Ma‘muriy islohotlar doirasida yoshlar siyosati va sport sohasida davlat boshqaruvini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 7-apreldagi PQ-115-son “Ommaviy va professional futbolni har tomonlama rivojlantirishning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorilari, 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-150-son “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni, O‘zbekiston Respublikasining yangi tahrirdagi Konstitutsiyasi va mamlakat rahbarining BMT Bosh Assambleyasi 72-sessiyasi⁴da so‘zlagan nutqlaridagi hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishi-ning ustuvor yo‘nalishlariga bog‘liqligi. Ilmiy-tadqiqot ishi respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma‘naviy-ma‘rifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishi doirasida bajarilgan.

Mavzuning o‘rganilganlik darajasi. O‘zbekistonda sport jurnalistikasiga doir taniqli olim va mutaxassisleri A.Imomxo‘jayev⁵ A.Karimov, Yu.Artiqova, A.Hasanov tadqiqotlarida sport jurnalistikasiga oid turli muammolar tahlilga tortilgan⁶. N.A.Abduazizova, F.A.Mo‘minov, X.Do‘stmuhammad, Sh.Qudratxo‘ja, R.Muhammadiyev, S.Umirov, K.Ismoilova, Y.Hamdamov, Y.Mamatova va boshqalarning⁷ tadqiqotlari, kitoblari, maqolalarida ham dissertatsiya mavzusiga oid ayrim fikr-mulohazalar bildirilgan.

MDH davlatlarida S.Mixaylov, A.G.Mostov⁸ K.Alekseyev, E.Voytik, D.Desyuk, S.Ilchenko, O.Shmidt⁹ o‘z asarlarini sport televideniyesi, radiosi va matbuoti tarixi va rivojlanishiga bag‘ishlagan. Internet jurnalistika muammolari haqida A.Amzin, S.Balmayeva, E.Vartanova, I.Zasurskiy, M.Lukina¹⁰ kabi olimlar

³ “Жисмоний тарбия ва спорт тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунлари // Янги таҳрирда. Тошкент. 2015 йил.

⁴ <https://www.uzavtoyul.uz/cy/post/ozbekiston-prezidenti-shavkat-mirziyoyev-bmt-bosh-assambleyasining-72sessiyasida-nutq-sozladi.html>

⁵ Имомхўжаев А. Футбол – қувончим, дардим, фахрим, Т., “Шарк” НМАК, 1996 Имомхўжаев А. Мафтунингман футбол, Т., “Шарк”НМАК, 2004. Имомхўжаев А. Ўзбегимнинг Миржалолли, Т., “Шарк”НМАК, 2006

⁶ Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика), - Т.: ЎзДЖТУ, 2012, Артикова Ю.А. Ўзбекистон радиосида интерактивлик: тамойиллар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари. Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2009.;

⁷ Абдуазизова Н. Мустақил Ўзбекистон журналистикаси тарихи. – Т.: Академия, 2007.; Абдуазизова Н. Миллий журналистика тарихи.– Т.: Шарк, 2008.; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил(Монография).–Т.: Янги аср авлоди, 2007.; Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида.– Т.: Университет, 1998.; Артикова Ю. “Спорт журналистикаси” Тошкент., МУМТОЗ СЎЗ, 2016., ва бошқ.

⁸ Михайлов С.А., Мостов А.Г., Спортивная журналистика, М.: Аспект-пресс, 2002.

⁹ Алексеев К.А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. – М.: Издательство Юрайт, 2013. Алексеев К.А. Новейшая история отечественной журналистики Учебное пособие / Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 400 с., Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. Томск: Издательский Дом ТГУ, 2013., Десюк Д.В. Языковая специфика спортивного телетекста / Д. В. Десюк // Знание. Понимание. Умение. - 2010. - Вып. 4. - С. 187-190, Ильченко С.Н. Основы журналистской деятельности Учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Ильченко. М. : Издательство Юрайт, 2018. 311 с. (Серия : Бакалавр. Академический курс), Шмидт О.Ю. Проблематика, специфика формирования и развития тверской спортивной журналистики: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук : специальность 10.01.10 / Шмидт Оксана Юрьевна ; [Место защиты: Твер. гос. ун-т]. - Тверь, 2018. -21 с.

¹⁰ Амзин А.А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / Москва : Издательства АСТ, 2020. – 400 с. С.Болмаева Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика [Текст] :

tadqiqotlar olib borishgan. Biroq, onlayn sport jurnalistikasining media makonda hukmronligi va uning talabi va ommabopligiga qaramay, bu hodisa bo'yicha hali to'liq va keng ko'lamli tadqiqotlar mavjud emas.

AQSH va Yevropa davlatlarida Charlz M.Lambert¹¹, Ronald A.Smith¹², Yunus Al-Karashi¹³ shuningdek, ayrim amaliyotchi jurnalistlar qisman tadqiqot olib borganlar, ammo bugungi kunda sport saytlarining tuzilishini o'zgartiruvchi tegishli texnologik va auditoriya siljishlarining to'liq tavsifi hali mavjud emas.

Shu bilan birga, O'zbekistonda sport jurnalistikasining ilmiy-nazariy asoslari, mustaqillik davrida sport saytlarining paydo bo'lishi, tarixiy rivojlanishi, sport jurnalistikasida olib borilayotgan islohotlar tendensiyasi va tamoyillari yetarlicha o'rganilmagan va tadqiq etilmagan.

Dissertatsiya mavzusining dissertatsiya bajarilayotgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq "Mass-media nazariyalari, tarixi va istiqbolining dolzarb muammolari" amaliy loyihasi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi O'zbekiston Respublikasida sport jurnalistikasining ilmiy-nazariy asoslarini, mustaqillik davrida sport saytlarining paydo bo'lishini, faoliyat yuritishini, tarixiy rivojlanishini, Yangi O'zbekiston sharoitida sport jurnalistikasida olib borilayotgan

islohotlar tendensiyasi va ahamiyatini ochib berishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

O'zbekistonda mustaqillik yillarida sport jurnalistikasining rivojlanish bosqichlarini o'rganish, mavjud muammolarni ilmiy tahlil etish va uning samaradorligini oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqish;

mahalliy sport saytlari faoliyatini zamonaviy tendensiyalar asosida tashkil etishga qaratilgan metodik ishlanmalar yaratish;

sport saytlarida eksklyuziv, on-layn, of-layn, insayd axborotlar vizualizatsiyasi va infografikasini tadqiq etish;

sport saytlarining auditoriya vektorlarini shakllantirishda ijtimoiy tarmoq va turli ilovalarning ahamiyatini o'rganish va ular asosida taklif va tavsiyalar berish;

sport jurnalistlari kadrlarini tayyorlash, ularning matbuot va internet saytlari uchun tayyorlaydigan maqola va xabarlari, media mahsulotlarining o'ziga xosligi, tendensiyalari bo'yicha metodik qo'llanmalar ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti sifatida Stadion.uz - <https://stadion.uz/uz/> hamda Championat.asia – <https://championat.asia/uz> saytlari faoliyati tanlangan.

Tadqiqotning predmetini mamlakatdagi sport saytlari faoliyati, ularda berib borilayotgan eksklyuziv, on-layn, of-layn, insayd axborotlar vizualizatsiyasi va

[материалы к обучающим семинарам] / - Екатеринбург: 2010 (Екатеринбург: Типография "Аграф"). - 146, [1] с. Варганова, Е. Л. Медиа-система России : учебник / Е. Л. Варганова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Варгановой. 2-е изд., испр. Москва : Аспект Пресс, 2021. 424 с., Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ, 1999. 272 с., Засурский И. И., Сергеев М., Семьякин Д. Инфраструктура ноосферы. Современные инструменты регистрации и идентификации в сети интернет произведений в сфере культуры, науки и образования. М., 2016. 294 с., Лукина М.М. (ред.) Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.

¹¹ <https://infinity.wecabrio.com/B07F9YBM5Q-digital-sports-journalism-english-edition.pdf> 21.02.2023й.

¹² Ronald A.Smith, Sports and Freedom: The Rize of Big-Time Collage Athletics, New York: Oxford University Press, 1988. 290.

¹³ "Sports journalism" Al Jazeera Media Institute.

infografikasiga doir chiqishlar, ularning o'ziga xosliklari, mazmun-mundariyasi, shuningdek, funksiyani amalga oshirish spetsifikasi tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari Dissertatsiyada qiyosiy-tahliliy, observatsion (kuzatuv) va analitik usullar, izchillik prinsiplaridan foydalanish, tarkibiy va funksional tahlil, nazariy va empirik umumlashtirish usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

jurnalistlar nutq ijodkorligida nutqiy tuzilma va konsepsiyaning noto'g'ri qo'llanilishini bartaraf etish maqsadida lavozim majburiyatlari yo'riqnomasiga "jurnalist nutqining ekspressiv-emotsionalligini ifodalashda fonetik, leksik-frazeologik, morfologik va sintaktik usullarni alohida o'qitishni ta'minlash" funksiyasini kiritish zarurati asoslangan;

ixtisoslashgan veb-saytlar tomonidan jamoatchilikka axborot yetkazish jarayonidagi ta'sirchanlik xususiyatlari saytlarning auditoriya vektorlarini shakllantirishga ko'ra ijtimoiy tarmoq va ilovalarning ahamiyati bilan bog'liq ekanligi dalillangan;

sport saytlaridagi axborot uzatish tizimida integratsion, kombinatsion va distansion kabi zamonaviy integrativ metodologik vositalardan foydalanish konvergensiya jarayonlarining konseptual rivojlanishga olib kelishi isbotlangan;

media-marketing, media-biznes va media-menejment xususiyatlari ixtisoslashgan saytlar moliyaviy bazasini yaratish globallashtirish sharoitida avtomatlashtirilgan moliyaviy axborot tizimlari va texnologiyalarining qo'llanilishi zamonaviy sport jurnalistikasining eng muhim jihatlari ekanligi dalillangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

O'zbekiston sharoitida sport saytlarini yuritishda yangi mediada qo'llanilayotgan trendlarni ishga solish, jumladan, dron jurnalistika texnologiyalari, kompyuter algoritmlari asosidagi boshqaruv, avtomatlashgan jurnalistikadan foydalanish taklifi berilgan;

sport sharhlarini robot jurnalistlar sharhlashiga tayyorlanish, uning ilmiy-nazariy asoslarini ishlab chiqish, neyrotarmoq asosida sport xabarlarini keng ommaga yetkazilishini ta'minlash va sun'iy intellekt ishtirokida sport dasturlarini tashkil etishga kirishishga doir tavsiya berilgan;

sport jurnalistikasida kadrlar masalasi, ularning matbuot va internet saytlari uchun tayyorlaydigan maqola va xabarlarini, media mahsulotlaridagi o'ziga xos tendensiyalarga amal qilish bo'yicha metodik ishlanma yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ilmiy izlanishning nazariy va amaliy tadqiqot metodlari hamda mavzu yuzasidan faktografik va statistik ma'lumotlar, arxiv hujjatlarining tahlil etilganligi bilan belgilanadi. mamlakatdagi sport saytlari faoliyati, ularda berib borilayotgan eksklyuziv, onlayn, oflayn, insayd axborotlar vizualizatsiyasi va infografikasiga doir chiqishlar, Respublika va xalqaro miqyosdagi ilmiy-amaliy va ilmiy-uslubiy konferensiya materiallari to'plamlari, OAK ro'yxatidagi maxsus hamda xorijiy ilmiy jurnallarda chop etilgan maqolalar, xulosa, amaliy taklif va tavsiyalarning amaliyotga joriy etilganligi, olingan natijalarning vakolatli tashkilotlar tomonidan tasdiqlanganligi ilmiy natijalarning ishonchliligini ta'minlagan.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati sifatida o'zbek sport saytlarining rivojlanish tendensiyalarida yo'l qo'yilayotgan kamchiliklar, saytlar xususiyatlaridan kelib chiqqan holda strukturaviy muammolar, sayt xaritalaridagi noaniqliklarni bartaraf etishda ilmiy-nazariy manba sifatida xizmat qilishi bilan belgilagandi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati o'zbek sport saytlarining strukturaviy xususiyatlarini tavsiflash, saytlar siyosatini tartibga solish, sport jurnalistlarini tayyorlash va qayta tayyorlash o'quv jarayonida, tanlov fanlar va maxsus kurslarni o'qitishda, amaliy mashg'ulot, seminar, mahorat darslari va tematik munozaralarda foydalanish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi O'zbekistonda sport saytlari paydo bo'lishi faoliyat yuritishi va rivojlanish tendensiyalari tadqiqi bo'yicha olingan natijalar asosida:

jurnalistlar nutq ijodkorligida nutqiy tuzilma va konsepsiyaning noto'g'ri qo'llanilishini kuzatish orqali O'zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi "SPORT" teleradiokanali davlat muassasasi faoliyati tadqiq etilgan, ishda kanalning bir haftalik (5-11.12.2022 y.) ko'rsatuvlar jadvali alohida tahlilga tortilgan, bu asosida lavozim majburiyatlari yo'riqnomasiga "jurnalist nutqining ekspressiv-emotsionalligini aniqlash" funksiyasini kiritish zarurati bo'yicha berilgan taklif va tavsiyalardan "SPORT" teleradiokanali ijodiy faoliyatida foydalanilgan (O'zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi «SPORT» teleradiokanali davlat muassasasining 2023-yil 26-maydagi 01-02-373-sonli ma'lumotnomasi). Natijada sport jurnalistlari kadrlarini tayyorlash, jurnalistlar lavozim majburiyatlari yo'riqnomasiga "jurnalist nutqining ekspressiv-emotsionalligini ifodalashda fonetik, leksik-frazeologik, morfologik va sintaktik usullarni alohida o'qitishni ta'minlash" funksiyasini kiritish masalasi o'rganilgan. Bu esa teleradiokanalda faoliyat yuritayotgan jurnalistlarning ixtisoslashuvida va kasbiy mahorati oshishida yordam bergan;

ixtisoslashgan veb-saytlar tomonidan jamoatchilikka axborot yetkazish jarayonidagi ta'sirchanlik xususiyatlari hamda saytlarning auditoriya vektorlarini shakllantirishga ko'ra ijtimoiy tarmoq va ilovalarning ahamiyati borasida olib borilgan tahlillar va hulosalar [https:// stadion.uz/uz sport sayti](https://stadion.uz/uz/sport/sayti) jamoasi o'rtasida muhokamadan o'tkazilgan ([https:// stadion.uz/uz sport sayti](https://stadion.uz/uz/sport/sayti) muassasi Osiyo kabel mas'uliyati cheklangan jamiyatining 2023-yil 25-maydagi 84-sonli ma'lumotnomasi). Natijada, sport sayti auditoriya vektorlarini shakllantirishda ijtimoiy tarmoq va turli ilovalarning ahamiyati bo'yicha berilgan takliflar asosida [https:// stadion.uz/uz sport sayti](https://stadion.uz/uz/sport/sayti) internet resurslari uchun konvergent materiallar sifati yaxshilanib, axborotni infografik uzatish usullari samaradorligi ortgan;

sport saytlaridagi axborot uzatish tizimida integratsion, kombinatsion va distansion kabi zamonaviy integrativ metodologik vositalardan foydalanish borasida berilgan takliflar asosida [https://minsport.uz/oz sayti](https://minsport.uz/oz/sayti) faoliyatining muhim tarkibiy qismlari jumladan, auditoriya, ijtimoiy tarmoqlar, davlat va nodavlat sport saytlari va ularning roli, uslubi, mualliflari, vizualizatsiyasi, interaktivligi va bloglarining o'ziga xosliklari tasniflangan (O'zbekiston Respublikasi yoshlar siyosati va sport vazirligining 2023-yil 4-iyuldagi 02-02/15-03/15/6571-sonli ma'lumotnomasi).

Natijada <https://minsport.uz/oz> saytining ijtimoiylashuv va konvergensiya jarayonlari tezlashgan, yangi media muhitda ijtimoiy munosabatlar mediyatizatsiyasi shakllangan va axborotni vizual tarqatish bo'yicha ijtimoiy-psixologik faktorlar samaradorligi ortgan;

media-marketing, media-biznes va media-menejment xususiyatlari ixtisoslashgan saytlar moliyaviy bazasini yaratish globallashtirish sharoitida avtomatlashtirilgan moliyaviy axborot tizimlari va texnologiyalarining qo'llanilishi zamonaviy sport jurnalistikasining eng muhim jihatlari ekanligi bo'yicha berilgan taklif va tavsiyalar O'zbekiston jurnalistlari ijodiy uyushmasida muhokama qilingan (O'zbekiston jurnalistlari ijodiy uyushmasining 2023-yil 23-iyundagi 02-18/175-sonli ma'lumotnomasi). Natijada O'zbekiston jurnalistlari ijodiy uyushmasi tomonidan tashkil etilayotgan ilmiy-amaliy anjuman, konferensiya, jurnalistlar va OAV rahbarlari uchun o'tkazilgan forumlar va seminar-treninglarda ixtisoslashgan saytlar moliyaviy bazasini yaratishda media-marketing, media-biznes va media-menejment xususiyatlarini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalardan umumli foydalanilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari Tadqiqot natijalari 8 ta ilmiy-amaliy anjumanda, jumladan, 2 ta xalqaro, 6 ta respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy anjumanlarda muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 12 ta ilmiy ish chop etilgan, shulardan O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya qilingan ilmiy nashrlarda 8 ta maqola, jumladan, 6 ta respublika va 2 tasi xorijiy impakt faktorga ega jurnallarda nashr qilingan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, to'qqizta fasl, xulosa hamda foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 139 betni tashkil qiladi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida mavzuning dolzarbligi va zarurati asoslanib, tadqiqotning maqsad va vazifalari, obyekti va predmeti aniqlangan. Dissertatsiyaning O'zbekiston Respublikasi fan va texnologiyalar taraqqiyotining ustuvor yo'nalishlariga mosligi ko'rsatilib, uning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon etilgan. Olingan natijalarning ishonchliligi asoslangan holda ularning nazariy va amaliy ahamiyati ochib berilgan. Tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi, ishning aprobatsiyasi, natijalari, e'lon qilingan ishlar va dissertatsiyalarning tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Tadqiqotning "O'zbekistonda sport jurnalistikasi sohasidagi islohotlar" deb nomlangan birinchi bobi sport jurnalistikasining ilmiy-amaliy asoslari, sport jurnalistlari faoliyati, ixtisoslashuvi va ularni tayyorlash istiqbollari, O'zbekistonda

sport siyosati va uni rivojlantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rnini xususidagi dolzarb masalalarga bag'ishlangan.

Davlatning sport sohasida olib borayotgan siyosati kutilgan natijani berishi albatta uning targ'ibotiga bog'liq jarayon. Bu borada mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan targ'ibot vositalarining lokomotivi – ommaviy axborot vositalari hisoblanadi.

Bugungi kunda sog'lom turmush tarzi va sport targ'iboti bilan quyidagi ommaviy axborot vositalari shug'ullanmoqda:

- Respublika miqyosida chop etiladigan markaziy nashrlar, viloyat va tuman gazetalari (“Yangi O‘zbekiston”, “Xalq so‘zi”, “Ma‘rifat”, “Sariosiyo” va b.);

- Sportga ixtisoslashgan matbuot nashrlari («SPORT», “InterFUTBOL”, “FUTBOLEkspress”, “Erudit SPORT”, “Chempion” va b.);

- Davlat va nodavlat radiokanallar (“O‘zbekiston”, “Yoshlar”, “Mahalla”, “Oriyat-Dono”, “Vodiy sadosi” va b.);

- Sportga ixtisoslashgan telekanallar («SPORT» teleradiokanali, “UzReportTV” telekanali va b.);

- Sport tashkilotlarining matbuot xizmatlari (O‘zbekiston Milliy olimpiya qo‘mitasi, O‘zbekiston Respublikasi Yoshlar siyosati va sport vazirligi va b.);

- Sportning biror turiga ixtisoslashgan Internetdagi veb-saytlar (“Championat.Asia.uz” - Markaziy Osiyo futboli yangiliklari, “Stadion.UZ” – Futbol yangiliklari, “sports.uz” – Futbol va sport xabarlari, “ONLINE.UZ” – Futbol yangiliklari, “OLAMSPORT” - Markaziy Osiyo sport yangiliklari va b.);

- Sport targ'ibotchilari (Davlat rahbari, mutasaddi rahbarlar, jurnalistlar, sharhlovchilar, bloggerlar va b.).

