DOI: https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-06-06-53 Pages: 500-511

Oriental Journal of Philology

ORIENTAL JOURNAL OF PHILOLOGY

journal homepage:
http://www.supportscience.uz/index.php/ojp/about

FORMATION AND DEVELOPMENT TRENDS OF CITIZEN JOURNALISM IN UZBEKISTAN

Oisha Zakirova
Dean of the Faculty of PR and Management
University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan
PhD, Associate Professor
E-mail: oisha993wc@gmail.com
Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: citizen journalism, digital media space, Telegram, platform centralisation, agenda-setting, gatewatching, verification, media ethics, public oversight, Uzbekistan.

Received: 25.10.26
Accepted: 26.10.26
Published: 27.10.26

Abstract: The article examines the factors, stages and current trends in the formation of citizen journalism in Uzbekistan. The study combines a theoretical review of the concept, an analysis of national legislation on information and the media, and secondary analysis of official statistics and published survey data. The author proposes a four-stage periodisation of citizen journalism in Uzbekistan and argues that its distinctive feature is platform centralisation: news created by citizens circulates mainly through Telegram channels, which gives it speed and reach but also makes it dependent on a single platform. A typology of five models of interaction between citizen and professional journalism is developed: signal, amplification, verification, co-production and competition. The ethical and legal risks of the field are identified, including unverified information, intrusion into privacy and dependence on a single platform. Concrete recommendations are offered on verification practices, a voluntary code of ethics, the response standards of press services and media literacy education.

O‘ZBEKISTONDA FUQAROLIK JURNALISTIKASINING SHAKLLANISHI VA TARAQQIYOT TENDENSIYALARI

Oisha Zakirova
“PR va menejment” fakulteti dekani
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
PhD, dotsent

E-mail: oisha993wc@gmail.com
Toshkent, O‘zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so‘zlar: fuqarolik jurnalistikasi, raqamli mediamakon, Telegram, platformaviy markazlashuv, kun tartibini belgilash, geytvoching, verifikatsiya, media etika, jamoatchilik nazorati, O‘zbekiston.

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining shakllanish omillari, bosqichlari va hozirgi taraqqiyot tendensiyalari o‘rganiladi. Tadqiqot tushunchaning nazariy talqinlarini tahlil qilish, axborot va ommaviy axborot vositalari sohasidagi milliy qonunchilikni o‘rganish hamda rasmiy statistika va e’lon qilingan so‘rov ma’lumotlarini ikkilamchi tahlil qilishga asoslanadi. Muallif O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining to‘rt bosqichli davriylashtirilishini taklif etadi va uning o‘ziga xos belgisi platformaviy markazlashuv ekanini asoslaydi: fuqarolar yaratgan xabarlar asosan Telegram kanallari orqali tarqaladi, bu esa ularga tezkorlik va keng qamrov berish bilan birga, yagona platformaga qaramlikni ham yuzaga keltiradi. Fuqarolik va kasbiy jurnalistika o‘rtasidagi o‘zaro ta’sirning besh modeli – signal, kuchaytirish, verifikatsiya, hamkorlikda yaratish va raqobat – tipologiyasi ishlab chiqilgan. Sohadagi etik va huquqiy xatarlar – tekshirilmagan axborot, shaxsiy hayot daxlsizligiga tajovuz, yagona platformaga bog‘liqlik aniqlangan. Verifikatsiya amaliyoti, ixtiyoriy etika kodeksi, matbuot xizmatlarining munosabat bildirish standartlari va media savodxonlik ta’limi bo‘yicha aniq tavsiyalar berilgan.

СТАНОВЛЕНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Оиша Закирова
декан факультета «PR и менеджмент»
Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана
PhD, доцент
E-mail: oisha993wc@gmail.com
Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: гражданская журналистика, цифровое медиапространство, Telegram, платформенная централизация, формирование повестки дня, гейтвотчинг,

Аннотация: В статье исследуются факторы, этапы и современные тенденции становления гражданской журналистики в Узбекистане. Исследование сочетает теоретический анализ понятия, анализ

верификация, медиаэтика, общественный контроль, Узбекистан.

национального законодательства в сфере информации и СМИ, а также вторичный анализ официальной статистики и опубликованных данных социологических опросов. Автор предлагает четырёхэтапную периодизацию гражданской журналистики в Узбекистане и обосновывает, что её отличительной чертой является платформенная централизация: сообщения, создаваемые гражданами, распространяются преимущественно через Telegram-каналы, что обеспечивает скорость и широкий охват, но одновременно порождает зависимость от одной платформы. Разработана типология пяти моделей взаимодействия гражданской и профессиональной журналистики: сигнал, усиление, верификация, совместное производство и конкуренция. Выявлены этические и правовые риски сферы – непроверенная информация, вторжение в частную жизнь, зависимость от одной платформы. Предложены конкретные рекомендации по практике верификации, добровольному этическому кодексу, стандартам реагирования пресс-служб и обучению медиаграмотности.

