

ЭКОЛОГИК МАВЗУДАГИ ЖУРНАЛИСТИК МАТЕРИАЛЛАР САМАРАДОРЛИГИНИНГ РЕЙТИНГ КЎРСАТКИЧЛАРИ

Наргис Суннат қизи ҚОСИМОВА

Филология фанлари номзоди, доцент

Халқаро журналистика факультети

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети, Тошкент, Ўзбекистон

РЕЙТИНГОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ ПО ТЕМЕ ЭКОЛОГИИ

Наргис Суннат кизи КОСИМОВА

Кандидат филологических наук, доцент

Факультет международной журналистики

Узбекский государственный университет мировых языков, Ташкент, Узбекистан

RATING INDICATORS OF THE EFFECTIVENESS OF JOURNALISTIC MATERIALS ON THE TOPIC OF ECOLOGY

Nargis Sunnat kizi KOSIMOVA

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Faculty of International Journalism

Uzbekistan State World Languages University, Tashkent, Uzbekistan nariye2016@gmail.com

UDC (ЎУК, УДК): 070:94(47)

**For citation (иктибос келтириш учун,
для цитирования):**

Қосимова Н.С. Экологик мавзудаги журналистик материаллар самарадорлигининг рейтинг кўрсаткичлари. //Ўзбекистонда хорижий тиллар. — 2020.— № 4 (33), — Б.205-219.

<https://doi.org/10.36078/1605704475>

Received: August 20, 2020

Accepted: November 09, 2020

Published: November 10, 2020

Copyright © 2020 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Аннотация. Мақолада оммавий ахборот воситаларининг самарадорлиги тушунчаси, Ўзбекистон экологик сиёсатининг оммавий ахборот воситаларида ёритилишининг самарадорлик кўрсаткичлари, ОАВ самарадорлигига аниқ оммавий коммуникация каналларининг таъсири, экологик мавзудаги материаллар рейтингининг ҳолати таҳлил этилади. Муаллифнинг фикрича, журналистикада самарадорлик кўрсаткичларидан бири унинг аудиториясидир. Газета ва журналлар, интернет нашрлари ва ижтимоий тармоқларда чоп этилган материалларнинг самарадорлиги айнан уни ўқиган ва муносабат билдирган обуначиларнинг сони билан ўлчанса, радио, телевидениеда тингловчилар ва томошабинлар аудиторияси билан ўлчанади. Иккинчи ҳолатда журналистик материал радиотингловчи ва телетомошабинга етиб бордими йўқми, билиш бироз қийин. Бу фақатгина қайта алоқа, яъни телетомошабиннинг муносабати орқалигини маълум бўлади.

Шунингдек, муаллиф томонидан Ўзбекистон Республикасининг экологик сиёсатини, ОАВда чоп этилаётган экологик мавзудаги материалларни мунтазам равишда кузатиб бораётган инсонлар ўртасида сўровнома ўтказиб, унда респондентлардан “Ўзбекистондаги қайси экологик муаммолар сизни ташвишга солади?”, “Ўзбекистон экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш давлат қўмитасининг фаолиятини қандай баҳолайсиз?”, “Ўзбекистон Экология партиясининг фаолиятини қандай баҳолайсиз?”, “Ўзбекистон ОАВда экологик мавзунини ёритишда нималарга эътибор берилмайди?”, “Ўзбекистон Республикасида экологик сиёсатини ёритишда ОАВнинг ролини баҳоланг”, “Ўзбекистон Республикаси экологик сиёсатини ёритишда журналистлар маҳорати етарлими? Етарли бўлмаса, камчилиги нималарда кўринади?”, “Экологик муаммолар кўпроқ қайси ОАВда ёритилса, аудиториянинг онгига

таъсир этади?”, “Экологик муаммолар қайси жанрда ёритилса, уларга нисбатан ижтимоий онг шаклланиб, муаммолар ечими топилади?” каби саволларга жавоб олинган.

Калит сўзлари: самарадорлик; рейтинг; кўрсаткич; аудитория; жанр; ОАВ; экология; мавзу; респондент; пиблиметр; виртуалметр; аудиоматчинг.

Аннотация. В статье анализируется понятие эффективности, показатели эффективности освещения в средствах массовой информации экологической политики Узбекистана, влияние аудитории на каналы массовой коммуникации и на эффективность СМИ, а также рейтинг материалов экологической тематики.