Yurtimizda sport targ'iboti va uning siyosatini tizimli yuritishda yuqoridagi **7 yo‘nalish** bir-birini to‘ldirmoqda. Ayniqsa, asrimiz boshidan hayotimizga faol kirib kelgan Internet tizimi va undagi veb-saytlar eng katta kuch sifatida haqiqiy targ'ibot mashinasi vazifasini bajarmoqda.

Sport jurnalistikasi – ommaviy axborot vositalarida sport mavzulari va voqealari haqidagi ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash, saqlash va uzatishni amalga oshiradigan jurnalistika shakllaridan (turlaridan) biridir. Jumladan, filologiya fanlari doktori, dots.nt A.Karimov “Sport jurnalistikasi – rekreativlikning ommabop yo‘nalishi sifatida” sarlavhali maqolasida “Rekreatsiyaning eng keng tarqalgan ko‘rinishi sport bilan shug‘ullanish bo‘lib, bu o‘z ichiga uzoq safarga chiqish, ovchilik, arxeologik turizm, cho‘qqilarni zabt etish, suv ostiga sayohat kabilarni qamrab oladi”, deya ta’kidlaydi¹⁴.

Sport jurnalistikasi tizimini tashkil etuvchi, sohadagi axborotlarning yaratilishidan tortib, uni iste'molchilarga yetib borishigacha bo‘lgan jarayonlarni qamrab olgan asosan **to‘rtta yo‘nalish a‘zolari mavjud bo‘lib**, ular quyidagilardan iborat:

axborot sharoitini yaratuvchilar: sport tashkilotlari, shuningdek harakat ishtirokchilari (sportchilar, murabbiylar, hakamlar va boshqalar);

¹⁴ Каримов А. Спорт журналистикası – рекреативликнинг оммабоп йўналиши сифатида, ЎзМУ хабарлари, 2020, [1/4] ISSN 2181-7324

sport ma'lumotlarini ishlab chiqarish bilan shug'ullanadigan tashkilotlar va shaxslar: tahririyatlar, jurnalistlar, menejerlar;

sport ma'lumotlarini oluvchilar: sportga qiziqqan har bir kishi, ham uyushgan guruhlar (sport klublari, muxlislar uyushmalari va boshqalar) va jismoniy shaxslar;

sport bilan bevosita bog'liq bo'lmagan, lekin uning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadiganlar: siyosatchilar, tadbirkorlar, homiylar va boshqalar. Olimpiya va sport harakatining rivojlanishi, aholining sog'lom turmush tarziga qiziqishi, jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishga qaratilgan umumdavlat dasturlari sport jurnalistikasini ommaviy axborot vositalarining istiqbolli yo'nalishlaridan biriga aylantirmoqda.

Mamlakatimizda malakali sport jurnalistlari tayyorlash tizimini yangi bosqichga olib chiqish maqsadida O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universitetida bakalavriatda "Sport jurnalistikasi" ta'lim yo'nalishi hamda magistratura mutaxassisligi ochildi. 2021-2022-o'quv yilida ilk bora sport jurnalistikasi yo'nalishini 13 nafar talaba tamomladi. Bitiruvchilarning 11 nafari ixtisoslik bo'yicha, sport jurnalisti sifatida faoliyat olib bormoqda. Ularning 4 nafari (30,7 %) aynan sport saytlarida ishlamoqda. 72,3% bitiruvchi boshqa sohalar kesimida mehnat qilmoqda.



O'zbekistonda sport sohasidagi islohotlar mustaqillikning ilk kunlaridan boshlab, har qancha qiyin bo'lmasin tizimli tarzda olib borildi. Uning mevasini oradan yillar o'tib, yurtimiz sportchilari tomonidan qo'lga kiritilayotgan bugungi yuksak yutuqlar misolida ko'rishimiz mumkin. Sportni rivojlantirish bevosita uning targ'iboti bilan bog'liq jarayon hisoblanadi. Bu borada esa sport jurnalistlari lokomotiv sifatida o'zlariga yuklatilgan missiyani aniq anglashi lozim.

"Sport saytlarining shakllari va faoliyat turlari" deb nomlangan ikkinchi bobda .UZ domenidagi Internet saytlarida sport sahifasining yuritilishi, o'zbek milliy Internet segmentida sport saytlarining paydo bo'lishi, faoliyati va shakllanish tamoyillari, sport saytlarining moliyaviy siyosatida media-marketing, media-biznes va media-menejment xususiyatlari tahlil va tadqiq etilgan.

Sayt – “veb tarmoq”, “joy”, “segment”, “tarmoqning bir qismi” (ing.) kabi ma’nomlarni bildiradi. Internetdagi sayt o‘ziga xos manzilga ega bo‘lgan va foydalanuvchilar tomonidan yagona obyekt sifatida qabul qilinadigan tegishli ma’lumotlar to‘plamidir .

Sport sayti – global tarmoqda sportning barcha turlari va ko‘rinishlariga oid ma’lumotlarni to‘plash, saqlash va uzatish uchun mo‘ljallangan eng optimal platforma. Mamlakatimizda sport saytlari XX asrning birinchi o‘n yilida o‘zini namoyon qila boshladi. Shu tariqa o‘zbek milliy Internet segmentida sport sayti tushunchasi paydo bo‘ldi.

O‘zbekistonda UZ domenidagi ilk veb-sayt 1995-yili ochilgandi. 2000-yilning yanvarida O‘zbekiston teleradiokompaniyasining “Axborot” dasturi ilk bora global tarmoq hisoblangan Internet orqali on-layn tarzda butun dunyoga uzatilishi ortidan, mazkur dasturdan joy olgan “Sport” xabarlari ham keng miqyosda dunyoga yoyildi. Dunyoning turli burchaklarida yashab kelayotgan millatdoshlarimiz o‘zbek televideniyesi va unda uzatilgan sportga oid xabarlarni ko‘rishga muyassar bo‘ldi. Bu tarixiy kun ortidan boshlangan sport targ‘iboti turli tele- va radiokanallardagi «SPORT» xabarlaridan tortib, 2004-yil 1-yanvardan O‘zbekiston milliy teleradiokompaniyasining 4-Xalqaro telekanali negizida tashkil etilgan “SPORT” telekanalida ham katta kuch bilan davom etdi. Internetning rivojlanishi va jamiyat hayotiga tobora chuqur singib borishi ortidan dunyoga kela boshlagan birinchi o‘zbek sport saytlari o‘z ishqibozlari va muxlislarini qiynalmay topa boshladi.

2006-yil 3-may kuni ro‘yxatdan o‘tgan UFF.uz - O‘zbekistonda futbol xabarlari – veb-sayti tez orada o‘z mavqeyi va muxlislar auditoriyasiga ega bo‘ldi .

| O‘rin | Resurs nomi | Tashrif buyuruvchilar (2022 йил декабрь ойи) | Ko‘rishlar (2022 йил декабрь ойи) |
|-------|---|---|--------------------------------------|
| 1 | CA - Markaziy Osiyo futboli yangiliklari | 1 970 368 | 9 357 737 |
| 2 | Stadion.UZ - Futbol yangiliklari | 1 268 742 | 5 076 185 |
| 3 | TRIBUNA.UZ - Futbol va sport xabarlari. | 863 408 | 1 693 281 |
| 4 | ONLINE.UZ - Futbol yangiliklari | 557 648 | 1 121 577 |
| 5 | OLAMSPORT - Markaziy Osiyo sporti yangiligi | 302 683 | 737 001 |
| 6 | Effect.uz - MAQSAD SARI BIRGALIKDA! | 38 691 | 75 055 |
| 7 | ZiyoNET Sport bo‘limi | 12 756 | 21 892 |
| 8 | BIZNING ONLAYN MAKTAB PORTALIGA XUSH KELIBSIZ | 11 648 | 32 068 |
| 9 | Yoshlar portali | 8 225 | 10 553 |
| 10 | Федерация Легкой Атлетики Узбекистана | 5 681 | 13 440 |
| 11 | UFF.uz - O‘zbekistonda futbol xabarlari | 4 656 | 10 774 |
| 12 | Qilichbozlik federatsiyasi UZBEKISTAN | 2 662 | 3 667 |
| 13 | Спорт для всех | 459 | 774 |
| 14 | Veloman.uz - O‘zbekistonda velosiped jamiyati | 440 | 830 |

| | | | |
|---------------|--|------------------|-------------------|
| 15 | "QO‘QON 1912" professional futbol klubi. | 395 | 556 |
| 16 | Hala-Madrid.Uz O‘zbekistondagi "Real Madrid" muxlislari sayti | 391 | 1 194 |
| 17 | Navoiy viloyati jismoniy tarbiya va sport boshqarmasi sportning o‘yin turlari va yengil atletikaga ixtisoslashtirilgan bolalar-o‘smirlar sport maktabi | 282 | 363 |
| 18 | O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Milliy Antipodning Agentligi | 224 | 441 |
| 19 | InterFUTBOL gazetasi | 97 | 186 |
| 20 | Audax Uzbekistan | 97 | 202 |
| 21 | Alpinistlar va skalolazlar sport klubi | 93 | 157 |
| 22 | City Fitness | 71 | 102 |
| 23 | Feyr Pley Uzbekiston | 42 | 60 |
| 24 | manunited.uz | 2 | 2 |
| 25 | Мегамасс | 1 | 1 |
| 26 | Sportni rivojlantirish vazirligi | 1 | 1 |
| 27 | "Real Madrid" muxlislari sayti | 1 | 1 |
| Умумий | | 5 049 764 | 18 158 100 |

2007-yil 20-yanvarda ro‘yxatdan o‘tgan InterFUTBOL gazetasi – ning Internetdagi veb-sayti – interfutbol.uz sayti an’anaviy ommaviy axborot vositalarining ilk Internetdagi versiyasi sifatida o‘z faoliyatini boshladi ¹⁵. Bugungi kunga kelib sport sohalaridan kelib chiqqan holda tashkil etilgan sport saytlari va sahifalari soni bir necha barobarga ortdi.

¹⁵ <https://interfutbol.uz/> 05.01.2023й.

O'zbekistonda UZ domeni ostida faoliyat yuritayotgan saytlar reytingini belgilab boruvchi www.uz saytining 2023-yil 5-yanvar kuni e'lon qilingan reyting natijalariga ko'ra kuchli 10 talik quyidagicha shakllangan¹⁶:



Ushbu reyting tahlil qilinganda unda 2-, 7- va 8-o'rinlarni aynan sport saytlari, mos ravishda <https://championat.asia/uz/>, <https://stadion.uz/>, <https://tribuna.uz/oz> band qilib turibdi. Bu reyting mamlakatimizdagi eng ommabop va eng ko'p Internet foydalanuvchilari kiradigan saytlar hisoblanadi. Aynan mana shu ro'yxatning deyarli 30 foiz qismini sport saytlari egallab turibdi. Bu bilan ko'rish mumkinki, sport saytlari va undagi kontentga bo'lgan talab yurtimizda kun sayin ortib bormoqda. Uning vizualizatsiyasi, realizatsiyasi qanchalik muhim ekanligini ushbu



¹⁶ <https://www.uz/uz> 05.01.2023й.

reyting tahlilidan ham kuzatish mumkin. (*Umumiy Tashrif buyuruvchilar 4 962 849 nafar, Ko‘rishlar soni esa 17 985 781 tani tashkil etadi.*)

WWW.UZ saytining 2023-yil 5-yanvar kuni e‘lon qilingan «SPORT» yo‘nalishidagi veb-saytlarning TOP-5 talik reyting natijalari va ularga 2022-yil dekabr oyi davomida tashrif buyurgan va sahifalar bo‘ylab amalga oshirilgan ko‘rishlar 4-rasmdagi jadvalda o‘z aksini topgan¹⁷. Tahlil natijalariga ko‘ra, bir oy davomida mamlakatimizdagi eng katta auditoriyaga ega saytlarga qariyb 5 millionga yaqin kuzatuvchi kiradigan bo‘lsa, ularning mazkur saytlardagi sahifalar bo‘ylab axborotlarni ko‘rish miqdori esa qariyb 18 million marotabani tashkil etadi.

Tadqiqotimiz davomida bugungi kunda Internet jurnalistikasi anchayin rivojlangan, ayniqsa 2014-yilgi qishki olimpiada va 2018-yilgi futbol bo‘yicha jahon chempionatlari mezbonligidan keyin sport jurnalistikasi va sport saytlari keskin rivojlangan Rossiya federatsiyasining bir qator veb-saytlari va internet portallarini tahlilga tortdik.

2022-yilning dekabr oyida Rossiyadagi sportga ixtisoslashgan veb-saytlar reytingida birinchi top-5talikka kiruvchi sayt va portallarga bir oyda tashrif buyuruvchilar va ko‘rishlar soni quyidagicha¹⁸:

| O‘rin | Resurs nomi | Tashrif buyuruvchilar | Ko‘rishlar |
|-------|--|-----------------------|---------------------------|
| 1 | championat.com - Barcha so‘nggi sport yangiliklari, o‘yin kalendarlari, o‘yin sharhlari va turnir jadvallari, o‘yinlarning onlayn translyatsiyasi | 105,0 mln. | 525,0 mln. |
| 2 | sports.ru – Barcha sport turlari yangiliklari, yulduz sportchilar va murabbiylarning bloglari | 96,7 mln. | 483,5 mln. |
| 3 | sportbox.ru - Bepul jonli translyatsiyalar, sport statistikasi va tahlillari | 46,1 mln. | 230,5 mln. |
| 4 | news.sportbox.ru - Sport haqida hamma narsa | 45,3 mln. | 226,5 mln. |
| 5 | sport-express.ru - Yetakchi sport internet portali | 34,8 mln. | 174,0 mln. |
| | УМУМИЙ | 327,9 mln. | 1 mlrd. 639,5 mln. |

Tahlil natijalariga ko‘ra, bir oy davomida mazkur sport saytlariga qariyb 328 millionga yaqin kuzatuvchi kiradigan bo‘lsa, ularning mazkur saytlardagi sahifalari

¹⁷ https://www.uz/uz/stat/visitors/ratings?cat_id=05.01.2023й.

¹⁸ <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/russian-federation/sports/24.01.2023>й.

bo‘ylab axborotlarni ko‘rish miqdori qariyb 1 mlrd. 700 million marotabani tashkil etadi. Sport saytlari bu qadar katta auditoriyaga qanday erishdi? Bunga javoban, quyidagilarni aytish mumkin:

- a) saytlarda sport haqidagi barcha qiziqarli mavzularning mavjudligi;
- b) sport sohalari kesimidagi ixtisoslashuv;
- v) insayd axborotlar vizualizatsiyasi;
- g) onlayn va offlayn rejimning uzluksiz ishlashi;

d) auditoriya vektorlari to‘g‘ri tanlangani holda ularda uzatilayotgan ma‘lumotlar ketma-ketligining aniq va manzilli ekanligi kabilar. Milliy Internet segmentidagi saytlarda kuzatilayotgan kamchiliklardan biri aynan bitta sohaga ixtisoslashib qolish. Tor doirada berilayotgan axborotlar tor doiradagi auditoriyani yig‘ilishiga sabab bo‘ladi.

Dunyo tajribasiga qaraydigan bo‘lsak, **espn.com** – dunyo bo‘ylab so‘nggi sport yangiliklari, **cricbuzz.com** - kriket bo‘yicha jonli, shuningdek so‘nggi sport yangiliklar, **marca.com** - Ispan tilidagi eng yaxshi sport yangiliklari, **chappanganato.com** - 24 soat bepul yangiliklar va **as.com** – Amerika Qo‘shma Shtatlar onlayn sport gazetasi jonli efir nomli sport saytlari bugungi kunda dunyodagi soha saytlarining eng peshqadami hisoblanadi. Ulardagi axborotlar aylanmasini ko‘rish uchun saytga bir oy davomida qariyb 2 mlrd. kuzatuvchi kiradigan bo‘lsa, sahifalar bo‘ylab ko‘rishlar soni qariyb 10 mlrd. marotabani tashkil etadi¹⁹. Ushbu raqamlardan shu ma‘lumki, sport saytlarning auditoriyasi boshqa sohalardagi saytlar auditoriyasidan kam emas. Xorij saytlari tajribasini milliy sport saytlariga tatbiq etilishi auditoriya kengayishiga omil bo‘lib xizmat qiladi. Sport saytlarining moliyaviy siyosati va undagi media-marketing, media-biznes va media-menejment xususiyatlari imkoniyatlaridan foydalanilmaslik yoki to‘liq joriy etmaslik sayt kelajagi uchun xavf hisoblanadi.

Bugun dunyodagi barcha elektron nashrlarning asosiy daromad manbai reklama hisoblanadi. Ular xususiyati va mazmuniga qarab tegishli veb-saytlarda berib boriladi, bu bilan ham reklama beruvchi, ham veb-sayt jamoasi o‘z daromadiga ega bo‘ladi. Quyida sport saytlari moliyaviy siyosatining ustuni bo‘lgan reklamalarning berilishi, natijadorligini o‘rganish va tahlil qilishga harakat qilindi.

Jumladan, mamlakatimizda o‘n yildan ortiq muddat o‘z faoliyatini ko‘rsatib kelayotgan Stadion.uz – saytida reklama va e‘lonlar berilish tartibi va undagi bannerlarning narx-navosi jadvalda o‘z aksini topgan²⁰:

| BANNER NOMI VA JOYLASHUVI | FORMATI | BANNER NOMI VA JOYLASHUVI |
|------------------------------------|-------------|-------------------------------------|
| Banner №1 sayt sarlavhasi | 600X100 | 6 900 000 * |
| Banner №2 eng katta banner | 1100X100 | 6 900 000 |
| Banner №3 chap qism | 250X300 | 6 900 000 |
| Banner №4 o‘ng qism | 250X300 | 6 900 000 |
| Banner №5 brendda turuvchi reklama | Sayt Fonida | 13 200 000 (100% aylanib turadi) |

¹⁹ <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/sports> 24.01.2023й.

²⁰ <https://stadion.uz/uz/main/sections/reklama02.02.2023й>.

| | | |
|---|----------------------|-----------|
| (7 kun) | | |
| Banner №6 mobil versiya uchun reklama | 360X100 | 6 900 000 |
| Yangilik va maqola ko‘rinishidagi reklama | Yangiliklar tasmaida | 1 207 500 |

Internet foydalanuvchilari boshqa OAV o‘quvchilariga qaraganda axborot olishda farqlanadi. Onlayn muhitda axborot ko‘pligi tufayli o‘quvchi diqqati tarqoqdir, veb sahifadagi reklamani ayrim hollarda auditoriya ko‘rmaydi, umumiy kontent orasida uning e‘tiborini tortmaydi. Bunda qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan modellardan biri bu “gipersegmentatsiya”, umumiy reklamalarni tarqatishdan ko‘ra, mikrotarget usulida aniq maqsadli auditoriyaga (yoshi, jinsi, geografiyasi, kasbi va hakazo ko‘rsatkichlarini ionbatga olgan holda) yo‘naltirilgan saytlar bilan ishlagan ma’qul. Boshqa samarali usul sifatida axborot agregatorlari bo‘lishi mumkin²¹.