Kirish. Raqamli texnologiyalar va ijtimoiy platformalarning keng tarqalishi axborot yaratish va tarqatish tartibini tubdan o‘zgartirdi. Ilgari xabar tahririyatda tayyorlanib, auditoriyaga bir yo‘nalishda yetkazilgan bo‘lsa, bugun smartfoni bor har bir fuqaro voqea joyidan surat, video yoki matnli xabarni bir necha daqiqada minglab odamlarga yetkaza oladi. Natijada an’anaviy ommaviy axborot vositalari (OAV) axborot oqimidagi yagona “darvozabon” maqomini yo‘qotdi, auditoriya esa axborotning passiv iste’molchisidan uning faol ishtirokchisiga aylandi. Ilmiy adabiyotda bu hodisa fuqarolik jurnalistikasi deb ataladi.

O‘zbekistonda bu jarayon o‘ziga xos sharoitda kechmoqda. Bir tomondan, so‘nggi yillarda axborot ochiqligini kengaytirishga qaratilgan qator me’yoriy hujjatlar qabul qilindi. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi PQ–4366-son qarori OAV mustaqilligini ta’minlash va davlat organlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirishni maqsad qilib qo‘ydi [1]. Ikkinchi tomondan, raqamli infratuzilma tez kengaydi: Statistika agentligi ma’lumotlariga ko‘ra, 2025-yilning yanvar–avgust oylarida aholining 94,2 foizi internetdan foydalangan [2]. Mamlakat axborot iste’molida Telegram messenjeri alohida o‘rin egallaydi –

Central Asia Barometer so‘roviga ko‘ra, O‘zbekiston respondentlarining 70 foizi messenjerlar orasida aynan Telegramni afzal ko‘radi [3].

Maqolada fuqarolik jurnalistikasi deganda kasbiy jurnalist bo‘lmagan shaxslarning jamoatchilik ahamiyatiga ega voqea va muammolar haqida faktlarga asoslangan axborotni mustaqil yaratishi va ommaviy tarqatishi tushuniladi. Ushbu ishchi ta’rif uchta mezonni o‘z ichiga oladi: jamoatchilik manfaati (shaxsiy hayot yoki reklama emas, jamiyatga daxldor masala), faktlarga tayanish (fikr yoki his-hayajon emas, kuzatilgan yoki hujjatlashtirilgan dalil) va nokasbiy maqom (muallif tahririyat xodimi emas). Bu mezonlar fuqarolik jurnalistikasini ikki yaqin hodisadan ajratishga yordam beradi. Blogerlik kengroq tushuncha bo‘lib, ko‘ngilochar, reklama va shaxsiy kontentni ham qamrab oladi; foydalanuvchi yaratgan kontent (UGC) esa har qanday materialni anglatadi va uning jamoatchilik ahamiyatiga ega bo‘lishi shart emas. Shunday qilib, bloger fuqarolik jurnalistikasi bilan shug‘ullanishi mumkin, ammo har qanday blogerlik faoliyati fuqarolik jurnalistikasi hisoblanmaydi. Bu farqni aniq belgilash nafaqat nazariy, balki amaliy ahamiyatga ham ega, chunki sohani tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash choralari aynan jamoatchilik ahamiyatiga ega axborotga qaratilishi lozim.

Shu sharoitda fuqarolar mahalliy muammolar, kommunal xizmatlar, yo‘l-transport hodisalari, mansabdorlar faoliyatidagi kamchiliklar haqida birinchi bo‘lib xabar beruvchi manbaga aylanmoqda. Biroq fuqarolik jurnalistikasining tezkorligi va ochiqligi uning zaif tomonlari – tekshirilmagan axborot, etik me’yorlarning buzilishi, shaxsiy hayotga tajovuz – bilan birga keladi. Bu esa hodisani faqat ijobiy yoki faqat salbiy baholash bilan cheklanmasdan, uning ichki mexanizmlarini tahlil qilishni talab etadi.

Maqolaning maqsadi – O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining shakllanish omillari va bosqichlarini aniqlash, uning kasbiy jurnalistika bilan o‘zaro ta’sir modellarini tipologiyalash hamda sohani rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot quyidagi savollarga javob izlaydi: O‘zbekiston fuqarolik jurnalistikasini boshqa mamlakatlar tajribasidan nima ajratib turadi? Fuqarolar va kasbiy tahririyatlar o‘rtasida qanday hamkorlik va raqobat shakllari mavjud? Sohadagi asosiy xatarlarni qanday kamaytirish mumkin?

