

ZAMONAVIY JURNALISTIKANING EKOLOGIK XABARLARNI  
YORITISHDAGI KOMMUNIKATIV STRATEGIYALARI

**Abdazova A'loxon Rivojiddin qizi**

Xalqaro Jurnalistika fakulteti, IV bosqich talabasi

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

E-mail: [gg0786320@gmail.com](mailto:gg0786320@gmail.com)

Telefon: +998908170620

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada zamonaviy jurnalistikaning ekologik muammolarni yoritishdagi kommunikativ strategiyalari tahlil qilinadi. Media vositalari ekologik inqiroz, iqlim o'zgarishi, suv tanqisligi va atrof-muhit ifloslanishi kabi global muammolarni ommaga yetkazishda qanday kommunikativ yondashuvlardan foydalanishi ochib beriladi. Tahlil davomida O'zbekiston va xorijiy mamlakatlar media xabarlarida qo'llanilgan strategiyalar, jumladan, faktlarga asoslangan xabar berish, hissiy ta'sir, infografikalar, shaxsiy voqealar orqali uyg'otish, ijtimoiy tarmoqlardagi aks-sado kabi usullar solishtiriladi. Maqola jurnalistlarning ekologik savodxonlik darajasi va ularning axborot berishdagi mas'uliyatiga e'tibor qaratadi. Xulosa sifatida, ekologik xabarlarda samarali kommunikativ yondashuvlar auditoriyani faollashtirish va ekologik ongni shakllantirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilishi ta'kidlanadi.

**Kalit so'zlar:** ekologik jurnalistika, kommunikativ strategiya, media xabari, ijtimoiy ong, axborot sifati, jurnalist mahorati, infodiskurs.

**Kirish.** Bugungi kunda ekologik muammolar insoniyat oldida turgan eng dolzarb va global muammolardan biri hisoblanadi. Iqlim o'zgarishi, atrof-muhitning ifloslanishi, biologik xilma-xillikning kamayishi, suv resurslarining tanqisligi kabi muammolar nafaqat ekologik, balki ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy va madaniy oqibatlarga ham olib kelmoqda. Ushbu murakkab holatlarning mohiyatini keng ommaga yetkazish, ularning ahamiyatini tushuntirish va e'tibor markaziga olib chiqishda ommaviy axborot vositalarining roli beqiyosdir. Ayniqsa, zamonaviy jurnalistikaning kommunikativ strategiyalari orqali ekologik xabarlarning qanday yoritilishi bugungi ilmiy va amaliy muhokamalarning markazida turibdi. Jurnalistikaning ekologik masalalarni yoritishdagi asosiy vazifalaridan biri – aholining ekologik ongini shakllantirish, ijtimoiy mas'uliyatni kuchaytirish va barqaror rivojlanish g'oyalarini keng targ'ib qilishdan iborat<sup>1</sup>. Shu bois, ekologik jurnalistika

<sup>1</sup> Хабибуллаева, М.М. Экологик журналистиканинг асосий вазифалари. – Тошкент: ТДЮУ нашри, 2020. – 132 б.

hozirda ixtisoslashgan va strategik yondashuvni talab qiladigan yo'nalish sifatida shakllanmoqda.

Kompaniya xabarlari, reportajlar, intervyular, analitik maqolalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali ekologik mavzularning keng yoritilishi aholining ekologik muammolarga nisbatan befarqligini kamaytirishga xizmat qilmoqda. Zamonaviy jurnalistika ushbu vazifalarni samarali amalga oshirish uchun turli kommunikativ strategiyalardan foydalanadi. Ular orasida faktlarga asoslangan jurnalistika, shaxsiy hikoya asosidagi ta'sirchan yondashuv, vizual materiallar (infografika, video), ijtimoiy tarmoqlarda "viral" usullar orqali axborot tarqatish va auditoriya bilan interaktiv muloqot o'rnatish kabi usullar alohida o'rin tutadi. Har bir kommunikativ strategiyaning o'ziga xos afzalliklari bo'lib, ularning to'g'ri qo'llanilishi jurnalistikaning axborot berishdagi samaradorligini belgilaydi. Ushbu maqolada O'zbekiston va xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida ekologik xabarlarda qo'llanilayotgan kommunikativ strategiyalar tahlil qilinadi.