Tadqiqotchi Z.Madiyeva o‘zining “Internet marketingdan foydalanishning asosiy yo‘nalishlari” deb nomlangan maqolasida mazkur sohani bir qator olim va amaliyotchilarning fikri asosida tahlilga tortgan²². Jumladan, “Internet-marketing – bu yangi mijozlarni jalb qilish va saqlashga yordam beradigan marketing vositalari kompleksidir” deya yozadi olima. Ilmiy adabiyotlarda Internet marketing tushunchasiga turli xil yondashuvlar mavjud. Ularning ba’zi bir muhimlarini tahlil qilib chiqamiz.

M.V.Akulich Internet-marketing bilan raqamli bozor tushunchalarini bitta tushuncha, o‘xshash ekanligini o‘z tadqiqotlarida qayd etib o‘tgan. Tovar harakati kanallarini va marketing kompleksi elementlarini rejalashtirish bo‘yicha Internet-marketing juda raqamli bozorga o‘xshaydi²³. I.V.Alekseyev Internet marketingni foyda olish uchun universal tizimlarni ishlab chiqish va jamiyatning ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish uchun Internet tarmog‘ida xo‘jalik yurituvchi subyektlarning o‘zaro ishlash tamoyillarini o‘rganishga yo‘naltirilgan marketingning bir qismi sifatida ko‘rib chiqadi²⁴. A.A.Vekshinskiy “internet-marketing” atamasi Internetning gipermedia muhitida marketingni tashkil etish nazariyasi va metodologiyasidan iboratligini ta’kidlaydi²⁵. Y.O.Kitayeva Internet-marketing istalgan tovar va xizmatlarni Internet orqali siljitish bo‘lib, butun dunyo reklama to‘ri, bannerli reklama deb hisoblaydi²⁶. Xuddi shunday qarashlar A.D.Baranovga ham tegishli. Uning fikricha internet-marketing tushunchasi bir vaqtning o‘zida bu reklama, bannerli reklama, SEO, SMM yoki hattoki ye-mail marketing hamdir²⁷. Mamlakatimizda Z.Madiyeva, Sh.J.Ergashxodjayeva kabi olimlar internet-

²¹ Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар [Матн] VII жилд. – Тошкент. НМИУ, 2019 – 190-бет

²² З.Мадиева Интернет маркетингдан фойдаланишнинг асосий йўналишлари, “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали 2020 йил июл-август 4-сон 339-340 б.

²³ Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. -М.: Дашков и К, 2016. – 352 с.

²⁴ Алексеев И.В. Теоретико-методологические аспекты исследования категории «Интернет-маркетинг» // Транспортное дело России. – 2014. – №3. – С. 14-18.

²⁵ Векшинский А.А., Гывин Л.Ф. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2017. – №2. – С. 103. 135 -Economy and BusinessJournal of Economy and Business, vol.9.

²⁶ Китаева Е.О. Интернет-маркетинг – инструмент бизнес-пространства Интернета // Вестник МГУП. – 2017. – №2. – С. 66.

²⁷ Баранов, А.Д. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: Настольная книга маркетолога. Взгляд практика / А. Баранов. - М.: ИЦ РИОР, 2017. – 85 с.

marketing bo'yicha o'z tadqiqotlarini olib bormoqda. Sh.J.Ergashxodjayevaning fikricha Internet tizimi bu – innovatsion marketingning oddiy bir yangi vositasigina emas, balki korxonada marketing majmuini kengaytirish vositasi hamdir. Eng yangi axborot texnologiyalarining ulkan rol o'ynashiga qaramay, elektron marketing an'anaviy marketing o'rnini bosmasdan, uni faqat to'ldirib turadi, shu tariqa marketing faoliyati majmuini kengaytiradi, ya'ni amaliyotda integratsiyalangan yondashuv qo'llaniladi. Shu sababli kompaniya faoliyatining muvaffaqiyati an'anaviy va elektron innovatsion marketing oqilona uyg'unlashuviga erishish bilan belgilanishi lozim²⁸.

Sport saytlarining yana bir katta daromad manbai bukmekerlik tashkilotlari bilan hamkorlik bo'lib, bunga ularni reklama qilish, faoliyatini targ'ib etish, turli ko'rinishdagi tanlov va shoular o'tkazish, ular uchun sayt sahifalaridan joy ajratish kiradi va bu faoliyat juda katta mablag' evaziga amalga oshiriladi. O'zbekistonda bukmekerlik faoliyati noqonuniy hisoblanadi.

“Sport saytlarining rivojlanish tendensiyalari” deb nomlangan uchinchi bobda sport saytlarida eksklyuziv, onlayn, oflayn, insayd axborotlar vizualizatsiyasi va infografika, sport saytlarining auditoriya vektorlarini shakllantirishda ijtimoiy tarmoq va ilovalarning ahamiyati, sport saytlarining rivojlanish tendensiyalarida mavjud muammolar tahliliga ahamiyat qaratilgan.

An'anaviy jurnalistikaning axborot uzatish shakllari hisoblangan xabar, reportaj, intervyu, ocherk, feleton va boshqa jihatlarini zamonaviy ko'rinish bilan uyg'unlashtirib eksklyuziv, onlayn, oflayn va insayd axborot uzatish shaklida namoyon etayotgan Internet jurnalistikasi shiddat bilan rivojlanmoqda. Axborotga bo'lgan talab ortishi bilan uni taqdim qilish shakli va mazmuni ham o'ziga xoslik kasb etmoqda. Jumladan, ma'lumotlarni eksklyuziv tarzda uzatish shakli bugun Internetda urfga aylanmoqda.

Eksklyuziv – (fran. exclusif - mustasno, boshqacha, lot. excludo - chiqarib tashlash, ing. eksklyuziv - faqat bitta obyektga tegishli) - 1-shaxs ko'plik olmoshining (ba'zan qo'sh) deikterik sohasiga nutq adresatining kiritilmasligini ifodalovchi pronominal shakl. Eksklyuziv, faqat bitta obyektga, ma'lum yuridik shaxsga yoki faqat bitta ommaviy axborot vositasi uchun beriladigan intervyu yoki jurnalistik material sanaladi. Eksklyuziv, “avvalgisidan boshqacha” material tayyorlash va uni ommaga taqdim etish bugungi sport saytlarining ham eng tez rivojlanib borayotgan axborot uzatish tarmog'i hisoblanadi.

Internetning paydo bo'lishi bilan yuzaga kelgan va uning asosiy qiymati sifatida e'tirof etiladigan 7/24 shaklda onlayn bo'lish imkoniyatidir. O'zigacha bo'lgan har qanday axborot uzatish shaklini ham mazmunan, ham hajman ortda qoldirishga ulgurgan bu tarmoqning muvaffaqiyati albatta uning onlayn shaklda bo'la olish imkoniyati bilan bir qatorda oflayn rejimda ham faoliyatini to'xtatmasligidir. Axborot uzatishning bu ikki ko'rinishi albatta saytlar faoliyatini har qanday sharoit va makonda uzluksiz ishlashini ta'minlovchi omildir. Aynan mana shunday sharoitda sport saytlarida eksklyuziv axborot berib borish har qanday sayt uchun juda katta imkoniyat hisoblanadi.

28 Эргашходжаева Ш.Д. Инновацион маркетинг. Дарслик. –Т.: ТДИУ,Иктисодиёт, 2014. –178 бет.

“**Onlayn**” atamasiga “kompyuter tomonidan boshqariladigan yoki unga ulangan” yoxud “faqat Internet orqali kirish mumkin bo‘lgan faoliyat, xizmat” deb ta’rif berish mumkin. “Onlayn” prefiksi “onlayn identifikatsiya”, “onlayn translyatsiya”, “onlayn o‘yin”, “onlayn do‘kon”, “onlayn bank”, “onlayn o‘rganish”, “onlayn jurnalistika” va boshqa ko‘plab so‘zlarda qo‘llaniladi. Internet bilan bog‘liq holda beriladigan ma’lumotlar “onlayn” – ulangan, “**offlayn**” – uzilgan degan ma’noni anglatadi. Kompyuter texnologiyasida qurilma yoqilgan va ishlashga tayyor holda bo‘lsa “onlayn”, aloqa tarmog‘i orqali o‘chirilgan yoki ulanmagan holda beriladigan ma’lumotlar “oflayn” deb yuritiladi. Bugungi kunda sport saytlari faoliyatida ham aynan axborot uzatishning bu ikki shaklini ko‘rishimiz mumkin. Lekin, asosan onlayn ma’lumot taqdim etish, sport tadbirlari va o‘yinlarining ushbu rejimda berib borilishini va mana shunday holatlarga sport kuzatuvchilarini sohaga doir sayt va havolalarga faol kirishiga sabab bo‘layotganini kuzatish mumkin.

Insayder ma’lumotlari yoki qisqartirilgan “insayder” (inglizcha “inside” - ichkarida so‘zidan olingan) – bu tashkilot yoki firma xodimidan olingan va “ichki foydalanish” uchun mo‘ljallangan ma’lumotlar. Ushbu ma’lumot, qoida tariqasida, oshkor etilmaydi, chunki u ushbu tashkilotga zarar yetkazishi yoki raqobatchilarga ustunlik berishi mumkin. Insayder ma’lumotlari, insayderlardan – sport klubi yoki biror bir kompaniyada ishlaydigan va uning sirlari bilan tanish bo‘lgan odamlardan keladi. Bu odamlar orqali olingan ma’lumotlar o‘ta muhimligi, o‘ta maxfiyligi va o‘ta qattiq sir saqlanishni talab etishi bilan qimmatlidir.

Jurnalistikada har qanday usulda olingan axborot – eksklyuzivmi, onlaynmi, oflaynmi yoki qimmatli insayd axborotlarmi ularning vizualizatsiyasi to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilmas ekan, bu ham saytning muvaffaqiyatiga rahna solib qo‘yadi. Qilingan barcha xatti-harakatlarni yo‘qqa chiqaradi. Shu bois dunyoga mashhur saytlarning axborotlari shu qadar batartib vizualizatsiya qilinadiki, uning ichiga kirgan kuzatuvchi saytdan chiqib ketishga bahona topolmaydi, balki ushbu saytning barcha jabhalarini birma-bir “varaqlab” chiqadi, undagi ma’lumotlarni olish asnosida ko‘proq saytda qolib ketganini bilmay qoladi.

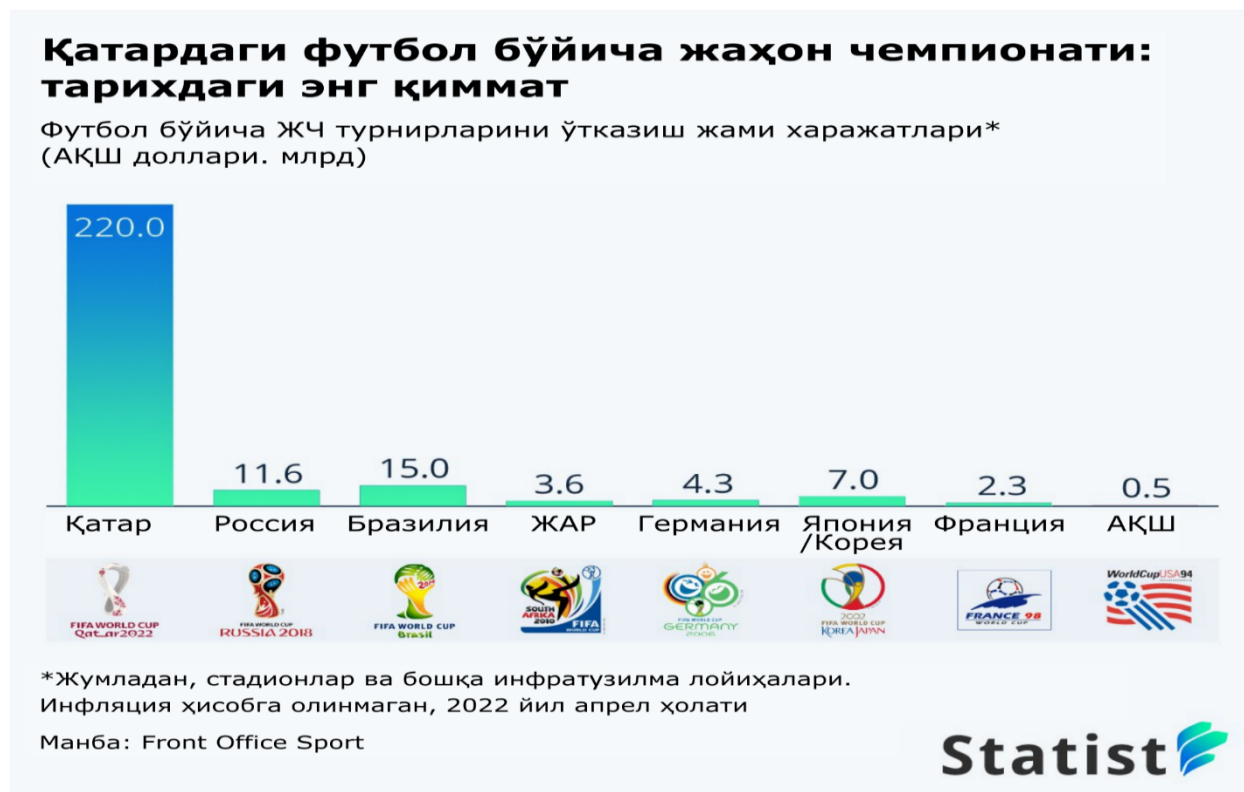
“Ma’lumotlar vizualizatsiyasi” – ham mahsulot, ham faoliyat ko‘rinishlaridan biri. Unda axborot faqatgina miqdoriy ko‘rinishda bo‘lishi mumkin. Ma’lumotlar vizualizatsiyasida geshtalt (struktura, shakl) asosiy rol o‘ynaydi, tahrir jarayoni esa kamroq. U biror ma’no topish maqsadida yoki ularni ma’lum shaklga solish uchun yaratiladi ²⁹. Jurnalistikada ma’lumotlarni tasvir vositasida tezkor uzatilishining eng samarali yo‘llaridan biri bo‘lgan vizualizatsiya bugun ayniqsa saytlar faoliyatida juda ko‘p ko‘zga tashlanib turgani kuzatilmoqda. Bu ham albatta, axborot almashinuvining o‘ziga xos eng optimal yechimi sifatida ommalashib bormoqda.

Axborotni maksimal tezlikda yetkazish bo‘yicha ommaviy axborot vositalari orasida yetakchilik qilayotgan Internet-jurnalistikaning vizual imkoniyatlari tobora yuzaga chiqib, yangi uslubda axborot yetkazish borasida turli usullarni qo‘llamoqda. Ulardan biri – infografika. Uning asosiy maqsadi – tushunish va anglash murakkab

²⁹ Jack Hagley. What’s the difference between an Infographic and a Data Visualisation?//[http:// www.jackhagley.com](http://www.jackhagley.com)

bo‘lgan hodisa, ma’lumotlarni oddiy hamda qabul qilish jarayonini oson, tushunarli bo‘lishini ta’minlashdir³⁰.

Infografika lotincha “informatio” – “xabardorlik” grafikos yunoncha “yozma” degan ma’nomalarni bildirib, unda murakkab axborot, ma’lumot hamda bilimlar tez va aniq tarzda grafik usullar orqali taqdim etiladi³¹. Bugungi rivojlanish va taraqqiyot har bir sohadan tezkorlik, aniqlik va yengil qabul qilinuvchi materiallar tayyorlash, berilayotgan axborotlarni chualashtirmaslik, chalg‘ituvchi



uzundan-uzoq matn ko‘rinishlaridan voz kechish, raqam va aniq dalillar taqdim qilishni talab qilmoqda.

Muxtasar qilib aytganda, infografika – puxta tayyorlangan, estetik boy, subyektiv voqea-hodisa bo‘lsa, ma’lumotlar vizualizatsiyasi – tartibga ega bo‘lmagan, qayta ishlanmagan, katta raqamli massivlarni analiz qilish va tadqiq etish vositasidir³².

Sport saytlarining auditoriya vektorlarini shakllantirishda ijtimoiy tarmoq va boshqa ilovalarning o‘ziga xos o‘rni va ahamiyati mavjud. Biz ushbu tadqiqotimizdagi tahlillarni mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan sport saytlari o‘rtasida o‘tkaziladigan reytingda eng yuqori o‘rinlarni bir necha oydan buyon band qilib kelayotgan **Championat.uz** – Markaziy Osiyo futbol yangiliklari (bir oylik tashrifchilar soni 1,970 mln. nafar) va **Stadion.uz** – Futbol yangiliklari (bir oylik tashrifchilar soni 1,268 mln. nafar) veb-saytlari hamda sport jurnalistikasi ancha rivojlangan Rossiya federatsiyasining sport saytlari reytingida yetakchi bo‘lgan **Championat.com** - barcha so‘nggi sport yangiliklari (bir oylik tashrifchilar soni 105,0 mln. nafar) va **Sports.ru** – barcha sport turlari yangiliklari (bir oylik

³⁰ Муродова Н.Ф. Ўзбекистон Интернет-нашрлари: ривожланиш йўналишлари ва ижод технологиялари. – Т. Услубий қўлланма, 2015. – Б.71.

³¹ Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар [Матн] VII жилд. – Тошкент. НМИУ, 2019. – Б.255.

³² Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар [Матн] VII жилд. – Тошкент. НМИУ, 2019 – 258-бет

tashrifchilar soni 96,7 mln nafar) berib boriladigan veb portallari misolida ko‘rib chiqmoqchimiz. Mazkur saytlarning bugungi kunda yuritayotgan siyosati, auditoriya vektorlarini aniqlash va egallashda qilayotgan amaliy ishlari, turli ilovalarning texnik imkoniyatlaridan qay tartibda foydalanayotgani va buni ish jarayonida qay tartibda joriy etilganligini tahlilga tortamiz va zarur tavsiyalarni taqdim qilamiz.

Championat.uz – Markaziy Osiyo futbol yangiliklari veb-sayti O‘zbekiston sport saytlari reytingida 1-o‘rinda turishiga qaramay, ushbu saytning sayt xaritasi o‘ta ko‘rimsiz va kam ma‘lumot beruvchi hisoblanadi. Lekin saytning muvaffaqiyati nimada ekanligi qiziq. Saytga kunlik berib borilayotgan yangiliklar soni 65-75 tani tashkil etadi. Yangiliklarning berilishida tizimlilik bo‘lmasa-da, aynan soatning qaysi vaqtida yangilik qo‘yilayotganini bilish qiyin bo‘lsa-da, yangilikning berib borilishi 7/24 sxemada tashkil etilganligi saytning yutug‘idir. Ushbu sayt axborot uzatishda bugungi kunda rivojlangan va eng samarali vosita hisoblangan ayrim ijtimoiy tarmoqlarda juda faol va shu tariqa o‘zining asosiy kuzatuvchilarini jalb qiladi. Saytning yutug‘i – ijtimoiy tarmoqlardagi faollikdir. Sayt ma‘muriyati ijtimoiy tarmoqlardagi ilovalardan unumli foydalanib, har qanday qurilma uchun qulay bo‘lgan ilovalarda ma‘lumotlarni taqdim etmoqda.

Stadion.uz – Futbol yangiliklari veb-saytida bir kunlik yangiliklar qo‘yilish statistikasi o‘rtacha 190-200 tani tashkil etmoqda. Bu juda katta ko‘rsatkich. Taqqoslash uchun O‘zbekistondagi yangiliklar saytlari reytingida 1-o‘rinda turuvchi daryo.uz – “Daryo” internet-nashrida qo‘yilayotgan kunlik yangiliklarning o‘rtacha soni esa 100-110 tani tashkil etadi, bu – har 15-17 daqiqada saytdagi axborotlar yangilanib turadi, degani. Stadion.uz ning kunlik 24 soat ichida yangiliklar almashinuvi esa har 7-8 daqiqaga to‘g‘ri keladi. Bu ko‘rsatkich bilan mazkur sayt O‘zbekistondagi eng tez va ko‘p yangilik uzatayotgan sayt deyish mumkin. O‘z raqobatchilarini yangiliklar uzatish va axborotlar yangilanishlari (obnovleniye)da bir necha barobarga ortda qoldirgani, sayt muxlislari va kuzatuvchilari talab va istaklariga mos ishni tashkil etgani bois mamlakat saytlari reytingida eng yuqori pog‘onani band qilib turibdi.