Adabiyotlar sharhi. Fuqarolik jurnalistikasi nazariyasining asoschilaridan biri D. Gillmor raqamli muhitda axborot “ko‘pchilikdan ko‘pchilikka” tamoyili asosida aylanishini, ilgari auditoriya deb atalgan odamlar endi o‘zlari ham jurnalistik ish bilan shug‘ullanishini ko‘rsatgan [4]. A. Bruns bu jarayonni “geytvoching” (gatewatching) tushunchasi orqali izohlaydi: an’anaviy “darvozabonlik”dan farqli o‘laroq, tarmoq foydalanuvchilari axborotni ishlab chiqarishdan ko‘ra, uni kuzatish, tanlash, sharhlash va qayta tarqatish orqali yangilik oqimini shakllantiradi [5]. Bu tushuncha O‘zbekiston Telegram muhitini tushunish uchun ayniqsa muhim, chunki ko‘plab

mashhur kanallar o‘z xabarini yaratishdan ko‘ra, fuqarolar yuborgan materiallarni saralash va tarqatish bilan shug‘ullanadi.

Y. Benkler tarmoqli axborot iqtisodiyotini tahlil qilib, kommunikatsiya vositalarining arzonlashuvi fuqarolarga jamoatchilik muhokamasida bevosita ishtirok etish imkonini berganini va yirik media tashkilotlarining axborot ustidan nazoratini zaiflashtirganini asoslagan [6]. S. Allan va E. Torsen tahriri ostida chop etilgan jamoaviy monografiyada fuqarolik jurnalistikasi turli mamlakatlar misolida o‘rganilib, uning favqulodda vaziyatlar va inqirozlarda “guvohlik” vazifasini bajarishi, shu bilan birga, faktlarni tekshirish va kasbiy standartlar bilan bog‘liq muammolarga duch kelishi ko‘rsatilgan [7]. M. Uoll mavzu bo‘yicha o‘n yildan ortiq tadqiqotlarni umumlashtirib, fuqarolik jurnalistikasini kasbiy jurnalistikaga qarama-qarshi emas, balki u bilan turli darajada qo‘shilib ketadigan amaliyotlar majmui sifatida ko‘rish lozimligini ta’kidlaydi [8]. Ushbu xulosa maqolada taklif etilgan o‘zaro ta’sir modellari uchun nazariy tayanch bo‘ldi.

Kun tartibini belgilash nazariyasiga ko‘ra, OAV jamoatchilikka nima haqida o‘ylashni emas, balki qaysi masalalarni muhim deb hisoblashni belgilaydi [9]. Raqamli davrda kun tartibini belgilash funksiyasi qisman fuqarolarga ham o‘tdi: fuqaro e’lon qilgan xabar ommaviy rezonans uyg‘otsa, kasbiy tahririyatlar uni o‘z kun tartibiga kiritishga majbur bo‘ladi. A. Ermida ijtimoiy tarmoqlardagi qisqa xabarlar uzluksiz “atrof-muhit jurnalistikasi” (ambient journalism) oqimini hosil qilishini, jurnalistning vazifasi esa bu oqimdan ishonchli axborotni ajratib olish va mazmunini ochishga aylanishini ko‘rsatgan [10].

Fuqarolik jurnalistikasining xatarlari axborot buzilishi (information disorder) tadqiqotlarida tizimli yoritilgan. K. Uordl va H. Derakhshan noto‘g‘ri axborot (misinformation), qasddan yolg‘on axborot (disinformation) va zarar yetkazish maqsadida tarqatilgan haqiqiy axborot (malinformation) o‘rtasidagi farqni asoslagan [11]. YuNESKO tomonidan nashr etilgan qo‘llanmada esa jurnalistlar va tahririyatlar uchun tekshirish usullari hamda axborot buzilishiga qarshi kurash bo‘yicha o‘quv dasturi taklif etilgan [12].

