

MEDIAMAKONDA SUV TANQISLIGI MASALALARINING YORITILISHI

Malika SABUROVA

O‘zDJTU Xalqaro jurnalistika fakulteti

Xotin-qizlar masalalari bo‘yicha

dekan maslahatchisi, Tyutor

***Annotatsiya.** Suv tanqisligi O‘zbekistonda iqlim o‘zgarishi va suvdan beqaror foydalanish amaliyoti tufayli yanada kuchaygan, qishloq xo‘jaligi, sanoat va maishiy ehtiyojlar uchun suv resurslariga qattiq tayanadigan O‘zbekiston oldida turgan muhim ekologik muammo hisoblanadi. Ommaviy axborot vositalari aholining suv tanqisligi muammolari haqidagi tasavvurlari va munosabatini shakllantirishda, xabardorlikni oshirish, muloqotni rivojlantirish va mamlakatdagi suv tanqisligi muammolarini echimini topishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi.*

***Kalit so‘zlar:** Suv tanqisligi, barqaror suv, ekologik muammolar, mediamakon, OAV, Internet ommaviy axborot vositalari, global, jamoatchilik, dolzarb.*

Mediamakonda suv tanqisligi haqidagi yoritilishlar aholining suvni barqaror boshqarish amaliyotini tushunishi va qo‘llab-quvvatlashini kuchaytirish uchun suv tanqisligi muammolariga echim topishda katta yordam beradi.

Ommaviy axborot vositalarida suv tanqisligi muammolarini yoritish bu dolzarb global muammoni hal qilish bo‘yicha xabardorlikni oshirish va chora ko‘rishda muhim ahamiyatga ega. Yangiliklar, maqolalar, hujjatli filmlar, ijtimoiy media kompaniyalar va boshqa ommaviy axborot vositalari orqali aholi suv tanqisligining sabablari va oqibatlarini, shuningdek, potentsial yechimlar haqida bilib olishlari mumkin.

Ishlab chiqarishning jadal rivojlanishi, insoniyatning tabiatga iste‘molchi sifatidagi munosabati oqibatida ekologik muammolar jahonda, xususan, O‘zbekistonda ham o‘ta dolzarb tus olmoqda. Bugun O‘zbekiston ommaviy axborot vositalarida Orol fojiasi asosiy ekologik muammo sifatida ko‘rsatib kelinsa-da, boshqa ekologik muammolarni yoritish va aholining ekologik ongini shakllantirishdagi roli juda ham katta. Birinchidan, ular ekologiya bilan bog‘liq jarayonlarni aks ettirib, auditoriyaga ekologik muammolar mavjudligini eslatib turadi. Zero, aksariyat odamlar barcha ekologik muammolarni bilmaydi. Ularni u yoki bu ekologik muammo to‘g‘risida OAV va blogerlar xabardor

qilishadi. Aholining qarashlari, voqeaga bahosi, munosabati aynan ommaviy axborot vositalari tomonidan tarqatilayotgan axborot asosida shakllanadi. Ikkinchidan, OAV to'g'ridan-to'g'ri yoki qisman ekologik muammolar, voqea va hodisalarga ijtimoiy munosabatni, aksariyat holatda ularning fuqarolik pozitsiyasini shakllantiradi, harakatga undaydi. Uchinchidan, OAV turli ekologik aksiyalar tashabbuskorlari bo'lishi mumkin. Bunda ular axboriy ko'makchi vazifasini o'tashadi. To'rtinchidan, OAV aholining ekologik ongini shakllantirib, ekologik madaniyat va ekologik tarbiya ko'nikmalarini berishda ham muhim rol' o'ynaydi. Beshinchidan, ekologik jurnalistika jamiyatda ijtimoiy, xususan ekologik nazoratni amalga oshirib, uning monitoringi, ma'muriy organlar faoliyatini baholash, ekologik muammolarni bartaraf etishda qonunchilik hujjatlarini ilgari surish vazifasini ham amalga oshiradi. Ammo yuqorida sanab o'tilgan imkoniyatlarga qaramay, asosan ekologiya va atrof-muhit muhofazasi sohasida OAV o'z zimmasiga yuklatilgan vazifani to'liq bajarmayapti. Buning asosiy sababi jurnalistlarda ekologik bilimning yetishmasligi, ekologik muammolarning naqadar dolzarbligini tushunmaslik, ularga yuzaki qarashdir.