Stadion.uz saytiga ijtimoiy tarmoqlar orqali kirish, Championat.uz sayti singari katta ko‘rsatkichga ega emas. Buni quyidagi raqamlar orqali ham bilish mumkin:

<https://www.facebook.com/Stadion.UZ/>³³ - 10 000 nafar kuzatuvchi;

<https://twitter.com/StadionUZ>³⁴ - 4200 nafar kuzatuvchi;

<https://telegram.me/stadionuz>³⁵ - 23 000 nafar kuzatuvchi;

<https://ok.ru/group/53368766988450>³⁶ - 2 700 nafar kuzatuvchi;

<https://www.instagram.com/stadionuz/> - 21600 nafar kuzatuvchi;

<https://vk.com/public132415709>³⁷ - 696 nafar kuzatuvchi;

<https://www.youtube.com/@stadionuzuzbekistan7911> – 278 nafar kuzatuvchi

sayt va tarmoqda berilayotgan yangiliklarni kuzatib bormoqda. Stadion.uz sayti ijtimoiy tarmoqlarda u qadar katta auditoriyaga ega emas, ayniqsa faol tarmoqlardan

³³ <https://www.facebook.com/Stadion.UZ/> 30.01.2023й.

³⁴ <https://twitter.com/StadionUZ> 30.01.2023й.

³⁵ <https://telegram.me/stadionuz> 30.01.2023й.

³⁶ <https://ok.ru/group/53368766988450> 30.01.2023й.

³⁷ <https://vk.com/public132415709> 30.01.2023й.

biri bo'lgan youtube.com dan deyarli foydalanilmaydi (Tarmoqqa oxirgi video-kontent bundan to'rt yil ilgari qo'yilgan³⁸). Unda saytning bugungi nufuzi nimaning evaziga? Bu qadar katta kuzatuvchilar komandasi aynan Stadion.uz saytining o'zi orqali to'plangan. Sababi respublika miqyosida eng tezkor va katta partiyadagi yangiliklar uzatuvchi sayt sport ishqibozlari va kuzatuvchilar uchun asosiy manba vazifasini o'taydi. Saytdan olinadigan ma'lumotlarga ko'rsatiladigan havolalarning o'ziyoq unga tinimsiz kuzatuvchilar kirishini ta'minlab turadi. Mazkur saytda kuzatuvchi ham, sayt xodimi ham bir xilda mehnat qiladi, hamma saytning rivojlanishi uchun harakat qilishadi. Bu borada sayt kuzatuvchilari fikr-mulohazalarini bildirishi, kontentni yangilashdagi ishtiroki uchun juda qulay imkoniyatlarning borligi ham ma'lumotlar almashinuvini tezlashtirmoqda. Yangi ma'lumotlarning kundan kunga ortib borishi esa yangilik kuzatuvchilarini tinimsiz sayt manziliga boshlab kelmoqda.

Global tarmoqda gegemonlik qilayotgan yangiliklar saytlari qatorida, aynan sport saytlari ham o'z so'ziga ega bo'lib ulgurgan. Biz ushbu tadqiqot ishimizda tahlilga tortayotgan mamlakat sport saytlari reytingida 1- va 2-o'rinlarni band qilib turgan **Championat.com** va **Sports.ru** buning yaqqol misoli. Aynan mazkur ikki saytdan bir oyda qariyb 200 millionga yaqin kuzatuvchi o'zlariga tegishli ma'lumotlarni olish uchun ularga tashrif buyurishadi. Taqqoslash uchun Rossiya Federatsiyasining aholisi 147 millionga yaqin kishini tashkil etadi³⁹.

Championat.com – saytida sportning deyarli barcha tur va ko'rinishlari bo'yicha axborotlar berib boriladi. Saytda 24 soat davomida 250-300 taga yaqin yangi ma'lumot joylanadi. Bu esa har 5 daqiqada saytda bitta yangilik beriladi, degani. Ushbu yangiliklar 14 ta bo'lim va 130 dan ortiq sahifada deyarli sportning barcha turlarini o'z ichiga olgan axborotlardir.

Saytning bu darajaga yetishi va rivojlanishida albatta ularda mehnat qilayotgan jamoaning va o'z navbatida kuzatuvchilarning ham hissasi katta. Sayt o'z axborotlarini ijtimoiy tarmoqlar orqali juda faol tarzda e'lon qilib boradi va ulardagi kuzatuvchilar soni quyidagi ko'rinishda:

<https://twitter.com/championat> - 203 000 nafar kuzatuvchi;

<https://ok.ru/championat> - 456 888 nafar kuzatuvchi;

<https://t.me/championat> - 88 700 nafar kuzatuvchi;

<https://www.youtube.com/channel> - 569 000 nafar kuzatuvchi;

<https://vk.com/championat> - 1 161 156 nafar kuzatuvchini tashkil qiladi.

Sports.ru – saytida ham sportning deyarli barcha tur va ko'rinishlari xususida axborotlar mavjud. Mazkur sayt Rossiya Federatsiyasidagi sport saytlari reytingida 2-o'rinda. Ushbu saytning xaritasi shu qadar zich va qamrovi keng miqyosda tashkil etilganki, buni birgina sportning futbol turi bo'yicha 100 dan ortiq sahifada ma'lumotlar berib boriladi. Har bir sport turi bo'yicha o'sha soha mutaxassislari, sportchilar va muxlislarning 1000 tadan ortiq sahifalari mavjud bo'lib, ushbu kanallar orqali ma'lumotlar joylab borish imkoniyati yaratilgan. Bu bilan sayt auditoriyasi ushbu saytga kirdimi uning bu yerdan chiqib ketishiga hech qanday imkoniyat qoldirilmagan. Nimaki, istasa saytda taqdim qilingan. Sports.ru ning

³⁸ <https://www.youtube.com/@stadionuzzbekistan7911/videos> 30.01.2023й.

³⁹ <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0> 30.01.2023й.

boshqa saytlardan farqi va ustunlik tomoni aynan mana shu, desak ham bo‘ladi. Saytda sport turlari bo‘yicha o‘sha sport turi bilan shug‘ullanuvchi sportchilarning ham o‘z bloglari, ya’ni sahifalari tashkil etilganki, bu bilan ushbu sport turi bo‘yicha bo‘layotgan har qanday yangilik yoki musobaqa aynan sportchining o‘zi orqali yoritilishi yo‘lga qo‘yilgan. Bunda eng katta insayder aynan sportchining o‘zi hisoblanadi. Sportchilardagi samimiylik va oddiylik ham kuzatuvchilar e’tiborini jalb qiladi va bu holatni saytning quyida beriladigan ijtimoiy tarmoqlardagi kuzatuvchilari soni orqali ham bilishimiz mumkin:

<https://t.me/joinchat/> - 180 350 nafar kuzatuvchi;

<https://dzen.ru/sportsru> - 321 700 nafar kuzatuvchi;

<https://twitter.com/sportsru> - 621 800 nafar kuzatuvchi;

<https://www.facebook.com/sportsru/> - 517 000 nafar kuzatuvchi;

<https://www.instagram.com/sportsru/> - 419 000 nafar kuzatuvchi;

<https://vk.com/sportsru> - 653 532 nafar kuzatuvchi jami bo‘lib bir kunda ijtimoiy tarmoqlarda Sports.ru saytidan o‘rtacha 2 713 382 nafar kuzatuvchi axborot oladi.

Bugungi kunda sport saytlarining rivojlanish tendensiyalari shu qadar keng va tezlik bilan o‘smoqda. Buni saytlar negizida tashkil etilayotgan sahifalar, bloglar, sub-saytlar va shaxsiy akkauntlar misolida kuzatish mumkin. Bugungi rivojlanish davrida faqatgina bitta sayt bilan auditoriyani to‘liq qamrab olish va raqobatchilar ta’qibidan qutilib ketish amri mahol. Sayt bu – katta platforma unda texnik yutuqlarning barcha jihatlari jam bo‘lgan bo‘lishi mumkin va bu uning tezkorligiga ham qaysidir ma’noda o‘z ta’sirini o‘tkazishini unutmash kerak. Zamonning talabi esa – tezkorlik. Tez berilgan axborot har doim ham yutuq keltiravermaydi, agar unga qo‘shimcha tarzda sifat va aniqlik bo‘lsa ana shundagina axborot qimmatli bo‘ladi. Axborotni bunday qimmatga faqatgina barcha texnik jihatlarni o‘zida jamlagan saytlar, platformalar berishi mumkin. Saytlar negizida tashkil etilgan sahifa va bloglar sodir bo‘lgan yangilik haqida tezkorlik bilan xabar berishadi va axborotning to‘liq va sifatli versiyasini saytda qoldirishadi. Aynan mana shu jihatlardan bilan saytlarga kuzatuvchilar oqimi uzluksiz tarzda kirib turaveradi, har bir kirgan abonent esa sayt uchun qimmatli mijoz hisoblanadi.

Shuningdek, veb-saytlar tendensiyasini tezlashtirayotgan yana bir muhim omil bu – ilovalardir. Sport saytlarining paydo bo‘lganiga chorak asr bo‘lib ulgurmay, undagi o‘zgarishlar va o‘sish surati haqli ravishda bir necha yuz yillarga teng. Bu o‘zgarish va yuksalishlarda so‘nggi yillarda paydo bo‘la boshlagan turli ilovalarning o‘rni beqiyos. Birgina sayt ilovasining yaratilishi va prototipni Google dagi Play-market sahifasiga joylashtirish, uni sayt kuzatuvchilari tomonidan ko‘chirib (skachat) olinishi ortidan butun boshli saytga kirish va undan axborot olish bir necha o‘n barobarga osonlashishini inobatga olsak, ilovalarning roli o‘sish suratini ya’ni saytlar rivojlanish tendensiyalarini bir necha barobarga ortishini ta’minlaydi.

Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan milliy sport saytlarimiz bo‘lgan Championat.uz hamda Stadion.uz saytlarining bugungi rivojlanish tendensiyalariga nazar tashlaydigan bo‘lsak, albatta oddiy yozuvchilikdan boshlangan sayt sahifalari bugunga kelib ancha mukammal ma’lumot beruvchi saytlar sirasiga kirib bormoqda. Biroq bugungi o‘zgarish va yangilanishlar jarayonida, mazkur saytlar zamon bilan

hamnafas bo‘lmayapti, yangi medianing trendlaridan foydalanish darajasi juda sust. Bu maromda axborot uzatishdan nariga o‘tilmay, rivojlanishning konservatsion tizimidan odimlab ketaversa bu saytlarimizning kelajagi qiyin vaziyatga tushishi mumkin. Shu bois mazkur tadqiqot ishimizda tavsiya etilgan bir nechta holat bo‘yicha qilingan tahlil xulosalarini mazkur saytlar o‘z platformalarida joriy etishi va albatta aniq, hisob-kitoblarga tayangan ushbu xulosalar asosida o‘z ishlarini qayta tashkil etishlari lozim.

XULOSA

1. O‘zbekistonning sport siyosatidagi eng katta targ‘ibot vositasi bo‘lgan sport jurnalistikasi XXI asr boshiga kelib cheksiz imkoniyatlar platformasi bo‘lgan Internetdagi sport saytlari orqali rivojlanishning keng qamrovli bosqichiga chiqib oldi. Bu bilan sport sohasidagi davlat siyosatini yuritish tizimi ishonchli va tezkor targ‘ibot mashinasiga ega bo‘ldi. Lekin bu yangi sohaning kontenti bilan shug‘ullanuvchi moderatorlari, sohaning yukini his qiluvchi talabchan mutaxassislar masalasi oqsab turganligi bilinib qoldi. Sohaga doir normativ hujjatlar yetarli emasligi, borlari ham sport saytlari sohasini isloh qilishni nazarda tutmaganligi, keyingi yillarda mazkur yo‘nalishdagi faoliyatning tizimsiz harakatlanayotganini ko‘rsatmoqda.

2. Tadqiqotimiz davomida O‘zbekistonda sport saytlarining paydo bo‘lishi, faoliyat yuritishi va rivojlanish tendensiyalari asosan 3 bosqichda amalga oshgani o‘rganildi. Birinchi bosqich – turli saytlarning sport sahifalarini yuritish va mustaqil sport saytlarining paydo bo‘lishi (2010 yilgacha bo‘lgan davr), ikkinchi bosqich – auditoriya talablaridan kelib chiqqan holda ijtimoiylashuv va konvergensiya jarayoni (2011-2020 yillar), uchinchi bosqich – yangi media muhitda sport saytlarining rivojlanish tendensiyalari (2021 yildan keyingi davr).

3. «SPORT» teleradiokanalida sport mavzusining yoritilish vizualizatsiyasi 7/24 ko‘rinishda amalga tatbiq etilishi ortidan kanal auditoriyasining ortishi kuzatildi, kanalning Internetda ham o‘z sahifasiga ega bo‘lishi esa ko‘rsatuvlarni onlayn efirga olib chiqish imkoniyatini beradi. Lekin hali ham telekanal global tarmoqda o‘z veb-saytiga ega emas. Dunyo tajribasida qaysiki, rivojlangan telekanal bo‘lsa, albatta uning Internetda o‘z sahifasi yoki platformaga asoslangan veb-sayti mavjud. «SPORT» teleradiokanali haligacha o‘z veb-saytiga ega emas.

4. O‘zbek milliy Internet segmentida paydo bo‘lgan sport saytlarining ijtimoiylashuvi va konvergensiya jarayonlarining evolyutsion tarzda singdirilishi sohaning rivojlanish tendensiyalarini yangi formatlarda ommalashishini belgilab berdi. Biroq uz domenidagi sport saytlari moddiy-texnik imkoniyatlarining yetishmasligi, saytlar muharririyatining ilg‘or texnik imkoniyatlarni joriy etishdagi sustkashligi rivojlanish tendensiyalarini ortga surib kelmoqda.

5. Mamlakatdagi sport saytlarining shakl va mazmun jihatidan bir-birini takrorlashi taftologik xatolarni keltirib chiqarayotgani o‘rganildi. Bu holatning faoliyat turlariga tatbiq etilib borayotgani, yangi media muhitda sport saytlari obro‘cini to‘kishi va maqsadli auditoriyani yo‘qotib qo‘yish xavfini yuzaga chiqarishi mumkin.

6. Yangi O‘zbekiston media muhitida sport jurnalistlari faoliyatining asoslarini yaratish va uni hayotga tatbiq etish bo‘yicha qonunchilik normalariga takliflar

kiritish lozimligi o'rganildi. Bu borada sport saytlarining ixtisoslashuvi va mazkur soha vakillarini tayyorlash istiqbollari har qachongidan ko'ra dolzarb vazifa sifatida o'rta chiqarildi.

7. Mamlakatda faoliyat yuritayotgan Internet saytlarida sport sahifasining yuritilishi masalasi o'rganilishi natijasida qaysiki, saytlarda berilayotgan axborotlarning 20-25% qismi sportga ajratilgan bo'lsa, ana shu saytlar muvaffaqiyatli auditoriyaga ega ekanligi kuzatildi (www.uz reytingida kuchli o'ntaligida turgan yangiliklar saytlar misolida o'rganildi).

8. O'zbekistondagi sport saytlarining moliyaviy siyosatida media-marketing, media-biznes va media-menejment xususiyatlari juda sust holatda ishlab turgani o'rganildi. Bu bo'yicha tez va samarali ish qilinmasa muvaffaqiyatli ishlab turgan saytlarning taqdiri ham qiyin holatda qolish ehtimoli mavjud.

9. Sport saytlarining rivojlanish tendensiyalarini yangi bosqichga olib chiquvchi omil sifatida saytlarda eksklyuziv, on-layn, of-layn, insayd axborotlar vizualizatsiyasi va infografikasini soha mutaxassisleri ishtirokida qayta ko'rib chiqish zarurati mavjud. Bu borada zamonaviy xorij sport saytlari tajribasi asosida optimal formatda kreativ ish tashkil qilish eng yaxshi yechim sifatida taklif qilinadi.

10. Sport saytlarining auditoriya vektorlarini shakllantirishda ijtimoiy tarmoq va turli ilovalarning ahamiyati yuksak ekanligi bilan bir qatorda ayni bu jihatlarga amal qilmaslik sohaviy bilimsizlikni o'zi ekanligi talqin etildi. Sport saytlarining rivojlanish tendensiyalaridagi mavjud muammo va yechimlar ko'lami aynan har bir saytda ichki akademiyani (ustoz-shogird tizimi asosida) tashkil qilish, xodimlar salohiyatini oshirish, ularni o'qitish va stajirovkalarini tashkil etish bilangina bartaraf etilishi mumkin.

11. Sport jurnalistikasida iqtidorli kadrlarga bo'lgan ehtiyojni qoplash maqsadida sohalar kesimida kadrlar tayyorlash va ularning ixtisoslashuvini ta'minlash lozim. Shuningdek, sportga ixtisoslashgan barcha oliy ta'lim muassasalarida sport jurnalistlari tayyorlash masalasini ko'rib chiqish zarurati mavjud. O'z sohasining bilimdoni bo'lgan kadr har bir muassasa uchun zarur bo'lgani kabi, aynan sport sohasini ichida tahsil olgan sport jurnalisti boshqalardan ko'ra yaxshiroq material tayyorlashi mumkin.

12. Sport saytlarini yuritishda yangi mediada qo'llanilayotgan trendlarni ishga solish, jumladan, dron jurnalistikasi texnologiyalari, kompyuter algoritmlari asosidagi boshqaruv, avtomatlashgan jurnalistikadan foydalanish maqsadga muvofiq.

13. Sport saytlarining rivojlanish tendensiyalariga asosan sun'iy intellekt, neyro tarmoq va robot jurnalistlar faoliyatini joriy etish masalasida ilmiy to'xtamga kelish lozim. Sport sharhlarini robot jurnalistlar sharhlashiga tayyorlanish, uning ilmiy-nazariy asoslarini ishlab chiqish, neyro tarmoq asosida sport xabarlarini keng ommaga yetkazilishini ta'minlash va sun'iy intellekt ishtirokida sport dasturlarini tashkil etishga kirishish lozim.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНОЙ
СТЕПЕНИ ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

БОБОРАЖАБОВ ЭРГАШ ТОШПУЛАТОВИЧ

**СПОРТИВНЫЕ САЙТЫ В УЗБЕКИСТАНЕ (ПОЯВЛЕНИЕ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ)**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

Ташкент – 2024

УДК: _____

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за номером B2021.1.PhD/Fil283

Диссертация выполнена в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.uzjoku.uz) и в информационно-образовательном портале Ziyonet (www.ziyonet.uz).

Научный руководитель: **Муминов Файзулла Абдуллаевич**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Худойкулов Мухтор**
доктор филологических наук, профессор
Тухтамирзаев Мирзахаким
кандидат филологических наук, доцент

Ведущая организация: **Национальный университет Узбекистана**

Защита диссертации состоится _____ 2024 года в __.00 часов на заседании Научного совета по присвоению ученого звания по специальности PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (Адрес: 100017, г. Ташкент, Ц-5, дом-88. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в центре информационных ресурсов Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100017, г. Ташкент, Ц-5, дом-88. Тел.: (99871) 207-09-06).

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2024 г.

(протокол реестра № ____ от “__” _____ 2024 года).

Ф.А.Муминов

Председатель Научного совета по присуждению ученых степеней, д.ф.н., профессор

А.И.Сафаров

Председатель научного семинара при Научном совете по присуждению ученых степеней, д.ф.ф.н., доцент

Н.Муратова

Ученый секретарь Научного совета по присуждению ученых степеней, д.ф.н., доцент.