По мнению автора, в журналистике одним из показателей эффективности журналистского материала является ее аудитория. Во-первых, эффективность материалов, опубликованных в газетах и журналах, подписчиками интернет СМИ и в социальных сетях, определяется количеством читателей материалов. Во-вторых, намного труднее определить, сколько радиоматериалов прослушали радиослушатели, какие каналы, какие передачи смотрят телезрители. Это можно выяснить только через обратную связь телезрителя с авторами программ передач.

Также автором был проведен опрос среди интернет-пользователей и читателей экологических материалов, публикуемых в СМИ и интернет-изданиях. В статье автор анализирует ответы, полученные на следующие вопросы: «Какие экологические проблемы в Узбекистане волнуют вас?», «Как вы оцениваете деятельность Государственного комитета экологии и защиты окружающей среды?», «Как вы оцениваете деятельность Экологической партии Узбекистана?», «На что не обращается внимание при освещении экологической тематики в СМИ?», «Оцените роль СМИ в освещении экологической политики Узбекистана?», «Достаточно ли на высоком уровне находится профессиональное мастерство журналистов при освещении экологических проблем Узбекистана? Если не хватает мастерства журналистам, в чем проявляется его недостаточность?», «Освещение в каких СМИ экологической тематики больше влияет на сознание аудитории?», «Освещение в каких жанрах экологической тематики способствует формированию общественного сознания и решению проблем?».

Ключевые слова: эффективность; рейтинг; показатель; жанр; аудитория; СМИ; экология; респондент; пиблиметр; виртуалметр; аудиоматчинг.

Abstract. The article analyzes the concept of effectiveness, indicators of the effectiveness of coverage in the media of the environmental policy of Uzbekistan, the influence of the audience on the effectiveness of the mass media, as well as the rating of materials on environmental topics.

According to the author, one of the indicators in journalism is its audience. Firstly, the effectiveness of materials is determined by the number of readers of materials published in newspapers and magazines, subscribers to online media and social networks, television viewers. Secondly, it is much difficult to determine how many radio materials were listened to by radio listeners, which channels, which programs were watched by TV viewers. This can be found out only through the feedback of the viewer with the authors of the program guide.

A survey was conducted among Internet users and readers of environmental materials published in the media and Internet publications. The author challenges the following questions: “What environmental problems in Uzbekistan are you worried about?”, “How do you assess the activities of the State Committee for Ecology and Environmental

Protection?”, “How do you assess the activities of the Ecological Party of Uzbekistan?”, “What problems are ignored when covering environmental issues in the media?”, “How do you assess the role of the media in covering the environmental policy of Uzbekistan?”, “Are there enough professional skills of journalists in covering environmental problems of Uzbekistan? What is the cause of this disadvantage?”, “Which media coverage of environmental topics primarily affects the consciousness of the audience?”, “Which genres of environmental topics contribute to the formation of public consciousness and problem solving?”.

Keywords: efficiency; rating; indicator; genre; audience; media; ecology; respondent; piplemeter; virtual meter; audiomatching.

Кириш. Журналистика бошқа соҳалардан ўзига хослиги билан ажралиб туради, аввало жамоатчилик фикрини маълум бир масала юзасидан шакллантиришга интилади. Зеро, ОАВ аудиториясига ҳар бир ёритилган мавзунинг етиб бораётгани, унинг дунёқараши, онгига таъсир кўрсатаётгани муҳимдир. Бу ўз навбатида жамиятдаги мавжуд иллатларни бартараф этишга, муаммоларнинг олдини олишга, аҳолининг у ёки бу мавзудаги онгини шакллантириб, билимини оширишга хизмат қилади. Айнан шу нарса экологик журналистикага ҳам тегишли. ОАВда эълон қилинаётган экологик мавзудаги материаллар самардорлигинин ошириш учун, аввало, унга тегишли бўлган тушунчаларга аниқлик киритиш зарур.

Самардорлик (ингл. efficiency) – иқтисодий фанларга тегишли тушунчадир. А. Н. Красновнинг фикрича (1), фундаментал категориялардан бири бўлиб, инсоннинг ҳар қандай фаолиятига хос бўлган қонуниятни ўзида акс эттиради. Умуман эса В.Т.Кондратовнинг фикрича, моддий дунёдаги жараёнлар, объектлар, тизимлар ва ҳодисаларни ўрганиш учун хусусиятлар, алоқалар, муносабатларни тадқиқ қилишга қаратилган фаолият кўрсаткичидир (2). Журналистикада самардорлик кўрсаткичларидан бири унинг аудиториясидир. Газета ва журналлар, интернет нашрлари ва ижтимоий тармоқларда чоп этилган материалларнинг самардорлиги айнан уни ўқиган ва муносабат билдирган обуначиларнинг сони билан ўлчанса, радио, телевидениеда тингловчилар ва томошабинлар аудиторияси билан ўлчанади. Иккинчи ҳолатда журналистик материал радиотингловчи ва телетомошабинга етиб бордими йўқми, билиш бироз қийин. Бу фақатгина қайта алоқа, яъни телетомошабиннинг муносабати орқалигини маълум бўлади.