Ommaviy axborot vositalarida suv tanqisligining jamiyatlar, ekotizimlar va iqtisodiyotga ta'sirini yoritish va barqaror suvni boshqarish amaliyotiga bo'lgan ehtiyojni qondirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, u hukumatlar, korxonalar va jismoniy shaxslarni suvdan foydalanishlari uchun javobgarlikka tortishi va ularni yanada mas'uliyatli xatti-harakatlarga undashi ham mumkin.

Global suv inqirozi: Suv tanqisligi butun dunyo bo'ylab millionlab odamlarga ta'sir qiluvchi dolzarb global muammodir. Iqlim o'zgarishi va aholi sonining ortib borayotgan ta'siri bilan toza suvning mavjudligi cheklangan bo'lib bormoqda. Internet-ommaviy axborot vositalari suv tanqisligi muammolarini qanday yoritayotganini tushunish xabardorlikni oshirish va ushbu inqirozni hal qilish uchun harakatni safarbar qilishda juda muhimdir. Internet ommaviy axborot vositalari axborotni keng auditoriyaga tarqatishda muhim rol o'ynaydi. Suv tanqisligi muammolari onlayn tarzda qanday yoritilayotganini tahlil qilib, aholiga yetib kelayotgan ma'lumotlarning to'g'riligi, chuqurligi va samaradorligini baholashimiz mumkin. Bu suvni tejash va barqaror suvni

boshqarish amaliyotiga nisbatan jamoatchilik fikri va munosabatini shakllantirishga yordam beradi.

O'zbekistonda bu mavzu hali tadqiq qilinmagan. Suv muammosi dolzarblashib bormoqda. Ammo suv tanqisligi muammolarining yoritilishi, taxlili, aynan suvni tejash, suvga munosabat borasida axolining ekologik ongini shakllantirishga xizmat qilish zarurati bor. Internet-ommaviy axborot vositalarida suv tanqisligi muammolarini yoritish mahalliy, milliy va xalqaro darajadagi siyosat qarorlari va resurslarni taqsimlashga ta'sir qilishi mumkin. Ushbu tezis qamrovdagi bo'shliqlarni ta'kidlab, ularni hal qilish yo'llarini taklif qilish orqali suv tanqisligi muammolarini hal qilishga qaratilgan axborot siyosatini ishlab chiqish va targ'ibot ishlariga hissa qo'shish.

Bugungi kunda O'zbekistondagi mavjud 1893 ta OAV (2021 yil 12 noyabr holatiga ko'ra) atigi 11 tasi ekologik yo'nalishdadir. 52 tasida ekologik rukn mavjud. Shundan 37 ta ekologik rukn tele-radiokanallarda bo'lib, atrof-muhit muhofazasiga bag'ishlangan ijtimoiy-siyosiy, ta'limiy-ma'rifiy-ommabop ko'rsatuv hamda radioeshittirishlardir. Bunga biz nisbiy ravishda xalqaro ekologik tashkilotlar va messenjerlardagi kanallarni ham qo'shdik. Ular rasmiy OAV maqomiga ega bo'lmasada, ekologiyaga oid ma'lumotlarni samarali tarqatishmoqda. Bugungi kunda OAVning aksariyat auditoriyasi ijtimoiy tarmoqlarga ko'chdi. Telegram messenjeridagi 22 ta ekokanal (10.06.2022 holatiga ko'ra) ham bugungi kunda aholini to'liq ekologik ma'lumotlar bilan ta'minlayapti, deb bo'lmaydi. Chunki ularning umumiy auditoriyasi soni 2022 yil 10 iyun' holatiga ko'ra, 20347 nafar obunachini tashkil etadi, xolos. Bu esa mavjud internet foydalanuvchilarining atigi 9 foizi qamrab olingan deganidir. O'zbekiston aholisining deyarli 4/3 qismini internetda qamrab olgan yangiliklar saytlari hamda O'zbekiston axborot agentligining rasmiy uza.uz saytida ham ekologiyaga bag'ishlangan maxsus rukn yo'q.