Shuningdek, jurnalistlarning ekologik savodxonligi, axborotni tanlash va berishdagi mas'uliyati, manba ishonchliligi va ijtimoiy ta'sir kuchi kabi omillar ham muhokama etiladi. Maqolaning dolzarbligi shundaki, unda nafaqat nazariy yondashuv, balki amaliy misollar asosida jurnalistikaning ekologik xabarlardagi strategik roli yoritiladi. Demak, jurnalistikaning ekologik muammolarni yoritishda qanday kommunikativ vositalar va strategiyalardan foydalanayotgani, ularning samaradorligi va ijtimoiy aks-sadosi tahlil qilinadi<sup>2</sup>. Bu esa ekologik jurnalistika sohasi rivojiga ilmiy yondashuv bilan yondashish imkonini beradi va ekologik muammolar yechimida media vositalarining faolligini kuchaytiradi. Zamonaviy jurnalistikaning ekologik muammolarni yoritishdagi roli tobora ortib bormoqda. Ekologik jurnalistikaning samaradorligi jurnalistning mavzuga bo'lgan yondashuvi, foydalanilgan kommunikativ strategiyalar va auditoriyaga yetkazilgan axborotning sifati bilan belgilanadi<sup>3</sup>. Ayniqsa, global miqyosdagi ekologik inqirozlar sharoitida jurnalistlar ekologik ongini shakllantirish, muammoning sabab va oqibatlarini ochib berish, davlat va jamoatchilik e'tiborini muhim masalalarga qaratishda vositachi sifatida faoliyat yuritishlari zarur.

Bugungi axborot maydonida keng qo'llanilayotgan kommunikativ strategiyalar quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

<sup>2</sup> McCombs, M. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. – UK: Polity Press, 2004. – p. 56–78.

<sup>3</sup> Андреева, Г.М. Социальная психология в медиа-дискурсе. – Москва: Аспект Пресс, 2019. – 214 с.



### Faktlarga asoslangan axborot berish (informativ strategiya)

• Bu strategiya ilmiy dalillar, statistik ma'lumotlar, ekspert fikrlariga asoslanadi. Jurnalist voqeani hissiy bezaklarsiz, obyektiv tarzda yoritadi. Bu yondashuv ekologik muammoning dolzarbligini isbotlashda va rasmiy idoralar e'tiborini jalb etishda foydalidir.

### Emotiv-hissiy yondashuv (emotiv strategiya)

• Bu uslubda muallif auditoriya hissiyotlariga ta'sir o'tkazishga harakat qiladi. Tabiiy ofatlar, jonzotlar hayoti yoki oddiy insonlarning ekologik muammolardan aziyat chekkan voqealari orqali o'quvchining befarqligini yo'qotishga intiladi. Bu uslub ekologik masalaga hamdardlik uyg'otishda samarali hisoblanadi.

### Vizual kommunikatsiya strategiyasi

• Infografika, fotosuratlar, interaktiv xaritalar va videoreportajlar ekologik mavzularni tushunarli, ishonarli va esda qolarli qilishda muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda tarqaladigan materiallar vizual yondashuvning qudratini namoyon etadi.

### Shaxsiy hikoya asosidagi strategiya (narrativ yondashuv)

• Bu uslubda ekologik muammolar oddiy insonlar hayoti orqali ochib beriladi. Misol uchun, suv tanqisligidan aziyat chekayotgan fermer, daraxt kesilishiga qarshi kurashayotgan faollar, plastik ifloslanishdan zarar ko'rgan baliqchilarning hikoyasi orqali o'quvchi muammoni shaxsiy darajada his qilishi mumkin.

### Ijtimoiy tarmoqlardagi kommunikativ strategiyalar

• Bugungi kunda ekologik mavzular ko'pincha TikTok, Instagram, Telegram va YouTube kabi platformalar orqali yoritiladi. Bu yerda qisqa video, "reels", "storis" va "hashtag"lar orqali keng auditoriyaga tezkor va ta'sirchan axborot yetkazish mumkin. Bloggerlar va eko-faollar tomonidan ishlab chiqilgan kontent ham jurnalistik nutqning bir shakliga aylanmoqda.

O'zbekiston jurnalistikasida ham so'nggi yillarda ekologik mavzular kengroq yoritilmoqda. Masalan, *Kun.uz*, *Daryo.uz*, *Gazeta.uz* kabi nufuzli internet nashrlarida suv muammosi, havoning ifloslanishi, chiqindilar muammosi kabi mavzularda tahliliy va ijtimoiy materiallar muntazam chop etilmoqda. Bu xabarlar ko'pincha faktlarga asoslangan, rasmiy izohlar bilan boyitilgan bo'lsa-da, ayrim hollarda hissiy yondashuv va vizual materiallardan foydalanish yetarli emas. Xorijiy tajribada esa bunday usullar juda keng qo'llaniladi – ayniqsa *BBC*, *The Guardian*, *Deutsche Welle* singari media subyektlar ekologik muammolarni turli burchaklardan ko'rsatishga intiladi<sup>4</sup>. Demak, ekologik mavzularni yoritishda strategik yondashuv tanlovi jurnalist mahoratini aks ettiradi.