Афсуски, юртимизда XX асрнинг охиригача ОАВ аудиторияси борасида деярли тадқиқотлар олиб борилмаган, уларнинг рейтинг кўрсаткичлари аниқланмаган эди. Фақатгина XXI асрга келиб, ахборот товар сифатида қийматга эга бўлгач, ОАВ аудиториясининг кам ёки кўплиги таҳлил этилиб, берилаётган ахборотни қабул қилиш салоҳияти ўлчана бошланди.

Экологик мавзуда чоп этилган материалларнинг самардорлик кўрсаткичлари нимадан иборат? ОАВ самардорлигига аудиториянинг аниқ оммавий коммуникация каналларини қабул қилиш ёки қила олмаслиги ҳам таъсир кўрсатади. Масалан, экологик масаланинг қайси ОАВдан берилганлиги жуда муҳим. Чунки катта

аудиторияга эга бўлган ОАВда кўпчиликда мазкур масалага нисбатан муносабатни шакллантиришга эришилади.

ОАВ тадқиқотчилари уларда берилётган материаллар самарадорлигини ўрганишда бир қанча миқдорий ва сифат кўрсаткичларини ажратиб кўрсатадилар. Масалан, АҚШнинг Йел университети тадқиқотчиси В. Вайснинг фикрига кўра (3), миқдорий кўрсаткичларга аудиториянинг ҳажми ва унга кирувчи гуруҳлар, материални ўқишга кетган вақт кирса, сифат кўрсаткичларига мавзуни тушуниш, унга қизиқиш, мавзу бўйича қайта алоқанинг мавжудлиги (шарҳлар, фикрлар. — Н.Қ.), ўқувчининг ахборотни қабул қилганидан кейинги ҳиссий ҳолати, жамиятдаги хатти-ҳаракати киради. Мазкур тасниф кўплаб эмперик ва социологик сўровларга асосланган. Бугунги кунда ОАВ самарадорлиги В.Вайснинг амалга оширган таснифига таянган ҳолда аудиториянинг ижтимоий тармоқлардаги фаолияти билан ҳам ўлчанади.

Баҳс-мунозара. Интернет ОАВда берилган экологик мавзуларнинг аудитория томонидан нафақат кўрилган, балки тўлиқ ўқилган ёки ўқилмаганини ҳам бугунги ахборот технологиялари ривожланган даврда билиш қийин эмас. Биринчиси, ўқувчининг жуғрофий жойлашувидир. Иккинчиси эса ботлардан тирик ўқувчиларни фарқлашдир. Янгиликлар сайтлари бугунги кунда RPD технологияни қўллашади. У бир неча сонияда сайтга кирувчилар сонини, улар журналист материални охиригача ўқиган ўқимаганлигини кўрсатади. Ижтимоий тармоқларда бу технология уларнинг ўзига сингдирилган. Бунда асосий муаммолардан бири материаллар рейтингини интернет ва телевидениеда аниқлашда россиялик тадқиқотчи Денис Белослюдовнинг фикрига кўра, “фирибгарлик траффиги бўлиб, аксарият ҳолатда кўпроқ рекламани жалб қилиш мақсадида интернет ОАВ раҳбарияти янги технологиялар ёрдамида материалларнинг кўрилиш сонини кўпайтиришади” (4). Бундай фирибгарликларнинг олдини олиш мақсадида тадқиқотчи компаниялар ҳозирда Total Meter концепцияси ҳақида гапиришмоқда. Мазкур концепция ахборот хавфсизлигини таъминлаган ҳолда, турли хил ўлчовлар – пиплметр (телевидение кўрсатувларини ўлчовчи рақамли қурилма. — Н.Қ.), виртуалметр (интернетда аудиторияни ўлчашга мўлжалланган қурилма. — Н.Қ.)ларни аудиоматчинг (5). тамойилига асосан бирлаштиришдир. Жаҳонда маълумотларни мазкур тамойил ва RPD-ўлчов асосида бирлаштириш амалиёти мавжуд. Россиялик тадқиқотчи Мария Каменскаянинг қайд этишича, бундай бирлашиш ОАВ материалларининг ўқилиши кўрсаткичини аниқ кўрсатиш ва рейтингини аниқлаш имконини беради (6).