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, fuqarolik jurnalistikasining umumiy nazariyasi yetarli darajada ishlab chiqilgan, biroq O‘zbekistonga oid tadqiqotlarda bu hodisa ko‘pincha blogerlik faoliyati bilan tenglashtiriladi yoki tavsifiy tarzda yoritiladi. Ayniqsa, platformaviy markazlashuvning ta’siri va fuqarolar bilan kasbiy tahririyatlar o‘rtasidagi o‘zaro ta’sirning aniq shakllari ilmiy tahlil predmeti bo‘lmagan. Mazkur maqola ana shu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot nazariy-tahliliy xarakterga ega bo‘lib, uchta metod uyg‘unligiga tayanadi. Birinchidan, fuqarolik jurnalistikasiga oid xorijiy va milliy ilmiy adabiyotlar tizimli tahlil qilinib, maqolaning konseptual apparati – geytvoching, kun tartibini belgilash, axborot buzilishi tushunchalari – aniqlandi. Ikkinchidan, hujjatlar tahlili usulida

O‘zbekiston Respublikasining “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi [13], “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi [14], “Shaxsga doir ma’lumotlar to‘g‘risida”gi [15] qonunlari va PQ–4366-son qarori [1] fuqarolik jurnalistikasining huquqiy maqomini belgilash nuqtai nazaridan o‘rganildi.

Uchinchidan, rasmiy statistika (Statistika agentligi ma’lumotlari) va e’lon qilingan mustaqil so‘rovlar natijalari ikkilamchi tahlil qilindi. Bunda raqamli infratuzilma qamrovi va platformalardan foydalanish ko‘rsatkichlariga oid faqat ochiq va tekshiriladigan manbalardan foydalanildi. O‘zaro ta’sir modellari tipologiyasi esa adabiyotlardagi nazariy yondashuvlarni O‘zbekiston mediamakonidagi ochiq kuzatiladigan amaliyot – Telegram kanallari, nashrlarning sayt va kanallaridagi materiallar, davlat organlari matbuot xizmatlarining munosabatlari – bilan qiyoslash asosida ishlab chiqildi. Tadqiqot doirasida miqdoriy kontent-tahlil o‘tkazilmagan, shu sababli taklif etilgan tipologiya va davriylashtirish muallifning konseptual modeli sifatida taqdim etiladi va keyingi empirik tadqiqotlarda tekshirilishi lozim.

Tahlil va natijalar. *Shakllanish omillari.* Tahlil O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining shakllanishini uchta omil guruhi belgilaganini ko‘rsatdi. Texnologik omil – mobil internetning arzonlashuvi va keng qamrovi: 2025-yilning yanvar–avgust oylarida aholining 94,2 foizi internetdan foydalangan bo‘lsa [2], 2026-yilning yanvar–avgust oylarida bu ko‘rsatkich 10 yoshdan katta aholi orasida 97,3 foizga yetgan [16]. Institutsional omil – axborot ochiqligini kengaytiruvchi me’yoriy hujjatlar va davlat organlari matbuot xizmatlarining jamoatchilik bilan muloqotga majbur bo‘lishi [1]. Ijtimoiy omil – fuqarolarning mahalliy muammolarni hal etishda ommaviy e’tiborni samarali vosita deb bilishi: rezonans uyg‘otgan xabar ko‘pincha rasmiy murojaatdan tezroq natija beradi.

Rivojlanish bosqichlari. O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining rivojlanishini shartli ravishda to‘rt bosqichga bo‘lish taklif etiladi. Birinchi bosqich (2000-yillar – 2016-yil) – boshlang‘ich bosqich: fuqarolarning axborot faolligi asosan forumlar, shaxsiy bloglar va xorijiy ijtimoiy tarmoqlar bilan cheklangan, ijtimoiy-siyosiy mavzular kam yoritilgan. Ikkinchi bosqich (2017–2019-yillar) – ochiqlik bosqichi: Telegram kanallari soni va auditoriyasi keskin o‘sdi, mahalliy muammolar haqida fuqarolar yuborgan xabarlar ommaviy tus oldi, davlat organlari ijtimoiy tarmoqlarda rasmiy sahifalar ochdi. Uchinchi bosqich (2019–2022-yillar) – institutsionallashuv bosqichi: PQ–4366-son qarori [1] bilan matbuot xizmatlari faoliyati tartibga solindi, blogerlar rasmiy tadbirlar va matbuot anjumanlariga jalb etila boshladi. To‘rtinchi bosqich (2023-yildan hozirgacha) – mas’uliyat va tartibga solish bosqichi: kontent hajmi o‘sishi bilan birga, etik me’yorlar, shaxsga doir ma’lumotlarni himoya qilish va tekshirilmagan axborot uchun javobgarlik masalalari birinchi o‘ringa chiqdi.