O'quvchini faollikka undovchi, uni ekologik ongli fuqaro sifatida shakllantiruvchi kommunikativ vositalar – zamonaviy jurnalistikaning eng muhim quroli hisoblanadi. Jurnalistikaning ekologik masalalarni yoritishdagi kommunikativ strategiyalari nafaqat

<sup>4</sup> Boykoff, M.T. Who Speaks for the Climate? Making Sense of Media Reporting on Climate Change. – Cambridge, CUP, 2011. – p. 99–118.

axborot yetkazish, balki ijtimoiy ongni shakllantirish, qaror qabul qiluvchilarga ta'sir o'tkazish, yoshlar orasida ekologik savodxonlikni oshirish kabi ko'p qirrali funksiyalarni bajaradi. Shu bois, jurnalistlar nafaqat matnli xabarlar, balki multimedia formatdagi (video, podkast, interaktiv grafikalar) materiallar orqali auditoriyaga faol ta'sir o'tkazish imkoniyatiga ega. Ayrim holatlarda esa ekologik xabarlar o'quvchida charchoq yoki "ekologik befarqlik" holatini keltirib chiqarishi mumkin<sup>5</sup>. Bu hodisani yengish uchun zamonaviy jurnalistlar "yechimga yo'naltirilgan jurnalistika" (solution journalism) strategiyasidan foydalanmoqdalar.

Ya'ni, muammoni yoritish bilan birga, mavjud yoki potentsial echimlar, innovatsion tashabbuslar, mahalliy va xalqaro amaliyotlar haqida ham ma'lumot berish orqali umid va harakat ruhini mustahkamlashadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ekologik muammolarni faqat salbiy tusda yoritish o'rniga, muammoni yechish yo'llarini ko'rsatgan jurnalistik materiallar ko'proq ijtimoiy aks-sado uyg'otadi va fuqarolik faolligini rag'batlantiradi<sup>6</sup>. O'zbekiston tajribasida bu yondashuv hali yetarlicha keng qo'llanilmayapti, biroq ayrim tashabbuskor jurnalistlar va blogerlar individual darajada ushbu strategiyani tatbiq etmoqda. Xalqaro miqyosda esa ekologik jurnalistlar birlashmalari (masalan, *Society of Environmental Journalists*, *Climate Journalism Network*) doirasida doimiy treninglar, malaka oshirish kurslari tashkil etilib, jurnalistlar zamonaviy kommunikatsiya vositalari bilan ishlash bo'yicha doimiy yangilanmoqda. Bu esa ekologik xabarlarining sifatini oshirishda muhim omil hisoblanadi.

**Xulosa.** Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, ekologik muammolarni ommaga yetkazishda jurnalistikaning kommunikativ strategiyalari hal qiluvchi ahamiyatga ega. Zamonaviy jurnalistlar tomonidan qo'llanilayotgan informativ, emotiv, vizual, narrativ va interaktiv strategiyalar ekologik xabarlarni yanada ta'sirchan, tushunarli va esda qolarli qilishga xizmat qilmoqda. Ayniqsa, yechimga yo'naltirilgan jurnalistika yondashuvi orqali muammoning faqat salbiy jihatlari emas, balki uni hal etish yo'llari ham ochib beriladi. Bu esa ijtimoiy faollikni oshirish, ekologik ongni shakllantirish va mas'uliyatli qaror qabul qilishga undaydi.

O'zbekiston jurnalistik amaliyotida ekologik mavzularni yoritish bo'yicha muayyan yutuqlarga erishilgan bo'lsa-da, kommunikativ strategiyalarni tizimli va innovatsion tarzda tatbiq etish zarur. Xususan, jurnalistlar ekologik savodxonlik darajasini oshirib, xalqaro tajribalardan foydalangan holda, jamiyatda ekologik madaniyatni rivojlantirishga ko'proq hissa qo'shishlari mumkin.

<sup>5</sup> Shoabdurahmonov, A.S. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Universitet, 2018. – 178 b.

<sup>6</sup> Hansen, A. Environment, Media and Communication. – New York: Routledge, 2015. – p. 67–94.

Shu bois, ekologik jurnalistikani yanada takomillashtirish uchun jurnalistlarni muntazam malaka oshirish, yangi media vositalaridan foydalanishni o'rganish hamda ommaviy axborot vositalarining strategik rolini kuchaytirish muhimdir. Faqat axborot emas, balki ilhom, anglash va harakatga chaqiriq ham jurnalistikaning zamonaviy vazifasiga aylanishi kerak.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Boykoff M.T. Who Speaks for the Climate? Making Sense of Media Reporting on Climate Change. – Cambridge: CUP, 2011. – p. 99–118.
2. Hansen A. Environment, Media and Communication. – New York: Routledge, 2015. – p. 67–94.
3. McCombs M. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. – UK: Polity Press, 2004. – p. 56–78.
4. Shoabdurahmonov A.S. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Universitet, 2018. – 178 b.
5. Андреева Г.М. Социальная психология в медиа-дискурсе. – Москва: Аспект Пресс, 2019. – 214 с.
6. Хабибуллаева М.М. Экологик журналистиканинг асосий вазифалари. – Тошкент: ТДЮУ нашри, 2020. – 132 б.