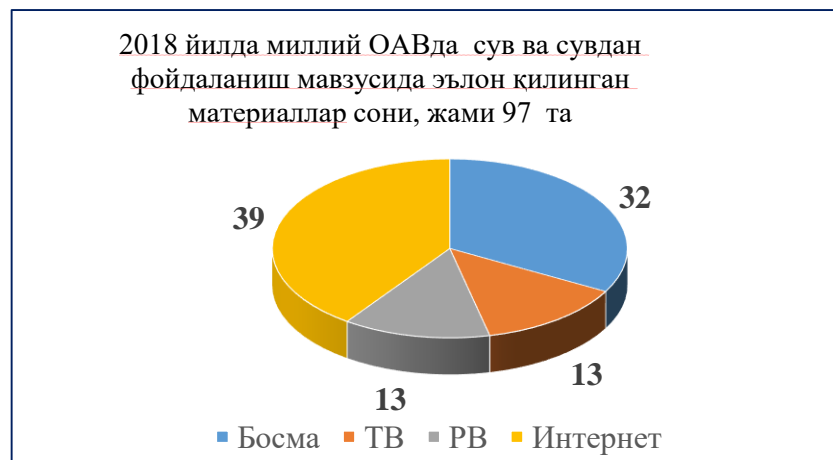
Материаллар ва методлар. Тадқиқотимиз доирасида юртимиз табиати, атроф-муҳит муҳофазасига бефарқ бўлмаган, Ўзбекистон Республикасининг экологик сиёсатини, ОАВда чоп этилаётган экологик мавзудаги материалларни мунтазам равишда кузатиб бораётган инсонлар ўртасида ўтказган сўровномамизда 6 978 нафар респондент қатнашиб, улар “Ўзбекистондаги қайси экологик муаммолар сизни ташвишга солади?”, “Ўзбекистон экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш давлат қўмитасининг фаолиятини қандай баҳолайсиз?”, “Ўзбекистон Экология партиясининг фаолиятини қандай баҳолайсиз?”, “Ўзбекистон ОАВда экологик мавзуни ёритишда нималарга эътибор

берилмайди?”, “Ўзбекистон Республикасида экологик сиёсатини ёритишда ОАВнинг ролини баҳоланг”, “Ўзбекистон Республикаси экологик сиёсатини ёритишда журналистлар маҳорати етарлими? Етарли бўлмаса, камчилиги нималарда кўринади?”, “Экологик муаммолар кўпроқ қайси ОАВда ёритилса, аудиториянинг онгига таъсир этади?”, “Экологик муаммолар қайси жанрда ёритилса, уларга нисбатан ижтимоий онг шаклланиб, муаммолар ечими топилади?” каби саволларга жавоб беришган. Сўровномада қатнашган 6 978 нафар респондентнинг 4653 нафари аёл ва 2325 нафари эркак бўлиб, уларнинг 2 792 нафари 15 ёшдан 30 ёшгача, 3 185 нафари 30 ёшдан 45 ёшгача ва 1001 нафари 45 ёшдан 75 ёшгача бўлган респондентлардир.



Сўровномадаги “Ўзбекистонда қайси экологик муаммолар сизни ташвишга солади?” деган саволга жавоб сифатида респондентларга бир нечта муаммони танлаш имкони берилган бўлиб, шундан “Иқлим ўзгариши муаммоси” — 1761 (35,5%), “Чиқиндиларнинг Ўзбекистонда ортиб, атроф-муҳитнинг ифлосланиши” — 3982 (53,2%), “Ичимлик ва суғориш сувининг етишмаслиги ва сув ҳавзаларининг ифлосланиши” — 4295 (57%), “Дарахтларнинг кесилиши муаммоси” — 3277 (47%), “Биохилма-хилликнинг йўқолиши”, “Қизил китобга киритилган жонивор ва ўсимликларнинг йўқ қилиниши” — 2484 (33,5%), “Чўлланиш муаммоси” — 3972 (54%), “Экологик маданиятнинг етишмаслиги” — 4968 (69,9%) ва “Атмосферанинг ифлосланиши” — 2750 (41,5%) нафар респондентлар жавоб беришган. Юртимизда долзарб масалалардан бири бўлган сув ва ундан фойдаланиш, сув ҳавзаларининг ифлосланиши муаммоси кўриб турганимиздек сўровномада қатнашган 57% респондентларни хавотирга солади. Афсуски, мазкур мавзунини чуқур таҳлил қилган ҳолда ёритаётган журналистлар кам бўлиб, 2018 йилда Журналистларни қайта тайёрлаш маркази Марказий Осиёнинг Минтақавий экологик маркази молиявий кўмагида республикамизнинг 12 та ҳудудида журналист ва блогерлар учун ўтказган “Сув ва сувдан фойдаланиш масалаларининг ОАВда ёритилиши” мавзусидаги семинар-тренинглардан сўнг ушбу мавзуга эътибор биров кучайди. Ўтилган семинар-тренингдан сўнг ОАВда эълон қилинган материаллар сони мониторинг қилинишида 2017 йилда атиги 69 та журналистик