Suv tanqisligi muammolarini mediamakonda yoritishi hozirgi zamonning eng muhim ekologik muammolaridan birini hal qilish uchun ham zarurdir. Suv tanqisligi onlaynda qanday tasvirlanganligini o'rganish, aloqa strategiyalarini tahlil qilish va yechimlarni taklif qilish orqali ushbu tadqiqot xabardorlikni oshirish, jamoatchilik

ishtirokini kuchaytirish va barqaror suvni boshqarish amaliyotiga ijobiy o'zgarishlar kiritishga hissa qo'shish.

Ommaviy axborot vositalari suv tanqisligidan jabrlanganlarning ovozi kuchaytirish va suvni tejash bo'yicha muvaffaqiyatli tashabbuslarni namoyish etish orqali jamoaviy harakatni ilhomlantirishi va ushbu muhim masala bo'yicha shoshilinchlik hissini uyg'otishi mumkin. Bundan tashqari, ommaviy axborot vositalarining yoritilishi suv tanqisligi haqidagi afsonalar va noto'g'ri ma'lumotlarni yo'q qilishga yordam beradi, biz duch kelayotgan muammolar va ularni hal qilish uchun qanday choralar ko'rishimiz mumkinligini yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Umuman olganda, ommaviy axborot vositalarining yoritilishi jamoatchilik fikrini shakllantirishda va suv taqchilligi muammolariga munosabatimizni mazmunli o'zgartirishda muhim rol o'ynaydi.

Mediamakonda suv tanqisligi muammolarini yoritish bo'yicha olib borilayotgan tadqiqotning maqsadi ushbu muhim ekologik muammoning onlayn platformalarda qanday tasvirlanishi, muhokama qilinishi va hal etilishini tahlil qilishdan maqsad - xabardorlikni oshirishga hissa qo'shish, jamoatchilikni xabardor qilish va suv tanqisligi muammolariga barqaror yechimlarni targ'ib qilishdir.

Vazifalar:

1. Suv tanqisligi muammolari Internet ommaviy axborot vositalarida, jumladan, yangiliklar maqolalari, ijtimoiy media postlari, bloglar va onlayn forumlarda yoritilishining namunalari va tendentsiyalarini tahlil qilish.

2. Suv tanqisligi bilan bog'liq onlayn kontentda qo'llaniladigan ramkalash va xabar almashish strategiyalarini, shu jumladan sabablar, ta'sirlar va potentsial yechimlarni tasvirlashni ko'rib chiqish.

3. Internet-ommaviy axborot vositalarida mavjud bo'lgan suv tanqisligi muammolari haqidagi ma'lumotlarning to'g'riligi, ishonchliligi va to'liqligini baholash, har qanday noto'g'ri ma'lumot yoki yoritishdagi bo'shliqlarni aniqlash.

4. Ommaviy ishtirokni o'rganish: Suv tanqisligi bo'yicha jamoatchilikning ishtiroki va onlayn kontent bilan o'zaro aloqadorlik darajasini, jumladan, tomoshabinlarning fikr-mulohazalari, munosabati va muammoga munosabatini o'rganish.

5. Internet-ommaviy axborot vositalarida suv tanqisligi muammolarini yoritishni kuchaytirish uchun samarali muloqot strategiyalari bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish, bunda onlayn auditoriyalar o'rtasida xabardorlik, faollik va harakatni oshirish.

6. Mahalliy, milliy va global darajada suv tanqisligini hal qilish uchun asoslangan qarorlar qabul qilish va targ'ibot ishlarini qo'llab-quvvatlash uchun tadqiqot natijalari asosida siyosat bo'yicha tavsiyalar berish.

7. Tadqiqotdan olingan tushunchalar, tahlillar va tavsiyalarni taqdim etish orqali atrof-muhit kommunikatsiyalari, media tadqiqotlari va suvni boshqarish bo'yicha OAVda yoritish.