Mavzu va janr xususiyatlari. Ochiq kuzatiladigan amaliyot O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining mavzu jihatidan asosan maishiy va mahalliy masalalarga yo‘nalganini ko‘rsatadi. Eng ko‘p yoritiladigan mavzular qatoriga elektr energiyasi, gaz va ichimlik suvi ta’minotidagi uzilishlar, yo‘llar va obodonlashtirish ishlarining sifati, ta’lim va sog‘liqni saqlash muassasalaridagi muammolar, daraxtlarning kesilishi va havo ifloslanishi kabi ekologik masalalar, yo‘l-transport hodisalari va favqulodda vaziyatlar kiradi. Bu yo‘nalish tasodifiy emas: aynan shu masalalar fuqaroning kundalik hayotiga bevosita daxldor va ularni smartfon kamerasi bilan hujjatlashtirish oson. Siyosiy tahlil va tergov jurnalistikasi janrlari esa fuqarolik segmentida kamroq uchraydi, chunki ular manbalar bilan uzoq ishlash, hujjatlarga kirish va huquqiy himoyani talab qiladi.

Janr jihatidan O‘zbekiston fuqarolik jurnalistikasida bir necha barqaror shakl ajralib turadi: voqea joyidan olingan qisqa video va fotofaktlar; mansabdor shaxs yoki tashkilotga qaratilgan video-murojaatlar; jonli efir (strim) ko‘rinishidagi reportajlar; fuqarolar yuborgan xabarlarni to‘playdigan va tarqatadigan “xalq xabarlari” tipidagi kanallar; jamoatchilik faollarining muayyan obyektni muntazam kuzatib boradigan monitoring materiallari. Bu shakllarning umumiy xususiyati – qisqalik, vizuallik va hissiy ta’sirchanlik. Ular tez tarqaladi, biroq ko‘pincha voqeaning sababi, ko‘lami va mas’ul shaxslar haqida to‘liq ma’lumot bermaydi. Aynan shu bo‘shliqni to‘ldirish kasbiy jurnalistikaning vazifasi bo‘lib qolmoqda.

Platformaviy markazlashuv. O‘zbekiston fuqarolik jurnalistikasining asosiy o‘ziga xosligi uning platformaviy markazlashuvidir. G‘arb mamlakatlarida fuqarolik jurnalistikasi bloglar, Twitter (X), Facebook, YouTube kabi bir necha platformalar o‘rtasida taqsimlangan bo‘lsa, O‘zbekistonda tezkor xabarlar oqimi asosan Telegram kanallarida to‘plangan [3]. Bu holat ikki tomonlama oqibatlarga ega. Ijobiy tomondan, Telegram fuqaroga tahririyat vositachiligisiz katta auditoriyaga chiqish, anonim yoki ochiq ravishda xabar yuborish, matn, foto va videoni bir joyda tarqatish imkonini beradi. Ayni paytda yagona platformaga tayanish butun axborot ekotizimini platformaning ichki qoidalari, texnik uzilishlar va algoritmik o‘zgarishlarga bog‘liq qilib qo‘yadi: kanal faoliyati to‘xtasa, uning auditoriyasi muqobil manbaga ega bo‘lmay qolishi mumkin. Shu sababli tahririyatlar va faol fuqaro-mualliflar uchun bir necha platformada ishlash hamda o‘z sayt va arxivlarini yuritish muhim ahamiyat kasb etadi. Bundan tashqari, Telegram kanallarida xabar muallifini aniqlash va manbani tekshirish qiyin, bu esa noto‘g‘ri axborotning tez tarqalishiga sharoit yaratadi.

Huquqiy maqom. Hujjatlar tahlili fuqarolik jurnalistikasining huquqiy maqomi oraliq holatda ekanini ko‘rsatdi. “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonun har bir shaxsning axborotni izlash, olish, tekshirish, tarqatish, foydalanish va saqlash huquqini kafolatlaydi [13], ya’ni fuqaroning axborot faoliyati umumiy huquqiy asosga ega. Biroq

“Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi Qonun jurnalistning huquq va majburiyatlarini, avvalo, OAV tahririyati bilan bog‘liq holda belgilaydi [14]. Natijada ro‘yxatdan o‘tmagan Telegram kanali yoki shaxsiy sahifa muallifi kasbiy jurnalistga berilgan ayrim imkoniyatlardan – akkreditatsiya, tahririyat orqali huquqiy himoya – foydalana olmaydi, ammo e’lon qilgan axboroti uchun umumiy tartibda javobgar bo‘ladi. Shaxsga doir ma’lumotlarni qayta ishlash talablari esa [15] barcha axborot tarqatuvchilarga, shu jumladan fuqarolarga ham taalluqlidir. Bu oraliq holat fuqarolarni huquqiy jihatdan himoyasiz qoldirishi bilan birga, ularning jamiyat oldidagi mas’uliyatini ham noaniq qiladi.

Fuqarolik va kasbiy jurnalistika o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir modellari. Tahlil fuqarolar bilan kasbiy tahririyatlar o‘rtasidagi munosabatlarni bir xil “raqobat” yoki “simbioz” deb baholash yetarli emasligini ko‘rsatdi. M. Uollning fuqarolik va kasbiy jurnalistika turli darajada qo‘shiladigan amaliyotlar ekani haqidagi xulosasiga [8] hamda A. Brunsning geytvoching konsepsiyasiga [5] tayanib, besh model ajratildi (1-jadval).