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В условиях современной глобализации, все большего формирования информационного общества и медиатизации общественных отношений возрастает необходимость расширения сферы применения электронных платформ для быстрого распространения информации и влияния на общественное мнение в глобальном масштабе. Очевидно, что существуют проблемы с ролью и положением спортивной журналистики в сети Интернет, а также с внедрением новых форматов и тенденций передачи информации. В такой ситуации актуальной задачей становится вопрос развития спортивной журналистики, повышения ее позиции в глобальной сети, внедрения в деятельности спортивных сайтов системы передачи новостей, основанной на интерактивных методах.

Поскольку мир находится в процессе глобализации, сфера журналистики должна расширяться, совершенствоваться, специализироваться и адаптироваться к новым направлениям. В частности, выход на информационный рынок сайтов и приложений социальных сетей, представляющих собой новый формат спортивной журналистики, показывает, что существует необходимость специализации и в этой области. В частности, актуальное значение приобретает всестороннее исследование спортивных сайтов, которые являются важной составляющей спортивной онлайн-журналистики и их аудитории, авторского коллектива, их роли, стиля, социализации, визуализации, интерактивности, контентно-тематических особенностей.

Спортивная журналистика, являющаяся крупнейшим инструментом пропаганды в спортивной политике нашей страны, к началу XXI века достигла комплексной стадии развития через спортивные сайты и приложения социальных сетей, которые являются платформой неограниченных возможностей. Но проблемой стали модераторы, занимающиеся содержанием новой области, требовательные эксперты, чувствующие бремя ответственности, отсутствия возможности передавать интерактивную информацию в необходимых случаях. Поэтому, как отметил Президент, «Узбекская журналистика, как и все политические и социальные институты нашей страны, в нынешнюю эпоху цифровых технологий переживает новый процесс становления. Сегодня обновляются поколения, творческие школы, традиции, концепции и представления. Век Интернета выдвигает свои требования и правила. В столь сложный переходный период мы должны признать, что наша отечественная журналистика сталкивается с различными испытаниями и трудностями, которых раньше не наблюдалось, и подумать о том, чтобы вместе их преодолеть»⁴⁰. В решении этой проблемы очень важна деятельность спортивных журналистов. Ведь спортивная журналистика проявляет себя как наиболее эффективная сфера, требующая развития, исходя из тенденций развития нынешнего времени.

⁴⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga yo'llagan tabrigidan <https://president.uz/uz/lists/view/4454>

Данная диссертация в определенной степени служит реализации задач, обозначенных в Указе Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № УП-60 «О Стратегии развития нового Узбекистана На 2022-2026 годы», в Законах Республики Узбекистан «О средствах массовой информации»⁴¹ и «О физической культуре и спорте»⁴², в Постановлении Президента Республики Узбекистан от 7 апреля 2023 года № ПП-114 «О мерах по эффективной организации государственного управления в сфере молодежной политики и спорта в рамках административных реформ», в Постановлении Президента Республики Узбекистан от 7 апреля 2023 года № ПП-115 «О дополнительных мерах по всестороннему развитию массового и профессионального футбола», в Постановлении Президента от 11 сентября 2023 года «О стратегии Узбекистан – 2030», в Новой редакции Конституции Республики Узбекистан и в Выступления лидера страны на 72-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН⁴³, а также в других нормативно-правовых актах.

Актуальность исследования приоритетным направлениям развития науки и техники в республике. Исследование выполнено в рамках приоритетного направления программы I. «Формирование системы инновационных идей в социально-правовом, экономическом, культурном, духовно-образовательном развитии информационного общества и демократического государства и путей их реализации» развития науки и техники республики.

Уровень изученности проблемы. Ряд проблем, связанных со спортивной журналистикой, были проанализированы в исследованиях известных ученых и специалистов по спортивной журналистике в Узбекистане А.Имамходжаевым⁴⁴, А.Каримовым, Ю.Артиковой, А.Хасановым⁴⁵. Научные работы таких авторов, как Н.А.Абдуазизова, Ф.А.Муминов, Х.Дустмухаммад, Ш.Кудратходжа, Р.Мухаммадиев, С.Умиров, К.Исмаилова, Ю.Хамдамов, Ю.Маматова и других также содержат некоторые исследования по теме диссертации⁴⁶.

В странах СНГ истории и развитию спортивного телевидения, радио и прессы посвятили свои труды С.Михайлов, А.Г.Мостов⁴⁷, К.Алексеев, Е. Войтик, Д.Десюк, С. Ильченко, О.Шмидт⁴⁸. Такие ученые как А.Амзин, С.

⁴¹ “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни // Янги тахрирда. Тошкент. 2007 йил.

⁴² “Жисмоний тарбия ва спорт тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунлари // Янги тахрирда. Тошкент. 2015 йил.

⁴³ <https://www.uzavtoyul.uz/cy/post/ozbekiston-prezidenti-shavkat-mirziyoyev-bmt-bosh-assambleyasining-72sessiyasida-nutq-sozladi.html>

⁴⁴ Имомхўжаев А. Футбол – қувончим, дардим, фахрим, Т., “Шарк” НМАК, 1996 Имомхўжаев А. Мафтунингман футбол, Т., “Шарк”НМАК, 2004. Имомхўжаев А. Ўзбегмининг Миржалоли, Т., “Шарк”НМАК, 2006

⁴⁵ Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика), - Т.: ЎзДЖТУ, 2012, Артикова Ю.А. Ўзбекистон радиосида интерактивлик: тамойиллар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари. Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2009.;

⁴⁶ Абдуазизова Н. Мустақил Ўзбекистон журналистикаси тарихи. – Т.: Академия, 2007.; Абдуазизова Н. Миллий журналистика тарихи.– Т.: Шарк, 2008.; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил(Монография).–Т.: Янги аср авлоди, 2007.; Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида.– Т.: Университет, 1998.; Артикова Ю. “Спорт журналистикаси” Тошкент., МУМТОЗ СЎЗ, 2016., ва бошқ.

⁴⁷ Михайлов С.А., Мостов А.Г., Спортивная журналистика, М.: Аспект-пресс, 2002.

⁴⁸ Алексеев К.А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. – М.: Издательство Юрайт, 2013. Алексеев К.А. Новейшая история отечественной журналистики Учебное пособие / Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 400 с., Войтик Е.А. Спортивная медиакommunikация в России в начале XXI в. Томск: Издательский Дом ТГУ, 2013., Десюк Д.В. Языковая специфика спортивного телетекста / Д. В. Десюк // Знание. Понимание. Умение. - 2010. - Вып. 4. - С. 187-190, Ильченко С.Н. Основы журналистской деятельности Учебник и практикум для академического

Балмаева, Е.Вартанова, И. Засурский, М. Лукина⁴⁹ проводили исследования по проблемам интернет-журналистики. Однако, несмотря на доминирование спортивной онлайн-журналистики в медиaprостранстве, ее востребованность и популярность, комплексных и всесторонних исследований этого явления до сих пор нет.

Чарльз М. Ламберт⁵⁰, Рональд А. Смит⁵¹, Юнус Аль-Караши⁵², а также некоторые практикующие журналисты в США и европейских странах провели частичные исследования в данной области, однако на сегодняшний день нет полного описания соответствующих технологических и аудиторских сдвигов, меняющих структуру спортивных сайтов.

В то же время научно-теоретические основы спортивной журналистики в Узбекистане, возникновение спортивных сайтов в период независимости, историческое развитие, тенденции и принципы реформирования спортивной журналистики недостаточно изучены и исследованы.

Связь темы диссертации с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научной работы Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана в рамках практического проекта «Актуальные проблемы теории масс-медиа, истории и перспективы».

Цель исследования – заключается в изучении научно-теоретических основ спортивной журналистики в Республике Узбекистан, возникновения, функционирования, исторического развития спортивных сайтов в период независимости, раскрытии направления и важности реформ спортивной журналистики в условиях Нового Узбекистана.

Задачи исследования:

Изучение этапов развития спортивной журналистики в Узбекистане за годы независимости, научный анализ существующих проблем и разработка научно-практических рекомендаций по повышению эффективности спортивной журналистики;

бакалавриата / С. Н. Ильченко. М. : Издательство Юрайт, 2018. 311 с. (Серия : Бакалавр. Академический курс), Шмидт О.Ю. Проблематика, специфика формирования и развития тверской спортивной журналистики: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук : специальность 10.01.10 / Шмидт Оксана Юрьевна ; [Место защиты: Твер. гос. ун-т]. - Тверь, 2018. -21 с.

⁴⁹ Амзин А.А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / Москва : Издательства АСТ, 2020. – 400 с. С.Болмаева Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика [Текст] : [материалы к обучающим семинарам] / - Екатеринбург: 2010 (Екатеринбург: Типография "Аграф"). - 146, [1] с. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. 2-е изд., испр. Москва : Аспект Пресс, 2021. 424 с., *Засурский И. И.* Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ, 1999. 272 с., *Засурский И. И., Сергеев М., Семьячкин Д.* Инфраструктура ноосферы. Современные инструменты регистрации и идентификации в сети интернет произведений в сфере культуры, науки и образования. М., 2016. 294 с., Лукина М.М. (ред.) Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.

⁵⁰ Амзин А.А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / Москва : Издательства АСТ, 2020. – 400 с. С.Болмаева Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика [Текст] : [материалы к обучающим семинарам] / - Екатеринбург: 2010 (Екатеринбург: Типография "Аграф"). - 146, [1] с. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. 2-е изд., испр. Москва : Аспект Пресс, 2021. 424 с., *Засурский И. И.* Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ, 1999. 272 с., *Засурский И. И., Сергеев М., Семьячкин Д.* Инфраструктура ноосферы. Современные инструменты регистрации и идентификации в сети интернет произведений в сфере культуры, науки и образования. М., 2016. 294 с., Лукина М.М. (ред.) Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.

⁵¹ Ronald A.Smith, Sports and Freedom: The Rize of Big-Time Collage Athletics, New York: Oxford University Press, 1988. 290.

⁵² "Sports journalism" Al Jazeera Media Institute.

- создание методических разработок, направленных на организацию деятельности местных спортивных площадок с учетом современных тенденций;
- исследование эксклюзивных, онлайнowych, оффлайнowych, инсайдерских визуализаций и инфографики на спортивных сайтах;
- изучить значение социальных сетей и различных приложений в формировании векторов аудитории спортивных сайтов и разработать соответствующие предложения и рекомендации;
- разработка методических пособий по особенностям и тенденциям медиапродуктов, статей и сообщений, которые готовят спортивные журналисты для прессы и интернет-сайтов.

В качестве **объекта исследования** были выбраны сайты Stadion.uz - <https://stadion.uz/uz/> и Championat.asia - <https://championat.asia/uz>.

Предметом исследования является деятельность спортивных сайтов в стране, их эксклюзивная, онлайновая, оффлайновая, инсайдерская визуализация информации и инфографика, их особенности, содержание, а также специфика реализации функций.

Методы исследования. Основу методологии теоретической части диссертации составляют сравнительно-аналитический, наблюдательный и аналитический методы, использование принципов непротиворечивости, структурного и функционального анализа, методов теоретического и эмпирического обобщения.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

в целях исключения неправильного применения речевой структуры и понятия в речевом творчестве журналистов обоснована необходимость включения в должностную инструкцию функции “обеспечение отдельного обучения фонетическому, лексико-фразеологическому, морфологическому и синтаксическому методам выражения экспрессивно-эмоционального характера журналистской речи;

доказано, что особенности аффективности в процессе доведения информации до общественности специализированными веб-сайтами связаны с важностью социальных сетей и приложений в соответствии с формированием векторов аудитории сайтов;

доказано, что использование в системе передачи информации на спортивных площадках современных интегративных методологических средств, таких как интегративные, комбинационные и дистанционные, приводит к концептуальному развитию процессов конвергенции;

особенности медиа-маркетинга, медиа-бизнеса и медиа-менеджмента создание финансовой базы специализированных сайтов в условиях глобализации применение автоматизированных финансовых информационных систем и технологий оказалось важнейшим аспектом современной спортивной журналистики.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

В условиях Узбекистана предлагается использовать тенденции, применяемые в новых медиа при ведении спортивных сайтов, в том числе

технологии дроновой журналистики, управление на основе компьютерных алгоритмов, использование автоматизированной журналистики; рекомендуется подготовиться к интерпретации спортивных комментариев роботами-журналистами, разработать их научно-теоретические основы, обеспечить доставку спортивных сообщений широкой публике на основе нейронных сетей, начать организацию спортивных программ с участием искусственного интеллекта;

создана методическая разработка по вопросам кадров спортивной журналистики, статей и сообщений, которые они готовят для прессы и интернет-сайтов, а также отслеживания конкретных тенденций в медиапродуктах.

Достоверность результатов исследования определяется анализом теоретических и практических методов научного исследования, фактических и статистических данных и архивных документов по теме, анализом деятельности спортивных сайтов страны, презентации по визуализации и инфографике эксклюзивной, он-лайн, офф-лайн, инсайдерской информации, статьями и тезисами в сборниках материалов научно-практических и научно-методических конференций национального и международного уровня, статьями, опубликованными в зарубежных научных изданиях и журналах, рекомендованных Высшей Аттестационной Комиссией, заключениями, практические предложениями и рекомендациями, внедренными в практику, а также одобрением полученных результатов уполномоченными организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования определена как научная значимость результатов исследования как научно-теоретического источника для устранения недостатков в тенденциях развития спортивных объектов Узбекистана, структурных проблем, основанных на особенностях места, а также неопределенности в картах мест.

Практическая значимость результатов исследования заключается в описании структурных особенностей спортивных сайтов Узбекистана, регулировании сайтовой политики, подготовке и переподготовке спортивных журналистов в учебном процессе, преподавании факультативных предметов и специальных курсов, практических занятиях, семинарах, мастер-классы и тематические дискуссии. Разрешает использовать.

Внедрение результатов исследования основано на результатах исследования тенденций развития и функционирования спортивных сайтов в Узбекистане:

Посредством анализа погрешностей в использовании журналистами речевых конструкций и концепций была проанализирована деятельность телеканала «СПОРТ», в работе были подвергнуты анализу передачи за недельный период (5.12-11.12.2022). На основе этого в творческой деятельности телерадиоканала «Спорт» были использованы рекомендации по включению в инструктаж творческих сотрудников нормы по «определению экспрессивно-эмоциональности журналистской речи» (Справка №01-02-373 государственного учреждения телерадиоканала «Спорт» Национальной

Телерадиокомпания Узбекистана от 26 мая 2023 года). В итоге был рассмотрен вопрос о внесении в инструктаж журналистов по «обеспечению обучения фонетических, лексико-фразеологических, морфологических и синтаксических методов для выражения экспрессивно-эмоциональности речи журналиста» при подготовке журналистских кадров. Это позитивно сказалось на специализации и повышении профессионального мастерства журналистов телерадиокомпания.

Анализ и выводы о характеристиках эффективности в процессе предоставления информации населению специализированными сайтами и значении социальных сетей и приложений в формировании векторов аудитории были обсуждены в кругу команды спортивного сайта <https://stadion.uz/uz>, (справка №84 <https://stadion.uz/uz>, учредитель ООО «Asian Cable» от 25 мая 2023 года). В результате улучшилось качество конвергентных материалов для интернет-ресурсов спортивного сайта <https://stadion.uz/uz>, а также повысилась эффективность методов передачи информации в инфографике, исходя из предложений, касающихся значения социальных сетей и различных приложений в формировании векторов аудитории спортивного сайта;

на основе предложений по использованию современных интегративных методических инструментов, таких как интеграция, совмещение и дистанция в системе передачи информации спортивных сайтов, были рассмотрены важные компоненты деятельности <https://minsport.uz/uz>, включая аудиторию, социальные сети, государственные и негосударственные спортивные сайты и их роль, стиль, авторы, визуализация, интерактивность и особенности блогов (справка № 02-02/15-03/15/6571 Министерства Молодежной политики и спорта Республики Узбекистан от 4 июля 2023 г.). В результате ускорились процессы социализации и конвергенции сайта <https://minsport.uz/uz>, сформировалась медиатизация социальных отношений в новой медиасреде, а также повысилась эффективность социально-психологических факторов в визуальном распространении информации;

Создание финансовой базы специализированных сайтов с функциями медиамаркетинга, медиабизнеса и медиаменеджмента, а также использование автоматизированных финансовых информационных систем и технологий в условиях глобализации являются важнейшими аспектами современной спортивной журналистики. Данные положения диссертации были обсуждены в Творческом союзе журналистов Узбекистана (справка № 02-18/175 от 23 июня 2023 года Творческого союза журналистов Узбекистана). В результате рекомендации по усовершенствованию возможностей медиамаркетинга, медиабизнеса и медиаменеджмента в создании финансовой базы специализированных сайтов были использованы в научно-практических конференциях, форумах и семинарах-тренингах для журналистов и менеджеров СМИ, организованных Творческим союзом журналистов Узбекистана.

Апробация результатов исследования. Результаты исследований обсуждались на 8 научно-практических конференциях, в том числе 2 международных и 6 республиканских.

Публикация результатов исследования. Всего по теме диссертации опубликовано 12 научных работ, из них 8 статей в изданиях, рекомендованных к публикации Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан, в том числе 6 в республиканских и 2 в зарубежных научных журналах с импакт-фактором.

Структура и объем диссертации. Содержание диссертации состоит из введения, трех глав, девяти параграфов, заключения, а также списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации-141 страница.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, определены цель и задачи, объект и предмет исследования. Обосновано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, сформулированы научная новизна, научная и практическая значимость работы, достоверность полученных результатов, приведены сведения о внедрении результатов исследования в практику, об апробации и опубликованных работах, охарактеризована структура диссертации.

Первая глава исследования под названием *«Реформы в сфере спортивной журналистики в Узбекистане»* посвящена научным и практическим основам спортивной журналистики, деятельности спортивных журналистов, специализации и перспективам их подготовки, спортивной политике в Узбекистане и роли СМИ в её развитии.

Достижение желаемых результатов в политике страны в отношении спорта во многом зависит от пропаганды здорового образа жизни. В этом отношении средства массовой информации являются локомотивом пропагандистских инструментов, действующих в нашей стране.

Сегодня пропагандой здорового образа жизни и спорта занимаются следующие средства массовой информации:

- центральные республиканские издания, областные и районные газеты («Янги Узбекистон», «Халк сузи», «Маърифат», «Сариосие» и др.);
- специализированные спортивные издания («СПОРТ», «ИнтерФУТБОЛ», «ФУТБОЛЭкспресс», «Эрудит СПОРТ», «Чемпион» и др.);
- государственные и негосударственные радиоканалы («Узбекистон», «Ёшлар», «Махалля», «Орият-Доно», «Вадий Садоси» и др.);
- телеканалы, специализирующиеся на теме спорта (телерадиоканал «СПОРТ», телеканал «UzReportTV» и др.);
- пресс-службы спортивных организаций (Национальный олимпийский комитет Узбекистана, Министерство молодежной политики и спорта Республики Узбекистан и др.);

- Интернет-сайты, специализирующиеся на определенном виде спорта («Championat.Asia.uz» - Новости футбола Центральной Азии, «Stadion.UZ» - Новости футбола, «sports.uz» - Новости футбола и спорта, «ONside.UZ» - Новости футбола, «ОЛАМСПОРТ» - Новости спорта Центральной Азии и др.);

- Спортивные промоутеры (глава государства, официальные лица, журналисты, комментаторы, блоггеры и т.д.).

Вышеупомянутые 7 направлений дополняют друг друга в системном управлении популяризацией спорта и его политикой в нашей стране. В частности, Интернет и веб-сайты, которые являются частью нашей жизни с начала века, выступают в роли сильнейшей пропагандистской машины.