Ushbu maqsadlarga erishish orqali tadqiqot suv tanqisligi haqidagi jamoatchilik fikri va munosabatini shakllantirishda Internet ommaviy axborot vositalarining rolini yoritish, shuningdek, manfaatdor tomonlar, siyosatchilar va ekologik barqarorlik sohasida ishlaydigan aloqa mutaxassisleri uchun qimmatli tushunchalarni taqdim etishdan iborat.

Atrof-muhit muhofazasi masalalarini yoritishning nazariy metodologik asoslari. Nazariy asoslar tadqiqot dizayni, metodologiyasi, ma'lumotlarni tahlil qilish va topilmalarni sharhlashda rahbarlik qilish va xabardor qilishda muhim ahamiyatga ega.

Taklif etilayotgan yechimlar:

O'zbekistonda suv tanqisligini ommaviy axborot vositalarida yoritishni yaxshilash uchun bir qancha yechimlar taklif etiladi:

1. Suvni boshqarish siyosati va amaliyoti bo'yicha shaffoflik va ma'lumotlardan foydalanish imkoniyatini oshirish.

2. Surishtiruv jurnalistikasini va suv tanqisligi muammolari bo'yicha mustaqil reportajlarni rag'batlantirish.

3. Suvdan barqaror foydalanish amaliyoti bo'yicha aholini xabardor qilish kampaniyalari va ta'lim dasturlarini rag'batlantirish.

4. Suv tanqisligi muammolarini birgalikda hal qilish uchun ommaviy axborot vositalari, davlat idoralari, nodavlat-notijorat tashkilotlari va jamiyat manfaatdor tomonlari o'rtasida muloqot va hamkorlikni rivojlantirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Qosimova N. S. “O'zbekistonda suvdan foydalanish masalalarining ommaviy axborot vositalarida yoritilishi”. (o'quv amaliy qo'llanma) (2018).
2. “O'zbekistonda suv inqirozi haqida xabardorlikni oshirishda ommaviy axborot vositalarining roli” Ismoilov, M. va Karimov, A. (2020).
3. “O'zbekistonda suv tanqisligini yoritish: bosma va onlayn ommaviy axborot vositalarini qiyosiy o'rganish” Aliyev, N. va Xodjaev, D. (2017)
4. “O'zbekistondagi suv inqirozining ommaviy axborot vositalarini shakllantirish: misol misoli” Suleymanov, A. va Toshkent, B. (2016).
5. “O'zbekistonda suv tanqisligini ommaviy axborot vositalarida yoritishni yaxshilash strategiyalari” Nazarov K. va Isakov, M. (2019).

MEDIAMATNLARNING KONVERGENT TAVSIFI

Saodat ShAMAKSUDOVA

O'zJOKU, filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

***Annotatsiya.** Maqolada mediamatnlarning konvergent xarakteristikasi (tavsifi): ko'pqirrali, ijtimoiy-doimiylik tabiati, maxsus til qo'shilmalari, mediamatnning ichki talablari o'rganilgan. Shuningdek, zamonaviy mediamatn yaratish jarayonlari, mediamatnning o'ziga xos xususiyatlari tadqiq etilgan.*

***Kalit so'zlar:** mediamatn, mediadiskurs, konvergent, dialoglashtirish, muallif kategoriyasi, auditoriya, diskurs.*

Mediadiskursda muallif va o'quvchi munosabati diolog shaklida, ya'ni matn yozuvchi va o'quvchi pozitsiyasidan diologik ko'rinishga ega bo'lishi kerak. Lekin muloqot jarayonida muallif nazarda tutgan va tasavvuridagi adresat ishtirok etadi. Kommunikator shu tasavvurlar asosida matnning tuzilishini belgilab oladi. Mediamatn muallif nuqtai nazaridan – media mahsulotning janrlar xilma xilligini faollashtiradi. Iste'molchi tarafidan – mediamatnlarning hamma turlari umumiy jurnalistik matn sifatida qabul qilinadi.

Mediamatnlarning konvergent xarakteristikasi (tavsifi):

- Ko'pqirrali – turli birliklar (nolisoniy, vizual, audit (ovozli), audiovizual)ning birikuvi (kombinatsiyasi).