1-jadval. O‘zbekistonda fuqarolik va kasbiy jurnalistika o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir modellari (muallif tipologiyasi)

Model	Mexanizm	Fuqaroning roli	Kasbiy tahririyatning roli	Asosiy xatar
Signal	Fuqaro voqea yoki muammo haqida birinchi xabar beradi	Guvoh, birlamchi manba	Mavzuni kun tartibiga oladi, voqeani o‘rganadi	Tekshirilmagan dastlabki xabarning tarqalib ketishi
Kuchaytirish	Tahririyat fuqaro materialini o‘z platformasida qayta tarqatadi	Kontent muallifi	Auditoriya qamrovini oshiradi, rasmiy javob talab qiladi	Kontekstsiz qayta tarqatish, mualliflik huquqining buzilishi
Verifikatsiya	Tahririyat fuqaro xabarini tekshirib, tasdiqlaydi yoki rad etadi	Ma’lumot beruvchi	Faktlarni tekshiradi, “filtr” vazifasini bajaradi	Tekshiruvning sekinligi, uning natijasi kam tarqalishi
Hamkorlikda yaratish	Fuqaro va jurnalist birgalikda material tayyorlaydi	Hammuallif, joydagi muxbir	Tahrir, huquqiy va etik nazoratni ta’minlaydi	Mas’uliyat chegarasining noaniqligi
Raqobat	Fuqaro kanali tahririyatga muqobil manba sifatida ishlaydi	Mustaqil noshir	Tezkorlikda ortda qolmaslikka intiladi	Tezlik uchun aniqlikdan voz kechish

Tipologiyadan muhim xulosa kelib chiqadi: jamiyat uchun eng katta foyda signal va verifikatsiya modellari birgalikda ishlaganda yuzaga keladi. Fuqaro muammoni tez aniqlaydi, kasbiy tahririyat esa uni tekshirib, ishonchli axborotga aylantiradi. Aksincha, kuchaytirish modeli verifikatsiyasiz qo‘llansa, kasbiy OAV tekshirilmagan axborotning tarqalishiga o‘z obro‘si bilan hissa qo‘shadi. Raqobat modeli esa tahririyatlarni tezkorlik uchun tekshiruv bosqichini qisqartirishga undaydi. Shu sababli sohani rivojlantirish strategiyasi fuqarolik jurnalistikasini cheklashga emas, balki verifikatsiya modelini kuchaytirishga qaratilishi kerak.

Etik va huquqiy ziddiyatlar. Kasbiy jurnalist o‘z faoliyatida tahririyat qoidalari, OAV to‘g‘risidagi qonun [14] va kasb etikasi bilan cheklangan, fuqaro esa ko‘pincha bunday qoidalarni bilmaydi yoki o‘zini ular bilan bog‘liq deb hisoblamaydi. Natijada uch xil ziddiyat yuzaga keladi. Birinchisi – tekshirilmagan axborot: fuqaro voqeaning faqat bir qismini ko‘radi va uni to‘liq manzara sifatida taqdim etadi. Ikkinchisi – shaxsiy hayot daxlsizligi: baxtsiz hodisa qurbonlari, voyaga yetmaganlar yoki shubha ostidagi shaxslarning yuzi va shaxsiy ma’lumotlari ko‘pincha roziliksiz e’lon qilinadi, holbuki shaxsga doir ma’lumotlarni qayta ishlash qonun bilan tartibga solingan [15]. Uchinchisi – mas’uliyat noaniqligi: anonim kanallarda xato yoki tuhmat uchun kim javob berishi aniq emas. K. Uordl va H. Derakhshanning tasnifiga ko‘ra [11], fuqarolik kontentidagi xatolarning aksariyati qasddan yolg‘on emas, balki noto‘g‘ri axborot toifasiga kiradi, ya’ni ular yomon niyatdan ko‘ra ko‘nikma yetishmasligidan kelib chiqadi. Bu esa muammoning yechimi taqiqlovchi choralarda emas, balki ta’lim va o‘z-o‘zini tartibga solishda ekanini ko‘rsatadi.