Спортивная журналистика — одна из форм (видов) журналистики, осуществляющая сбор, обработку, хранение и передачу информации о спортивных темах и событиях в средствах массовой информации. В частности, как отмечает доктор филологических наук, доцент А.Каримов в своей статье «Спортивная журналистика как популярное направление рекреации» утверждает, что «Наиболее распространенной формой отдыха являются занятия спортом, включающие в себя выезды на дальние расстояния, в том числе охоту, археологический туризм, восхождение на вершины и подводные путешествия»⁵³.

В систему спортивной журналистики входят следующие представители четырех направлений, охватывающие процессы от создания информации на местах до ее доставки потребителям:

создатели информационной среды: спортивные организации, а также участники мероприятий (спортсмены, тренеры, судьи и т.п.);

организации и частные лица, занимающиеся производством спортивной информации: редакторы, журналисты, менеджеры;

аудитория спортивной информации: все, кто интересуется спортом, как организованные группы (спортивные клубы, объединения болельщиков и т.п.), так и отдельные лица;

4 nafar
Фото-мухбир, мухбир ва журналист
СА (<https://championat.asia>) – Марказий Осиё футболу янгиликлари веб-сайтида

1 nafar
Мухбир
“Дарё” интернет нашрида

3 nafar
1-тоифали мухбир ва мухбир
“Спорт” телерадиоканалида

1 nafar
Мухбир
Орият-доно радиосида

2 nafar
Мухбир
Ўзбекистон 24 телеканалида

1 nafar
Матбуот хизмати раҳбари
Қашқадарё вилояти Нишон тумани ҳокимлиги Матбуот хизматида

1 nafar
Бош мухбир
“Пайарик ҳаёти” газетасида

те, кто не имеет прямого отношения к спорту, но влияет на его развитие: политики, бизнесмены, спонсоры и т.д. Развитие олимпийского и спортивного движения, интерес населения к здоровому образу жизни, национальные программы, направленные на развитие физической культуры и спорта делают спортивную журналистику одним из перспективных направлений.

В целях поднятия национальной системы подготовки квалифицированных спортивных журналистов на новый уровень в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана открыто направление «Спортивная журналистика», а также ее отделение в магистратуре. В 2021-2022 учебном году 13 студентов ВУЗа впервые окончили специальность «Спортивная журналистика». 11 выпускников работают спортивными журналистами. 4 из них (30,7%) работают на спортивных сайтах. 72,3% выпускников заняли свои места в других отраслях (рисунок 1).

Реформы в сфере спорта в Узбекистане, как бы они ни были сложны, системно проводились с первых дней независимости. Спустя годы мы можем говорить о результатах на примере высоких достижений спортсменов нашей современности. Развитие спорта – это процесс, непосредственно связанный с его популяризацией. В связи с этим спортивные журналисты должны четко понимать миссию, возложенную на них как на локомотив.

Во второй главе «*Формы и виды деятельности спортивных сайтов*» рассматривается деятельность спортивных сайтов в домене UZ, принципы формирования спортивных сайтов в узбекском сегменте Интернета, анализируются и исследуются особенности медиабизнеса, медиа маркетинга и медиаменеджмента в финансовой политике спортивных онлайн-изданий.

Сайт в переводе с английского означает «веб-сеть», «место», «сегмент», «часть сети». Сайт в сети Интернет – это совокупность связанной информации, которая имеет уникальный адрес и воспринимается пользователями как единый объект.

Спортивный сайт является наиболее оптимальной платформой для сбора, хранения и передачи информации обо всех видах и формах спорта в глобальной сети. В нашей стране спортивные сайты начали появляться в первом десятилетии 20 века. Так в узбекском национальном сегменте Интернета появилась концепция спортивного сайта.

Первый сайт в Узбекистане был создан в 1995 году. В январе 2000 года, когда программа «Ахборот» Телерадиокомпании Узбекистана впервые вышла в онлайн-трансляцию через сеть Интернет, рубрика новостей «Спорт» программы также была транслирована на глобальную аудиторию. Наши соотечественники, проживающие в разных уголках мира, получили возможность доступ к узбекскому телевидению, и в частности, к спортивным передачам. Пропаганда спорта началась с рубрик новостей «СПОРТ» на различных теле- и радиоканалах, а 1 января 2004 года на базе 4-го Международного телеканала Узбекской национальной телерадиокомпании был создан телеканал «СПОРТ», на котором популяризация ЗОЖ

продолжилась с новой силой. Первые национальные спортивные сайты в скором времени обрели свою аудиторию и поклонников.

UFF.uz - новости футбола в Узбекистане - сайт, зарегистрированный 3 мая 2006 года, вскоре занял свое место в нише и обрел свою аудиторию. 20 января 2007 года начал свою деятельность веб-сайт газеты «ИнтерФУТБОЛ» - interfutbol.uz, как первая интернет-версия традиционного средства массовой информации⁵⁴. На сегодняшний день количество спортивных сайтов и страниц, созданных на основе печатных версий, увеличилось в несколько раз.

| O'rin | Resurs nomi | Tashrif buyuruvchilar (2022 йил декабрь ойи) | Ko'rishlar (2022 йил декабрь ойи) |
|-------|---|---|--------------------------------------|
| 1 | CA - Markaziy Osiyo futboli yangiliklari | 1 970 368 | 9 357 737 |
| 2 | Stadion.UZ - Futbol yangiliklari | 1 268 742 | 5 076 185 |
| 3 | TRIBUNA.UZ - Futbol va sport xabarlari. | 863 408 | 1 693 281 |
| 4 | ONLINE.UZ - Futbol yangiliklari | 557 648 | 1 121 577 |
| 5 | OLAMSPORT - Markaziy Osiyo sporti yangiligi | 302 683 | 737 001 |
| 6 | Effect.uz - MAQSAD SARI BIRGALIKDA! | 38 691 | 75 055 |
| 7 | ZiyoNET Sport bo'limi | 12 756 | 21 892 |
| 8 | BIZNING ONLAYN MAKTAB PORTALIGA XUSH KELIBSIZ | 11 648 | 32 068 |
| 9 | Yoshlar portali | 8 225 | 10 553 |
| 10 | Федерация Легкой Атлетики Узбекистана | 5 681 | 13 440 |
| 11 | UFF.uz - O'zbekistonda futbol xabarlari | 4 656 | 10 774 |
| 12 | Qilichbozlik federatsiyasi UZBEKISTAN | 2 662 | 3 667 |
| 13 | Спорт для всех | 459 | 774 |
| 14 | Veloman.uz - O'zbekistonda velosiped jamiyati | 440 | 830 |

| | | | |
|---------------|--|------------------|-------------------|
| 15 | "QO'QON 1912" professional futbol klubi. | 395 | 556 |
| 16 | Hala-Madrid.Uz O'zbekistondagi "Real Madrid" muxlislari sayti | 391 | 1 194 |
| 17 | Navoiy viloyati jismoniy tarbiya va sport boshqarmasi sportning o'yin turlari va yengil atletikaga ixtisoslashtirilgan bolalar-o'smirlar sport maktabi | 282 | 363 |
| 18 | O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Milliy Antipodning Agentligi | 224 | 441 |
| 19 | InterFUTBOL gazetasi | 97 | 186 |
| 20 | Audax Uzbekistan | 97 | 202 |
| 21 | Alpinistlar va skalolazlar sport klubi | 93 | 157 |
| 22 | City Fitness | 71 | 102 |
| 23 | Feyr Pley Uzbekiston | 42 | 60 |
| 24 | manunited.uz | 2 | 2 |
| 25 | Meqamacc | 1 | 1 |
| 26 | Sportni rivojlantirish vazirligi | 1 | 1 |
| 27 | "Real Madrid" muxlislari sayti | 1 | 1 |
| Умумий | | 5 049 764 | 18 158 100 |

По результатам рейтинга, опубликованного 5 января 2023 года сайтом www.uz, Национальной поисковой системой, топ-10 выглядит следующим образом⁵⁵:



При анализе данного рейтинга 2, 7 и 8 места занимают спортивные сайты,



в частности, <https://championat.asia/uz>, <https://stadion.uz/>, <https://tribuna.uz>. В данном рейтинге представлены самые популярные и посещаемые сайты Узбекистана. Почти 30 процентов рейтинга занимают спортивные сайты. Очевидно, что спрос на спортивные сайты и их контент в нашей стране растет с каждым днем собирается из данного рейтингового анализа становится ясно, насколько важна его визуализация и реализация сайта.

Результаты рейтинга ТОП-5 сайтов WWW.UZ по направлению «СПОРТ», опубликованного 5 января 2023 года, а также количество посещений и просмотров за декабрь 2022 года⁵⁶ представлены на рисунке 4. По результатам анализа, сайты с самой большой аудиторией в нашей стране в течение месяца посещают около 5 миллионов пользователей, а количество просмотров составляет около 18 миллионов.

В ходе нашего исследования мы проанализировали ряд веб-сайтов и интернет-порталов Российской Федерации, где интернет-журналистика сегодня очень развита. Особенно активно стали развиваться спортивные сайты после проведения зимних Олимпийских игр 2014 года и чемпионата мира по футболу 2018 года.

В декабре 2022 года количество посетителей и просмотров сайтов и порталов за месяц, входящих в первую пятерку рейтинга сайтов, специализирующихся на спорте в России, выглядит следующим образом⁵⁷:

| Место | Название ресурса | Посещения | Просмотры |
|-------|---|------------|------------|
| 1 | championat.com – Последние новости | 105,0 млн. | 525,0 млн. |

⁵⁶ https://www.uz/uz/stat/visitors/ratings?cat_id=05.01.2023r.

⁵⁷ <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/russian-federation/sports/24.01.2023r>.

| Место | Название ресурса | Посещения | Просмотры |
|--------------|---|-------------------|-------------------------------|
| | спорта, календарь игр, комментарии игр и графики турниров, онлайн трансляция матчей | | |
| 2 | sports.ru – Новости спорта, блоги спортивных звезд и тренеров | 96,7 млн. | 483,5 млн. |
| 3 | sportbox.ru – Бесплатные онлайн трансляции, спортивная статистика и анализ | 46,1 млн. | 230,5 млн. |
| 4 | news.sportbox.ru – Все о спорте | 45,3 млн. | 226,5 млн. |
| 5 | sport-express.ru – Ведущий спортивный интернет портал | 34,8 млн. | 174,0 млн. |
| ОБЩЕЕ | | 327,9 млн. | 1 млрд. 639,5 млн. |

По результатам анализа, в течение месяца данные спортивные сайты посещают около 328 миллионов пользователей, а количество просмотров на страницах сайтов составляет около 1 миллиарда 700 миллионов. Как спортивные сайты получили такую большую аудиторию? Ответом могут стать следующие варианты:

- а) наличие на сайтах всех интересных тем о спорте;
- б) специализация в области спорта;
- в) визуализация инсайдерской информации;
- ж) непрерывная работа в онлайн и автономном режиме;
- г) если векторы аудитории выбраны правильно, последовательность передаваемой в них информации ясна и адресуема.

Одним из недостатков на национальных сайтах является специализация в одной области. Информация, подаваемая в узкой теме, вызывает сбор узкой аудитории.

Анализируя мировой опыт, мы можем прийти к выводу, что сайты **espn.com** — последние спортивные новости со всего мира, **cricbuzz.com** — прямая трансляция крикета, а также последние спортивные новости, **marca.com** — лучшие спортивные новости на испанском языке, **chappanganato.com** — 24 часа бесплатных новостей и **as.com** — спортивная онлайн-газета США, сегодня являются ведущими спортивными сайтами в мире. Около 2 млрд. пользователей посещают вышеупомянутые веб-страницы, а количество просмотров составляет около 10 миллиардов⁵⁸. Эти цифры свидетельствуют о том, что аудитория спортивных сайтов не меньше, чем аудитория сайтов другой тематики. Применение зарубежного опыта на практике отечественных спортивных сайтов является фактором расширения аудитории. Неэффективная организация финансовой политики, пренебрежение возможностями медиамаркетинга, медиабизнеса и медиаменеджмента спортивных сайтов – это риск для будущего сайта.

Сегодня основным источником дохода всех электронных изданий мира является реклама. Она представлена на соответствующих веб-сайтах в

⁵⁸ <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/sports> 24.01.2023г.

зависимости от их особенностей и содержания, тем самым принося доход как рекламодателям, так и редакции сайта. Ниже была предпринята попытка изучить и проанализировать эффективность рекламы, которая является основой финансовой политики спортивных сайтов.

В частности, порядок размещения рекламы и объявлений на сайте Stadion.uz, который работает в нашей стране уже более десяти лет, и цены на баннеры на нем отражены в таблице⁵⁹:

| Название баннера и его расположение | Формат | Цена |
|--|------------------|--------------------------------|
| Баннер №1 название сайта | 600X100 | 6 900 000 * |
| Баннер №2 самый крупный баннер | 1100X100 | 6 900 000 |
| Баннер №3 слева | 250X300 | 6 900 000 |
| Баннер №4 справа | 250X300 | 6 900 000 |
| Баннер №5 реклама бренда (7 дней) | На фоне сайта | 13 200 000 (100% демонстрация) |
| Баннер №6 реклама для мобильной версии | 360X100 | 6 900 000 |
| Реклама в виде сообщения или статьи | В ленте новостей | 1 207 500 |

Пользователи Интернета отличаются от потребителей информации других видов СМИ особенностями восприятия. Из-за обилия информации в онлайн-среде внимание читателя рассеивается, в ряде случаев аудитория не видит рекламу на веб-странице, она не привлекает ее внимание среди общего контента. Одной из моделей, которую можно использовать для этого, является «гиперсегментация», которая работает с сайтами для микротаргетинга на конкретную целевую аудиторию (с учетом возраста, пола, географии, рода деятельности и пола), а не для распространения общей рекламы. Еще одним эффективным методом могут стать агрегаторы информации⁶⁰.

Исследователь З.Мадиева в своей статье «Основные направления использования интернет-маркетинга» проанализировала эту сферу, основываясь на мнении ряда ученых и практиков. В частности, «Интернет-маркетинг — это набор маркетинговых инструментов, которые помогают привлекать и удерживать новых клиентов»⁶¹, — пишет учёный. В научной литературе существуют разные подходы к понятию интернет-маркетинга. Мы проанализируем некоторые из них.

М. В. Акулич в своем исследовании отметил, что концепции интернет-маркетинга и цифрового рынка — это схожие понятия. Интернет-маркетинг очень похож на цифровой рынок с точки зрения планирования каналов движения продукции и элементов комплекса маркетинга⁶². И.В.Алексеев рассматривает интернет-маркетинг как часть маркетинга, направленного на

⁵⁹ <https://stadion.uz/uz/main/sections/reklama02.02.2023r>.

⁶⁰ Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар [Матн] VII жилд. – Тошкент. НМИУ, 2019 – 190-бет

⁶¹ З.Мадиева Интернет маркетингдан фойдаланишнинг асосий йўналишлари, “Иктисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали 2020 йил июль-август 4-сон 339-340 б.

⁶² Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. -М.: Дашков и К, 2016. – 352 с.

разработку универсальных систем получения прибыли и изучение принципов взаимодействия субъектов предпринимательства в сети Интернет для удовлетворения социальных потребностей общества⁶³. А. А. Векшинский подчеркивает, что термин «интернет-маркетинг» представляет собой теорию и методологию организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета⁶⁴. Е.О. Китаева считает, что интернет-маркетинг – это движение желаемых товаров и услуг через Интернет, а весь мир – это рекламная сеть, баннерная реклама⁶⁵. А.Д. Баранов придерживается такого же мнения. Как пишет исследователь, концепция интернет-маркетинга — это одновременно реклама, баннерная реклама, SEO, SMM или даже маркетинг по электронной почте⁶⁶. В нашей стране исследования в области интернет-маркетинга проводят такие ученые, как З. Мадиева, Ш. Ж. Эргашходжаева. По мнению Ш. Ж. Эргашходжаевой, Интернет-система – это не только простой новый инструмент инновационного маркетинга, но и инструмент расширения маркетингового комплекса на предприятии. Несмотря на огромную роль, которую играют новейшие информационные технологии, электронный маркетинг не заменяет традиционный маркетинг, а лишь дополняет его, тем самым расширяя набор маркетинговых мероприятий, то есть на практике используется комплексный подход. Поэтому успех деятельности компании должен определяться достижением рационального сочетания традиционного и электронного инновационного маркетинга⁶⁷.

Еще одним крупным источником дохода спортивных сайтов является сотрудничество с букмекерскими конторами, которое включает в себя услуги рекламы, продвижения, проведение различных соревнований и шоу, выделение для них места на страницах сайта, а эта деятельность очень дорогостоящая. В Узбекистане букмекерская деятельность считается незаконной.

Третья глава под названием «Тенденции развития спортивных сайтов» посвящена анализу эксклюзивной, онлайн, оффлайн, инсайдерской визуализации информации и инфографики на спортивных сайтах, значению социальных сетей и приложений в формировании векторов аудитории спортивных сайтов, а также анализ существующих проблем в тенденциях развития спортивных объектов.

Интернет-журналистика, сочетающая в себе жанры традиционной журналистики, такие как новости, репортажи, интервью, эссе, фельетоны, а также формы эксклюзивной, онлайн, оффлайн и инсайдерской передачи информации, стремительно развивается. По мере увеличения спроса на

63 Алексеев И.В. Теоретико-методологические аспекты исследования категории «Интернет-маркетинг» // Транспортное дело России. – 2014. – №3. – С. 14-18.

64 Векшинский А.А., Тывин Л.Ф. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2017. – №2. – С. 103. 135 -Economy and BusinessJournal of Economy and Business, vol.9.

65 Китаева Е.О. Интернет-маркетинг – инструмент бизнес-пространства Интернета // Вестник МГУП. – 2017. – №2. – С. 66.

66 Баранов, А.Д. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: Настольная книга маркетолога. Взгляд практика / А. Баранов. - М.: ИЦ РИОР, 2017. – 85 с.

67 Эргашходжаева Ш.Д. Инновацион маркетинг. Дарслик. –Т.: ТДИУ, Иктисодиёт, 2014. –178 бет.

информацию форма и содержание ее представления также становятся особенными. В частности, сегодня в Интернете зародилась традиция передачи данных в форме эксклюзива.

Эксклюзивный - (фр. *exclusif* - кроме, другой, лат. *excludo* - исключать, англ. *exclusive* - принадлежащий только одному предмету) - местоимение, обозначающее, что адресат речи не входит в дейктерическое поле. Интервью или журналистский материал считаются эксклюзивными, когда информация в них предоставляется только одному объекту, конкретному юридическому лицу или только для одного средства массовой информации. Подготовка эксклюзивного, «не похожего на предыдущие» материала и представление его публике – самая быстроразвивающаяся форма передачи информации современных спортивных сайтов.

Круглосуточный доступ в Интернет был признан его главной особенностью с момента его создания. Успех данной сети, сумевшей оставить позади любую форму передачи информации, как по содержанию, так и по объему, безусловно, заключается в ее способности продолжать свою деятельность не только в онлайн, но в офлайн-режиме. Эти два типа передачи информации являются фактором, обеспечивающим непрерывную работу сайтов в любых условиях и местах. Возможность предоставления эксклюзивной информации на спортивных сайтах в любых условиях – огромное преимущество любого сайта.

Термин **«онлайн»** можно определить как «деятельность или услугу, которая контролируется или подключена к компьютеру» или «деятельность или услугу, доступную только через Интернет». Префикс «онлайн» используется во многих словосочетаниях – это «онлайн-идентификация», «онлайн-трансляция», «онлайн-игры», «интернет-покупки», «онлайн-банкинг», «онлайн-обучение», «онлайн-журналистика» и другие. Информация, предоставляемая в режиме доступа к Интернету, является «онлайн» – что означает «подключенный», а **«оффлайн»** – отключенный. В компьютерной технике состояние, когда устройство включено и готово к работе, называется «онлайн», а данные, передаваемые, когда оно выключено или не подключено к сети, называются «оффлайн». Сегодня мы можем наблюдать именно эти две формы передачи информации в деятельности спортивных сайтов. Однако можно заметить, что в этом режиме транслируются в основном онлайн-презентации информации, спортивные мероприятия и игры, и только такие случаи вызывают у спортивных обозревателей активный доступ к сайтам и ссылкам, связанным с данной сферой.