Muhokama. Olingan natijalar fuqarolik jurnalistikasiga oid ikki keng tarqalgan qarashni aniqlashtirishga imkon beradi. Birinchi qarashga ko‘ra, fuqarolik jurnalistikasi kasbiy jurnalistikani almashtiradi va tahririyatlarga ehtiyojni yo‘qqa chiqaradi. O‘zbekiston tajribasi buni tasdiqlamaydi: fuqarolar birlamchi axborotni tez yetkazsa-da, uni tekshirish, kontekstga joylash va rasmiy javob talab qilish vazifasini asosan kasbiy OAV bajaradi. Bu M. Uollning fuqarolik va kasbiy jurnalistika bir-birini to‘ldiradi degan xulosasiga mos keladi [8]. Ikkinchi qarashga ko‘ra, fuqarolik jurnalistikasi asosan noto‘g‘ri axborot manbaidir. Biroq tahlil xatarlar fuqarolik jurnalistikasining tabiatidan emas, balki verifikatsiya mexanizmlari va etik ko‘nikmalarning yetishmasligidan kelib chiqishini ko‘rsatdi.

Tahlil fuqarolik jurnalistikasining samaradorligi ko‘p jihatdan davlat organlarining munosabatiga bog‘liq ekanini ham ko‘rsatdi. Fuqaro xabari jamoatchilik nazorati vositasiga aylanishi uchun “xabar – rezonans – kasbiy OAV tomonidan tekshirish – davlat organining javobi – natija haqida axborot” halqasi to‘liq ishlashi kerak. Agar halqa davlat organining javobi bosqichida uzilsa, fuqarolarda e’tibor faqat “shov-shuv” orqali qozoniladi degan tasavvur shakllanadi va bu kontentning hissiy, keskin shakllarini rag‘batlantiradi. Agar halqa verifikatsiya

bosqichida uzilsa, davlat organlari tekshirilmagan axborotga munosabat bildirishga majbur bo‘ladi, bu esa ham resurslarning behuda sarflanishiga, ham ishonchning pasayishiga olib keladi. PQ–4366-son qarori matbuot xizmatlariga jamoatchilik bilan muloqot qilish majburiyatini yuklagan bo‘lsa-da [1], ijtimoiy tarmoqlardagi xabarlarga munosabat bildirishning yagona muddat va shakllari hali belgilanmagan. Shu sababli halqaning barcha bo‘g‘inlarini standartlashtirish fuqarolik jurnalistikasini rivojlantirishning muhim sharti hisoblanadi.

Yana bir muhim jihat – media savodxonlik. Fuqarolik jurnalistikasining sifati nafaqat axborot yaratuvchilarga, balki uni qabul qiluvchi auditoriyaga ham bog‘liq. Manbani so‘rash, xabarning sanasi va joyini tekshirish, sarlavha bilan mazmun o‘rtasidagi farqni payqash ko‘nikmasiga ega auditoriya tekshirilmagan axborotni kamroq tarqatadi. YuNESKO qo‘llanmasida taklif etilgan tekshirish usullari [12] faqat jurnalistlar uchun emas, keng jamoatchilik uchun ham moslashtirilishi mumkin. Bu borada jurnalistika yo‘nalishidagi oliy ta’lim muassasalari markaziy o‘rin egallashi kerak: ular kasbiy kadrlar tayyorlash bilan bir qatorda, faol fuqarolar va blogerlar uchun ochiq ta’lim maydoniga aylanishi mumkin.

Platformaviy markazlashuv masalasi alohida muhokamani talab qiladi. Telegram O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasining tez rivojlanishiga imkon bergan bo‘lsa-da, yagona platformaga qaramlik axborot muhitining barqarorligi uchun xatar tug‘diradi [3]. Shu sababli kasbiy tahririyatlar va faol fuqarolar uchun o‘z veb-saytlari, arxivlari va muqobil tarqatish kanallariga ega bo‘lish strategik ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotning cheklovlari ham mavjud: taklif etilgan tipologiya va davriylashtirish ochiq manbalar va nazariy tahlil asosida ishlab chiqilgan, ular har bir modelning ulushini miqdoriy jihatdan aniqlash uchun Telegram kanallari va tahririyat materiallarining tizimli kontent-tahlilini talab etadi. Bu keyingi tadqiqotlarning vazifasidir.