Инсайдерская информация или сокращенно «инсайдер» (производное от английского слова «inside» — внутри) — это информация, полученная от сотрудника организации или фирмы и предназначенная для «внутреннего использования». Эта информация, как правило, не разглашается, поскольку может нанести вред данной организации или дать преимущество конкурентам. Инсайдерская информация исходит от инсайдеров — людей, которые работают в спортивном клубе или компании и знакомы с ее секретами.

Информация, полученная через этих людей, приобретает ценность, поскольку она чрезвычайно важна, строго конфиденциальна.

Любая информация в спортивной журналистике не может обеспечить успех сайта без ее грамотной визуализации. Поэтому информация всемирно известных сайтов визуализируется таким образом, что пользователь не находит повода покинуть сайт, а «пролистывает» все рубрики веб-страницы один за другим, и не осознает, что провел на сате чуть больше времени, чем он это планировал.

«Визуализация данных» — это одновременно и продукт, и деятельность. В ней информация может быть только количественной. Гештальт (структура, форма) играет главную роль в визуализации данных, а процесс редактирования играет меньшую роль. Он создан для того, чтобы найти смыслы или облечь их в определенную форму⁶⁸. Визуализация, являющаяся одним из наиболее эффективных способов быстрой передачи информации посредством изображений в журналистике, сегодня пользуется особым спросом, в частности, в деятельности сайтов. Этот способ набирает популярность как наиболее оптимальное решение для обмена информацией.

Визуальные возможности интернет-журналистики, которая является лидером среди средств массовой информации по максимальной скорости подачи информации, все активнее проявляются и все шире используются в новых методах передачи информации. Один из них — инфографика. Основная цель — сделать понимание сложного явления простым, а процесс получения информации — легким и понятным⁶⁹.

Слово **«инфографика»** происходит от латинского «informatio» — «осведомленность» и греческого «grafikos» — «письмо», в котором сложная информация, сведения и знания представляются быстро и четко с помощью графических методов⁷⁰. Сегодняшнее развитие и прогресс требуют скорости, точности и подготовки легко воспринимаемых материалов из каждой области, чтобы не путать подаваемую информацию, не вводить в заблуждение, призывает отказаться от многословных текстовых представлений и представить цифры и конкретные доказательства.

Если просто, то инфографика — это тщательно подготовленное, эстетически насыщенное, субъективное явление, а визуализация данных — это инструмент анализа и исследования неструктурированных, необработанных, больших цифровых массивов⁷¹.

⁶⁸ Jack Hagley. What's the difference between an Infographic and a Data Visualisation?//http:// www.jackhagley.com

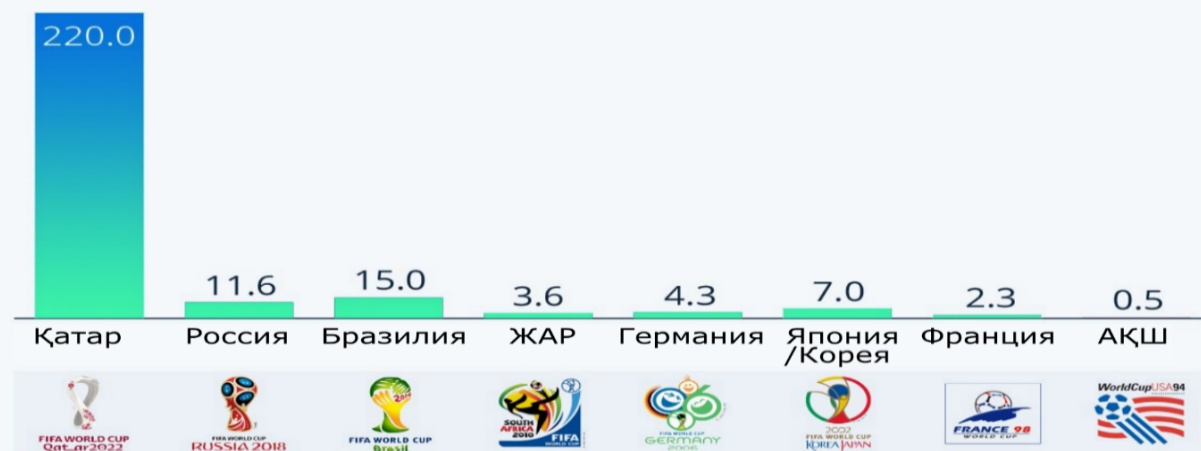
⁶⁹ Муродова Н.Ф. Ўзбекистон Интернет-нашрлари: ривожланиш йўналишлари ва ижод технологиялари. — Т. Услубий қўлланма, 2015. — Б.71.

⁷⁰Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар [Матн] VII жилд. — Тошкент. НМИУ, 2019. — Б.255.

⁷¹ Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар [Матн] VII жилд. — Тошкент. НМИУ, 2019 — 258-бет

Қатардаги футбол бўйича жаҳон чемпионати: тарихдаги энг қиммат

Футбол бўйича ЖЧ турнирларини ўтказиш жами харажатлари* (АҚШ доллари. млрд)



*Жумладан, стадионлар ва бошқа инфратузилма лойиҳалари. Инфляция ҳисобга олинмаган, 2022 йил апрел ҳолати

Манба: Front Office Sport

Statist

Социальные сети и другие приложения занимают особое место и значение в формировании векторов аудитории спортивных сайтов. В данном исследовании мы проанализировали Championat.uz — новости футбола Центральной Азии (1 970 миллионов посетителей в месяц) и Stadion.uz (1,268 млн посетителей в месяц), которые уже несколько месяцев занимают самые высокие места в рейтинге спортивных сайтов, действующих в нашей стране, а также Championat.com, который является лидером в рейтинге сайтов футбольных новостей и спортивной журналистики в РФ (105,0 млн посетителей в месяц) и Sports.ru - веб-портал, предоставляющий новости всех видов спорта (96,7 млн посетителей в месяц). Мы анализируем текущую политику этих сайтов, их практическую работу по выявлению и приобретению векторов аудитории, использование технических возможностей различных приложений и их реализацию в рабочем процессе, дадим необходимые рекомендации.

Championat.uz - центральноазиатский футбольный новостной сайт. Несмотря на то, что он является лидером в рейтинге спортивных сайтов Узбекистана, карта сайта весьма посредственна и дает мало информации. Но для нас представляет интерес факторы успеха данного издания. На сайте размещается 65-75 новостей ежедневно. Новости на сайте публикуются беспорядочно, никогда не знаешь, когда в ленте появится новая заметка, но тот факт, что сообщения размещаются по схеме 24/7, является достижением ресурса. Этот сайт очень активен в некоторых социальных сетях, которые на сегодняшний день являются развитыми и наиболее эффективными средствами передачи информации, и тем самым привлекает своих основных подписчиков. Успех сайта – активность в социальных сетях. Администрация сайта грамотно использует приложения в социальных сетях.

Stadion.uz - сайт футбольных новостей. В среднем публикует 190-200 новостных сообщений в день. Это очень большой показатель. Для сравнения, у Daryo.uz, который занимает 1 место в рейтинге новостных сайтов Узбекистана - среднее количество ежедневных новостей составляет 100-110, это означает, что лента новостей обновляется каждые 15-17 минут. На сайте Stadion.uz это каждые 7-8 минут. Как вывод можно сказать, что последний является самым оперативным и часто обновляющимся сайтом Узбекистана. Он в несколько раз превзошел своих конкурентов по скорости и количеству обновлений, занял самое высокое место в рейтинге сайтов страны благодаря тому, что организовал работу в соответствии с требованиями и пожеланиями пользователей сайта.

Подписчиков страницы Stadion.uz в социальных сетях меньше, чем у Championat.uz. В этом можно убедиться по следующим ссылкам:

<https://www.facebook.com/Stadion.UZ/> - 10 000 подписчиков;

<https://twitter.com/StadionUz> – 4200 подписчиков;

<https://telegram.me/stadionuz> – 23 000 подписчиков;

<https://ok.ru/group/53368766988450> — 2700 подписчиков;

<https://www.instagram.com/stadionuz/> — 21 600 подписчиков;

<https://vk.com/public132415709> - 696 подписчиков;

<https://www.youtube.com/@stadionuzuzbekistan7911> – за новостями на сайте и в сети следят 278 подписчиков. Сайт Stadion.uz не имеет большой аудитории в социальных сетях, особенно практически не использует платформу YouTube, одного из самых популярных видеохостингов (последний видеоконтент был размещен в сети четыре года назад). В чем причина успеха сайта сегодня? Столь большая аудитория читателей была собрана через сам сайт Stadion.uz. Ссылки на информацию с сайта сами по себе обеспечивают постоянный трафик на него. На этом сайте и пользователь, и сотрудник сайта работают одинаково, каждый работает на развитие сайта. Возможность обратной связи, соучастие пользователей в процессе создания информации также служат на дополнение контента. Ежедневное поступление новой информации приводит на страницы сайта все больше читателей.

Среди сайтов, лидирующих в глобальной сети, сайты спортивной направленности также заявили о себе. Яркий пример тому – Championat.com и Sports.ru, занимающие 1 и 2 места в рейтинге спортивных сайтов страны, которые анализируются в данном исследовании. Почти 200 миллионов зрителей посещают эти два сайта в месяц, чтобы получить информацию, связанную со спортом. Для сравнения, население Российской Федерации составляет около 147 миллионов человек⁷².

Championat.com предоставляет информацию практически по всем видам спорта. Каждые 24 часа на сайте размещается около 250-300 новых сообщений. Это значит, что каждые 5 минут на сайте появляется одна новость. Информация на сайте охватывает все виды спорта в 14 разделах и на более чем 130 страницах.

⁷² <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0> 30.01.2023г.

Работающая над ними команда и пользователи, в свою очередь, вносят большой вклад в рост и развитие сайта. Сайт очень активно публикует свою информацию через социальные сети, и количество подписчиков на них следующее:

<https://twitter.com/championat> – 203 000 подписчиков;
<https://ok.ru/championat> — 456 888 подписчиков;
<https://t.me/championat> — 88 700 подписчиков;
<https://www.youtube.com/channel> – 569 000 подписчиков;
<https://vk.com/championat> - 1 161 156 подписчиков.

На сайте **Sports.ru** также есть информация практически обо всех видах спорта. Этот сайт занимает 2 место в рейтинге ТОП-спортивных сайтов РФ. Карта сайта настолько обширна, что об одном футболе содержит более 100 страниц информации. Здесь Вы можете обратиться к 1000 страниц экспертов, спортсменов и любителей каждого вида спорта, информация распространяется по этим каналам. Тем самым аудитория удерживается на сайте и ей не остается надобности его покидать. Все, что ему нужно представлено на ресурсе. Можно сказать, что в этом отличие и преимущество Sports.ru от других сайтов. На сайте спортсмены имеют свои блоги, так что любые новости или соревнования в этом виде спорта освещаются самим спортсменом. Самый большой инсайдер — сам спортсмен. Искренность и простота спортсменов также привлекают аудиторию, это видно по количеству подписчиков сайта в социальных сетях:

<https://t.me/joinchat/> — 180 350 подписчиков;
<https://dzen.ru/sportsru> — 321 700 подписчиков;
<https://twitter.com/sportsru> – 621 800 подписчиков;
<https://www.facebook.com/sportsru/> — 517 000 подписчиков;
<https://www.instagram.com/sportsru/> — 419 000 подписчиков;
<https://vk.com/sportsru> - всего 653 532 подписчиков. В среднем за один день информацию от Sports.ru в социальных сетях получают 2 713 382 человек.

Сегодня спортивные онлайн площадки развиваются со стремительной скоростью. Об этом можно судить на примере страниц, блогов, подсайтов и личных аккаунтов, представленных на каталогах сайтов. Сегодня невозможно удержать аудиторию посредственным сайтом и противостоять конкурентам. Сайт представляет собой большую платформу, на которой могут быть сосредоточены все аспекты технического прогресса, что обуславливает его оперативность. Оперативность – требование времени. Информация, предоставленная быстро, не всегда приносит успех, но если она еще и качественная, точная, в таком случае она представляет особенную ценность. Страницы и блоги, организованные на базе сайтов, оперативно сообщают о новостях. Именно благодаря этим свойствам сайт получает непрерывный поток посетителей, а каждый подписчик является ценным для сайта.

Кроме того, еще одним важным фактором, ускоряющим развитие веб-сайтов, являются приложения. Спортивные площадки существуют всего четверть века, но путь изменений и развития по праву равен нескольким

сотням лет. Роль различных приложений, которые начали появляться в последние годы, в этих изменениях и прогрессе несопоставима. Если учесть, что после установки и активного пользования приложением сайта, пользователю легче попасть на сайт и получить нужную информацию, то можно говорить о роли приложений в развитии самого сайта.

Если посмотреть на текущие тенденции развития Championat.uz и Stadion.uz, то страницы сайта, начинавшие свой путь с простых новостей о спорте, теперь отличаются более обширной, подробной информацией. Однако в современном процессе изменений и обновлений эти сайты не идут в ногу со временем, уровень использования новых медийных тенденций очень низкий. Будущее вышеупомянутых ресурсов может оказаться в сложной ситуации, если они будут продолжать работать по консервативной системе. Поэтому будет целесообразным, чтобы эти сайты применили на практике основные выводы и положения данного исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Спортивная журналистика, являющаяся крупнейшим инструментом пропаганды в спортивной политике Узбекистана, к началу XXI века достигла комплексной стадии развития через спортивные интернет-сайты, которые являются платформой неограниченных возможностей. Благодаря этому система государственной политики в сфере спорта получила надежную и быструю пропагандистскую машину. Тот факт, что нормативных документов, связанных с сферой, недостаточно, а также то, что они не предусматривают реформирование сферы спортивных объектов, показывает, что деятельность в этом направлении в последующие годы движется бессистемно.

2. В ходе нашего исследования было изучено, что появление, функционирование и развитие спортивных объектов в Узбекистане проходило в 3 этапа. Первый этап - ведение спортивных страниц различных сайтов и появление независимых спортивных сайтов (период до 2010 г.), второй этап - процесс социализации и сближения на основе требований аудитории (2011-2020 гг.), третий этап - тенденции развития спортивных сайтов в новой медиасреде (после 2021 г.).

3. После налаживания круглосуточной трансляции эфира телерадиоканала «СПОРТ» резко возросло число аудитории канала. Создание аналога в сети Интернет дало бы возможность транслировать передачи онлайн. Но канал до сих пор не обзавелся своим сайтом в глобальной сети. Мировой опыт показывает, что любой прогрессирующий телеканал, конечно, имеет свою страницу или платформу в Интернете. Поэтому нам кажется актуальной необходимость создания официального сайта главного телеканала страны на тему спорта.

4. Социализация спортивных сайтов в национальном сегменте сети Интернет, а также эволюционирование процессов конвергенции, определили популяризацию тенденций развития отрасли в новых форматах. Однако отсутствие материально-технических возможностей спортивных сайтов в домене UZ, неторопливость редакторов сайтов во внедрении передовых технических возможностей негативно сказываются на развитии спортивной онлайн журналистики в целом.

5. Исследованы причины возникновения тавтологических ошибок как следствие дублирования сайтов друг друга по содержанию и форме. Широкая распространенность данного явления приводит к тому, что спортивные сайты в новой медиасреде рискуют потерять свою репутацию и целевую аудиторию.

6. Рассмотрена необходимость внесения предложений в законодательные нормы по созданию и реализации основ деятельности спортивных журналистов в медиасреде нового Узбекистана. В связи с этим обоснована актуальность специализации спортивных площадок и перспективы подготовки профессиональных кадров.

7. Как показывают результаты исследования, если 20-25% информации на сайтах страны отведены теме спорта, то сей факт способствует большему спросу со стороны аудитории (исследованы топ-сайтов, представленных в рейтинге Национальной поисковой системы www.uz).

8. Выявлено что особенности медиамаркетинга, медиабизнеса и медиаменеджмента в финансовой политике спортивных объектов Узбекистана учитываются весьма поверхностно. Если это не предпринять необходимые действия по улучшению работы в этой сфере быстро и эффективно, есть вероятность, что судьба даже успешно функционирующих сайтов будет поставлена под угрозу.

9. Возникает необходимость в рассмотрении подачи эксклюзивной, онлайн, офлайн, инсайдерской визуализации информации и инфографики, как фактор, способствующий поднятию спортивных сайтов на новый уровень с участием экспертов отрасли. В связи с этим лучшим решением является организация творческой работы в оптимальном формате с учетом опыта современных зарубежных спортивных площадок.

10. Помимо высокой значимости социальных сетей и различных приложений в формировании векторов аудитории спортивных сайтов, несоблюдение этих аспектов интерпретировалось как недостаток отраслевых знаний. Масштаб существующих проблем и решений в тенденциях развития спортивных объектов можно устранить только за счет организации внутренней школы мастерства (на основе системы наставник-ученик) на каждой площадке, повышения квалификации сотрудников, организации их обучения и стажировок.

11. Для удовлетворения потребности в талантливых кадрах в спортивной журналистике необходимо обеспечить подготовку кадров и их специализацию в различных видах спорта. Также необходимо рассмотреть возможность подготовки спортивных журналистов во всех спортивных высших учебных заведениях. Учитывая тот факт, что лишь специалист отрасли может стать хорошим сотрудником, нам кажется, что человек получивший образование в спортивной сфере, также сможет написать более интересный, более экспертный материал.

12. Нам кажется целесообразным более широкое использование современных тенденций, свойственных новым медиа, в частности, технологии дрон-журналистики, управление на основе компьютерных алгоритмов и автоматизированной журналистики.

13. Исходя из тенденций развития спортивных сайтов, необходимо прийти к решению в вопросе внедрения искусственного интеллекта и роботов-журналистов. Необходимо приступить к подготовке спортивных комментариев роботами-журналистами, разработать ее научно-теоретические основы, обеспечить поставку спортивных сообщений на основе нейронной сети, начать организацию спортивных программ с помощью участия искусственного интеллекта.

**SCIENTIFIC DEGREE GRANTING Ph.D.03/30.12.2019.Phil.14.01
SCIENTIFIC COUNCIL ON AWARDING SCIENTIFIC DEGREES AT
UZBEKISTAN UNIVERSITY OF JOURNALISM AND PUBLIC
COMMUNICATIONS**

**UZBEKISTAN UNIVERSITY OF JOURNALISM AND PUBLIC
COMMUNICATIONS**

BOBORAJABOV ERGASH TASHPULATOVICH

SPORTS SITES IN UZBEKISTAN

(ORIGIN, ACTIVITY AND DEVELOPMENT TENDENCIES)

10.00.09 – Journalism (philological sciences)

Doctor of Philosophy (PhD) Dissertation in Philological Sciences

AUTHOR ABSTRACT

Tashkent - 2024

The topic of the Doctor of Philosophy (PhD) dissertation is registered in the Higher Attestation Commission under the Ministry of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan under the number V2018.3.(PhD)/Fil627.

The dissertation was completed at Uzbekistan State World Languages University.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) on the website of the Scientific Council (www.uzjoku.uz) and on the "ZiyoNet" Information and Education Portal (www.ziynet.uz).