Xulosa. O‘zbekistonda fuqarolik jurnalistikasi texnologik, institutsional va ijtimoiy omillar ta’sirida shakllanib, boshlang‘ich, ochiqlik, institutsionallashuv hamda mas’uliyat va tartibga solish bosqichlarini bosib o‘tdi. Uning asosiy o‘ziga xosligi – platformaviy markazlashuv: axborot oqimi asosan Telegram kanallarida to‘plangan, bu esa tezkorlik va qamrov bilan birga, yagona platformaga qaramlik xatarini yuzaga keltiradi. Fuqarolik va kasbiy jurnalistika o‘rtasidagi munosabatlar signal, kuchaytirish, verifikatsiya, hamkorlikda yaratish va raqobat modellarida namoyon bo‘ladi, ulardan jamiyat uchun eng samaralisi signal va verifikatsiya modellarining uyg‘unligidir.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi tavsiyalar ilgari suriladi. Birinchidan, kasbiy tahririyatlarda fuqarolar yuborgan materiallarni tekshirishning ochiq tartibini joriy etish va tekshiruv natijasini (“tasdiqlandi”, “tasdiqlanmadi”, “tekshirilmoqda”) auditoriyaga aniq ko‘rsatish lozim. Ikkinchidan, O‘zbekiston Jurnalistlar uyushmasi, tahririyatlar, blogerlar va media huquqshunoslar ishtirokida fuqarolik jurnalistikasining ixtiyoriy etika kodeksini ishlab

chiqish maqsadga muvofiq; unda manbani ko‘rsatish, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, voyaga yetmaganlar va jabrlanuvchilar tasvirini e’lon qilish qoidalari, xatoni tuzatish tartibi aks etishi kerak. Uchinchidan, davlat organlari matbuot xizmatlari uchun ijtimoiy tarmoqlarda ommaviy rezonans uyg‘otgan xabarlarga munosabat bildirishning aniq muddat va shakllarini belgilovchi standart ishlab chiqilishi zarur. To‘rtinchidan, oliy ta’lim muassasalarida faktlarni tekshirish, raqamli xavfsizlik va media etikasi bo‘yicha fuqarolar va blogerlar uchun ochiq qisqa muddatli kurslar tashkil etish tavsiya etiladi. Beshinchidan, tahririyatlar va faol fuqarolar uchun bir platformaga qaramlikni kamaytirishga xizmat qiluvchi muqobil tarqatish kanallari va arxivlarni rivojlantirish lozim. Ushbu choralar fuqarolik jurnalistikasini jamoatchilik nazorati va axborot ochiqligining ishonchli vositasiga aylantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta’minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ–4366-son qarori // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/docs/4390513

2. O‘zbekiston aholisining 94,2 foizi internetdan foydalanadi // O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. – 2025. – URL: https://stat.uz/en/press-center/news-of-committee/64213-zbekiston-a-olisining-94-2-foizi-internetdan-fojdalanadi-4

3. Kuandykov T. Which messaging apps are popular in Uzbekistan, Kyrgyzstan, and Kazakhstan? // Central Asia Barometer. – 27.12.2023. – URL: https://ca-barometer.org/en/publications/which-messaging-apps-are-popular-in-uzbekistan-kyrgyzstan-and-kazakhstan

4. Gillmor D. We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People. – Sebastopol, CA: O’Reilly Media, 2004. – 299 p.

5. Bruns A. Gatewatching: Collaborative Online News Production. – New York: Peter Lang, 2005. – 330 p.

6. Benkler Y. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. – New Haven; London: Yale University Press, 2006. – 515 p.

7. Citizen Journalism: Global Perspectives / ed. by S. Allan, E. Thorsen. – New York: Peter Lang, 2009. – 290 p.

8. Wall M. Citizen Journalism: A Retrospective on What We Know, an Agenda for What We Don’t // Digital Journalism. – 2015. – Vol. 3, № 6. – P. 797–813. – DOI: 10.1080/21670811.2014.1002513

9. McCombs M.E., Shaw D.L. The Agenda-Setting Function of Mass Media // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36, № 2. – P. 176–187. – DOI: 10.1086/267990

10. Hermida A. Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism // Journalism Practice. – 2010. – Vol. 4, № 3. – P. 297–308. – DOI: 10.1080/17512781003640703

11. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. – Strasbourg: Council of Europe, 2017. – 109 p. – (Council of Europe Report DGI(2017)09).

12. Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training / ed. by C. Ireton, J. Posetti. – Paris: UNESCO, 2018. – 128 p. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552

13. O‘zbekiston Respublikasining 2002-yil 12-dekabrdagi “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi 439-II-son Qonuni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/docs/-52268

14. O‘zbekiston Respublikasining 2007-yil 15-yanvardagi “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi O‘RQ-78-son Qonuni (yangi tahriri) // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/docs/-1106870

15. O‘zbekiston Respublikasining 2019-yil 2-iyuldagi “Shaxsga doir ma’lumotlar to‘g‘risida”gi O‘RQ-547-son Qonuni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/docs/-4396419

16. O‘zbekistonda 10 yoshdan katta aholining 97,3 foizi internetdan foydalanadi (Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari) // Anhor.uz. – 2026. – URL: https://anhor.uz/uz/news/ozbekistonda-10-yoshdan-katta-aholining-97-3-foizi-internetdan-foydalanadi