Scientific supervisor: Mominov Faizulla Abdullayevich
Doctor of Philological Sciences, Professor

Official opponents:
Mukhtor Khudoykulov
Doctor of Philological Sciences, Professor

Mirzahakim Tokhtamirzayev
Candidate of Philological Sciences, Associate
Professor

Leading organization: National University of Uzbekistan

The defense of the dissertation will be held at the meeting of the Scientific Council numbered Ph.D.03/30.12.2019.fil.14.01 at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, "____" _____ at _____, 2024. (Address: Markaz-5, 88, Tashkent city, Republic of Uzbekistan. Tel.: (+998 71) 2070906, (+998 71) 2070906; e-mail: info@jmcu.uz)

The dissertation can be viewed at the Information Resource Center of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (registered with number ____). Address: Tashkent city, Markaz-5, 88. Phone: (+998 71) 2070906, (+998 71) 2070906.

The abstract of the dissertation was distributed on "____" _____, 2024.
(2024 "____" _____ digital register statement on _____).

F.A. Mominov
Chairman of the Academic Council,
doctor of philology, professor.

A.I. Safarov
Secretary of the Academic Council,
Doctor of Philology, Associate Professor.

N.F. Muratova
Chairman of the Scientific Seminar under
the Academic Council, doctor of
philology, associate professor.

Introduction (Annotation of a Doctoral (PhD) Dissertation on Philosophy)

The Relevance and Necessity of the Dissertation. In the current global context of globalization, the rapid development of information society, and the increasing mediatization of social relations, there is a growing need to enhance the dissemination of information and expand the scope of electronic platforms to influence public opinion on a global scale. Within the realm of the internet, issues arise regarding the position, significance, and adoption of new formats and trends in sports journalism. In this situation, the development of sports journalism, the elevation of its global status, and the establishment of a system for delivering news through interactive methods on sports websites emerge as pressing tasks.

In the process of world global integration, the field of journalism is expanding, evolving, specializing, and adapting to new directions. Specifically, the emergence of sports journalism in new formats such as sports websites and social media platforms indicates the need for specialization in this field. Online sports journalism, which plays a significant role in these platforms, including sports websites, their audience, the group of authors, their role, style, social engagement, visualization, interactivity, and unique content themes, is gaining increasing importance and requires comprehensive exploration.

Sports journalism, which has become the most influential tool in the field of sports policy in our country, has reached a significant stage of development in the 21st century with the endless opportunities provided by sports websites and social media platforms. However, the moderators who engage with the content of this new field, the demanding professionals who carry the burden of the field, and the occasional lack of capability to provide interactive information have emerged as challenges. As emphasized by our President, “Just like all socio-political institutions in our country, Uzbek journalism is also undergoing a process of transformation in the era of digital technologies. Today, the younger generation, creative schools, traditions, concepts, and ideas are being renewed. The internet era imposes its demands and rules. In this complex transition period, we must acknowledge the various challenges and difficulties our national journalism is facing and consider how to overcome them together.” In addressing this issue, the activities of sports journalists gain significant importance. Indeed, sports journalism stands out as the most promising field for development based on the trends and requirements of the time.

The research conducted in this dissertation significantly contributes to fulfilling the tasks specified in the resolutions of the President of the Republic of Uzbekistan, namely the Presidential Decree No. PF-60 dated January 28, 2022, “On the Strategy of the New Uzbekistan for 2022-2026,” the Law of the Republic of Uzbekistan “On Public Information Agencies⁷³,” and the Law of the Republic of Uzbekistan “On Physical Education and Sport⁷⁴.” Furthermore, it aligns with the measures outlined in the Presidential Decree No. PQ-114 dated April 7, 2023, “On Effective Governance in Youth Policy and Sports within the Framework of Administrative Reforms,” the Presidential Decree No. PQ-115 dated April 7, 2023, “On Additional Measures for Comprehensive Development of Public and Professional Football,” and the decree No. PF-150 dated September 11, 2023, “On Uzbekistan 2030” Strategy. It also contributes to the implementation of the tasks defined in the revised Constitution of the Republic of Uzbekistan and the statements made by the country’s leadership during the 72nd session of the UN General Assembly, as well as other relevant legislative and regulatory documents related to the mentioned activities.

The relevance of the research to the advancement of the republic’s education and technology development in priority areas.

The scientific research was conducted within the framework of the priority area of the development of the republic’s education and technology, specifically focusing on “Establishing an Innovative Goals System in Enhancing the Social, Legal, Economic, Cultural, and Intellectual Development of an Informed Society and a Democratic State, and the Ways to Implement Them.”

73 “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни // Янги таҳрирда. Тошкент. 2007 йил.

74 “Жисмоний тарбия ва спорт тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунлари // Янги таҳрирда. Тошкент. 2015 йил.

The level of study of the subject. The renowned scholars and experts in the field of sports journalism in Uzbekistan, such as A. Imomkhodjaev⁷⁵, A. Karimov, Yu. Artikova, A. Hasanov, have conducted research analyzing various issues related to sports journalism⁷⁶. Additionally, the research, books, and articles by N.A. Abduazizova, F.A. Mominov, X. Dostmuhammad, Sh. Qudratkhodja, R. Muhammadiev, S. Umirov, K. Ismoilova, Y. Hamdamov, Y. Mamatova, and others have also presented certain ideas and observations related to the topic of the dissertation⁷⁷.

In the Commonwealth of Independent States, S. Mikhailov, A. G. Mostov⁷⁸, K. Alekseyev, E. Voytik, D. Desyuk, S. Ilchenko, and O. Schmidt⁷⁹ have dedicated their works to the history and development of sports television, radio, and print media. Scholars such as A. Amzin, S. Balmayeva, E. Vartanova, I. Zasurskiy, and M. Lukina⁸⁰ have conducted research on issues related to internet journalism. However, comprehensive and extensive research on the dominance of online sports journalism in the media landscape and its influence and popularity among the audience is still lacking.

In the United States and European countries, scholars such as Charles M. Lambert⁸¹, Ronald A. Smith⁸², and Yunus Al-Karashi, as well as some practicing journalists, have conducted partial research. However, a comprehensive description of the technological advancements and audience trends that have reshaped the structure of sports websites in the present day is still lacking.

In addition to that, in Uzbekistan, the scientific and theoretical foundations of sports journalism, the emergence and historical development of sports websites during the period of independence, the trends and perspectives of reforms in sports journalism have not been sufficiently studied and researched.

The connection of the dissertation topic with the research plans of the higher education institution where the dissertation is being carried out. Dissertation research was carried out in accordance with the research plan of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan within the framework of the practical project “Actual problems of mass media theories, history and perspective”.

The purpose of the research. It is to reveal the scientific-theoretical foundations of sports journalism in the Republic of Uzbekistan, the emergence, operation, historical development of sports sites in the period of independence, the trend and importance of reforms in sports journalism in the conditions of New Uzbekistan.

⁷⁵ Имомхўжаев А. Футбол – кувончим, дардим, фахрим, Т., “Шарк” НМАК, 1996 Имомхўжаев А. Мафтунингман футбол, Т., “Шарк”НМАК, 2004. Имомхўжаев А. Ўзбегимнинг Миржалолли, Т., “Шарк”НМАК, 2006

⁷⁶ Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика), - Т.: ЎзДЖТУ, 2012, Артикова Ю.А. Ўзбекистон радиосида интерактивлик: тамойиллар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари. Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2009.;

⁷⁷ Абдуазизова Н. Мустақил Ўзбекистон журналистикаси тарихи. – Т.: Академия, 2007.; Абдуазизова Н. Миллий журналистика тарихи.– Т.: Шарк, 2008.; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил(Монография).–Т.: Янги аср авлоди, 2007.; Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида.– Т.: Университет, 1998.; Ортикова Ю. “Спорт журналистикаси” Тошкент., МУМТОЗ СЎЗ, 2016., ва бошқ.

⁷⁸ Михайлов С.А., Мостов А.Г., Спортивная журналистика, М.: Аспект-пресс, 2002.

⁷⁹ Алексеев К.А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. – М.: Издательство Юрайт, 2013. Алексеев К.А. Новейшая история отечественной журналистики Учебное пособие / Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 400 с., Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. Томск: Издательский Дом ТГУ, 2013., Десюк Д.В. Языковая специфика спортивного телетекста / Д. В. Десюк // Знание. Понимание. Умение. - 2010. - Вып. 4. - С. 187-190, Ильченко С.Н. Основы журналистской деятельности Учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Ильченко. М. : Издательство Юрайт, 2018. 311 с. (Серия : Бакалавр. Академический курс), Шмидт О.Ю. Проблематика, специфика формирования и развития тверской спортивной журналистики: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук : специальность 10.01.10 / Шмидт Оксана Юрьевна ; [Место защиты: Твер. гос. ун-т]. - Тверь, 2018. -21 с.

⁸⁰ Амзин А.А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / Москва : Издательства АСТ, 2020. – 400 с. С.Болмаева Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика [Текст] : [материалы к обучающим семинарам] / - Екатеринбург: 2010 (Екатеринбург: Типография "Аграф"). - 146, [1] с. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. 2-е изд., испр. Москва : Аспект Пресс, 2021. 424 с., Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ, 1999. 272 с., Засурский И. И., Сергеев М., Семьякин Д. Инфраструктура ноосферы. Современные инструменты регистрации и идентификации в сети интернет произведений в сфере культуры, науки и образования. М., 2016. 294 с., Лукина М.М. (ред.) Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.

⁸¹ <https://infinity.wecabrio.com/B07F9YBM5Q-digital-sports-journalism-english-edition.pdf> 21.02.2023й.

⁸² Ronald A.Smith, Sports and Freedom: The Rize of Big-Time Collage Athletics, New York: Oxford University Press, 1988. 290.

The tasks of the research:

Studying the stages of development of sports journalism in Uzbekistan during the years of independence, scientific analysis of existing problems, and development of scientific and practical recommendations on increasing its effectiveness;

creating methodological developments aimed at organizing the activities of local sports sites based on modern trends;

researching exclusive, online, off-line, insider information visualizations and infographics on sports sites;

study the importance of social networks and various applications in the formation of audience vectors of sports sites and make suggestions and recommendations based on them;

training of sports journalists, development of methodical manuals on the peculiarities and trends of their articles and messages for the press and Internet sites.

As research objects, the active websites Stadion.uz - <https://stadion.uz/uz/> and Championat.asia - <https://championat.asia/uz> were selected.

The subject of the research is the activity of sports sites in the country, the visualization and infographics of exclusive, on-line, off-line, inside information provided on them, their peculiarities, content, as well as the specification of the implementation of the function.

The methods of the research. Comparative-analytical, observational and analytical methods, use of consistency principles, structural and functional analysis, and theoretical and empirical generalization methods were used in the dissertation.

The scientific novelty of the research is as follows:

The necessity to introduce the function of "providing separate instruction on phonetic, lexical-phraseological, morphological, and syntactic methods in expressing the expressive-emotional nature of journalistic speech" into the job responsibilities of the position has been based on addressing the incorrect usage of speech structure and concept in journalistic creativity guidelines.

It has been evidenced that specialized websites play a crucial role in shaping the audience vectors of websites in the process of delivering information to the public, considering the influence characteristics in the process of information dissemination through social networks and applications.

The conceptual development of convergence processes has been proven in the information dissemination system on sports websites by utilizing modern integrative methodological tools such as integration, combination, and distension.

The importance of utilizing automated financial information systems and technologies in creating the financial basis of specialized websites, within the context of globalization conditions, has been demonstrated as one of the most critical aspects of contemporary sports journalism, considering the characteristics of media marketing, media business, and media management.

The practical results of the research are as follows:

In the conditions of Uzbekistan, it is proposed to use the trends used in new media in running sports sites, including drone journalism technologies, management based on computer algorithms, and the use of automated journalism;

it is recommended to prepare for the commenting of sports commentary by robot journalists, develop its scientific and theoretical foundations, ensure the delivery of sports messages to the general public on the basis of neural networks, and start organizing sports programs with the participation of artificial intelligence;

a methodical development was created on the issue of personnel in sports journalism, the articles and messages they prepare for the press and internet sites, and following specific trends in media products.

The reliability of research results is determined by the analysis of theoretical and practical methods of scientific research, factual and statistical data and archival documents on the topic. activities of sports sites in the country, presentations on visualization and infographics of exclusive, online, offline, inside information, collections of scientific-practical and scientific-

methodological conferences at the national and international levels, special and foreign scientific journals listed by the Higher Attestation Commission the implementation of published articles, conclusions, practical proposals and recommendations, the approval of the obtained results by authorized organizations ensured the reliability of the scientific results.

Scientific and practical significance of the research results.

The scientific significance of the research results is manifested in serving as a scientific and theoretical source in addressing deficiencies in the development trends of Uzbek sports websites, structural issues arising from the characteristics of the websites, and rectifying inaccuracies in website mapping.

The practical significance of the research results lies in describing the structural features of Uzbek sports websites, organizing the website policies, training and retraining sports journalists, incorporating the research findings into the teaching process of elective courses and specialized courses, and utilizing them in practical exercises, seminars, workshops, and thematic discussions.

Implementation of research results. Based on the results obtained from the research on the emergence, operation, and development trends of sports websites in Uzbekistan:

The activities of the state institution "SPORT" television channel of the Uzbekistan National Television and Radio Company have been studied through the examination of the incorrect usage of speech structure and concept in journalistic creativity. A detailed analysis of the channel's weekly schedule (December 5-11, 2022) has been conducted, and based on this, the suggestions and recommendations regarding the necessity of introducing the function of "identifying the expressive-emotional nature of journalistic speech" into the job responsibilities of the channel's staff have been utilized in the creative activities of the "SPORT" television channel (Information document No. 01-02-373 dated May 26, 2023, of the "SPORT" television channel of the Uzbekistan National Television and Radio Company). As a result, efforts have been made to enhance the professional skills and competencies of sports journalists by incorporating the function of "providing separate instruction on phonetic, lexical-phraseological, morphological, and syntactic methods in expressing the expressive-emotional nature of journalistic speech" into the job responsibilities, thereby contributing to their specialization and professional growth within the television channel.

Analysis and conclusions were carried out between the specialized website "<https://stadion.uz/uz>" and the importance of social networks and various applications in shaping the audience vectors and influencing characteristics in the process of delivering information to the public. This analysis was conducted in collaboration with the team of the "<https://stadion.uz/uz>" sports website (Information document No. 84 dated May 25, 2023, from the Asia Cable Authority, responsible for the "<https://stadion.uz/uz>" sports website). As a result, based on the recommendations given regarding the significance of social networks and various applications in shaping the audience vectors, the quality of convergent materials for internet resources of the "<https://stadion.uz/uz>" sports website has been improved, and the effectiveness of infographic information delivery methods has been enhanced.

sport saytlaridagi axborot uzatish tizimida integratsion, kombinatsion va distansion kabi zamonaviy integrativ metodologik vositalardan foydalanish borasida berilgan takliflar asosida <https://minsport.uz/oz> sayti faoliyatining muhim tarkibiy qismlari jumladan, auditoriya, ijtimoiy tarmoqlar, davlat va nodavlat sport saytlari va ularning roli, uslubi, mualliflari, vizualizatsiyasi, interaktivligi va bloglarining o'ziga xosliklari tasniflangan (O'zbekiston Respublikasi yoshlar siyosati va sport vazirligining 2023-yil 4-iyuldagi 02-02/15-03/15/6571-sonli ma'lumotnomasi). Natijada <https://minsport.uz/oz> saytining ijtimoiylashuv va konvergensiya jarayonlari tezlashgan, yangi media muhitda ijtimoiy munosabatlar mediyatizatsiyasi shakllangan va axborotni vizual tarqatish bo'yicha ijtimoiy-psixologik faktorlar samaradorligi ortgan;

The suggestions and recommendations provided regarding the utilization of automated financial information systems and technologies in creating the financial basis of specialized websites, within the context of globalization conditions, and the importance of media-marketing, media-business, and media-management characteristics in contemporary sports journalism have

been discussed during the discussions of the Uzbekistan Journalists' Creative Union (Information document No. 02-18/175 dated June 23, 2023, of the Uzbekistan Journalists' Creative Union). As a result, the Uzbekistan Journalists' Creative Union has effectively utilized the recommendations in enhancing the media-marketing, media-business, and media-management characteristics in the creation of the financial basis of specialized websites, through scientific-practical conferences, forums, and seminars-training organized for journalists and media leaders.

Approval of the research results. The results of the research were discussed at 8 scientific and practical conferences, including 2 international and 6 national scientific and practical conferences.

Announcement of Research Results. A total of 12 scientific works have been published on the topic of the dissertation, with the main scientific results of doctoral dissertations recommended for publication by the Higher Attestation Commission under the Ministry of Higher Education, Science, and Innovation of the Republic of Uzbekistan. Among these, 8 articles have been published in scientific publications, including 6 in national journals and 2 in journals with international impact factors.

The structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, nine chapters, a conclusion, a list of references, and appendices. The length of the dissertation is 141 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI

I bo'lim (Chast I; Part I)

1. Boborajabov E.T. O'zbek milliy Internet segmentida sport saytlarining yaratilishi, faoliyati va ommalashishi // O'zMU xabarlar. - Toshkent. – №1/4 / 2023, - B. 227-229 bet. ISSN: 2181-7324 (10.00.00; №15).
2. Boborajabov E.T. Internetda davlat va nodavlat sport saytlari faoliyati (O'zbekiston va Rossiya misolida) // O'zMU xabarlar. - Toshkent. – №1/2 / 2023, - B. 251-253 bet. ISSN: 2181-7324 (10.00.00; №15).
3. Boborajabov E.T. O'zbekistonda sport siyosati va bu borada mustaqillik yillarida amalga oshirilgan ishlar // O'zMU xabarlar. - Toshkent. – №1/3/1 / 2023, - B. 247-249 bet. ISSN: 2181-7324 (10.00.00; №15).
4. Boborajabov E.T. Sport, jurnalistika, internet va sport saytlari evolyutsiyasi // International journal of social science research and review. - Germaniya. – № 5 / 2023, - B. 430-435 bet. (DOI: 10.47814, Impact Factor: SJIF 2023 = 6,23).
5. Boborajabov E.T. Internetdagi sport saytlarida moliyaviy siyosat tamoyillari // International journal of multicultural and multireligious understanding. - Germaniya. – № 5 / 2023, - B. 299-304 bet. ISSN: 2364-5369 (DOI: 10.18415 Impact Factor: SJIF 2023 = 7,56).

II bo'lim (Chast II; Part II)

6. Boborajabov E.T., Hakimov H.I. Bilim va iqtidor g'urur va iftixor uyg'otadi // Sog'lom avlod uchun. - Toshkent. – № 1 / 2013, - B. 2-3 bet. (14.00.00).
7. Boborajabov E.T., Bobojonova D.B. Ta'limning oydin yo'li // Sog'lom avlod uchun. - Toshkent. – № 8 / 2013, - B. 5-8 bet. (14.00.00).
8. Boborajabov E.T., Jo'rayeva N.D. Go'zal tarbiyaning go'zal ijodkorlari // Sog'lom avlod uchun. - Toshkent. – № 9 / 2023, - B. 6-8 bet. (14.00.00).
9. Boborajabov E.T. O'zbekiston media maydonida sport saytlarining rivojlanish tendensiyalari // Kompyuter lingvistikasi: muammolar, yechim va istiqbollar mavzusida III an'anaviy xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. - Toshkent. – TDO'TAU, 2023, - B. 359-363 bet.
10. Boborajabov E.T. O'zbek milliy internet segmentida saytlarning yaratilishi, faoliyati va ommalashishi // Kompyuter lingvistikasi: muammolar, yechim va istiqbollar mavzusida III an'anaviy xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. - Toshkent. – TDO'TAU, 2023, - B. 364-369 bet.
11. Boborajabov E.T. "Sport" teleradiokanalida sport mavzusi yoritilishining nazariy va amaliy asoslari // "Yosh olimlar" Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. - Toshkent. – 2023, - B. 53-63 bet.
12. Boborajabov E.T. Internet saytlarida sport sahifasining yuritilishi // "Yosh olimlar" Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. - Toshkent. – 2023, - B. 104-113 bet.