материал эълон қилинган бўлиб, 2018 йилда улар 28 тага кўпайгани маълум бўлди (7):



Ўзбекистоннинг экологик сиёсатини шакллантирувчи асосий ташкилотлар Экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси ва Ўзбекистон Экологик партияси бўлиб, сўровнома қатнашчилари улар фаолиятини 1 (жуда ёмон)дан 5 баллгача (аъло) бўлган шкала асосида баҳолашган:



Жадвалдан кўриниб турибдики, 2019 йил январда ташкил этилган Ўзбекистон Экологик партиясига респондентларнинг ишончи камроқ. Бу аксарият ҳолатда ОАВда партиянинг фаолияти тўлиқ ёритилмаётгани, шунингдек, экологик масалаларни ҳал этишда уларнинг роли кам сезилаётгани билан ҳам белгиланади.

Навбатдаги “Ўзбекистон ОАВда экологик мавзунини ёритишда нималарга эътибор берилмайди?” деган саволга респондентлар қуйидагича жавоб беришган:



Миллий оммавий ахборот воситаларида кўтарилаётган экологик мавзулар аксарият ҳолатда ўқувчи, телетомошабин, радиотингловчи эътиборига тўлақонли ёритилган ҳолда ҳавола қилинмайди. 3698 нафар респондент кўрсатиб ўтган “экологик муаммонинг ечимини кўрсатиш” аслида журналистнинг вазифаси эмас. Журналистнинг вазифаси, аввало, мазкур экологик муаммонинг мавжудлиги ҳақида хабар бериб, унга мутасадди ташкилотлар эътиборини қаратиш, уни ечишга ундашдир. “Муаммонинг долзарблиги” масаласи муҳим аҳамият касб этиб, юқоридаги бобларда қайд этганимиздек, аксарият экологик мавзулар ахборот жанрларида, хусусан хабар ва таҳлилий жанрдан корреспонденция форматада ёритилиб, уларда бўлган воқеа-ҳодиса ҳақида хабар берилади. Муаммонинг ичига тўлиқ кириб борилмайди. Кўплаб респондентларимизни ташвишга солаётган “иқлим ўзгариши”, “чўлланиш”, “атмосфера ҳавосининг ифлосланиши” каби масалалар эса асосан интернетдан олинган фактлар орқали, жаҳонда бўлиб ўтаётган ўзгаришларгина ёритилиб, Ўзбекистондаги аҳвол тилга олинмайди. Бунга “Ҳавонинг ифлосланиши инсон ҳаётига хавф солмоқда” (8), “Сиднейда ҳавонинг ифлосланиши хавфли нуқтадан ўтиб кетди” (9), “Ҳаёт манбаининг XXI аср ҳолати” (10), “Ер сайёрасими ёки Сув сайёраси?”, “Сув қарчалонлари”ни биласизми?” (11), “Чўлланиш – глобал экологик муаммо” (12) ва ҳоказоларни келтириб ўтиш мумкин. 581 нафар респондент қайд этган “экология мавзусидаги материалларда фактларнинг ишончли эмаслиги” ва 754 нафар респондентлар кўрсатиб ўтган “ОАВда ёритилаётган экологик мавзуда мутахассис фикрининг йўқлиги” ҳақли эътироздир. Зеро, “Олимларнинг айтишича...”, “Статистик маълумотларга кўра...”, “Экологларнинг хабар беришича...” каби умумий, текшириб бўлмайдиган фактларнинг келтирилиши ва мутахассис-экологларнинг мазкур муаммо юзасидан фикрининг билдирилмаслиги журналистнинг непрофессионалликдан далолат беради ҳамда бундай журналистик материал аудиториянинг ишончига сазовор бўлмайди. Бундай материалларни кўплаб ёритиш эса, аудиториянинг ОАВга бўлган ишончини сўндиради.

Сўровномада қатнашган респондентлар Ўзбекистон Республикаси экологик сиёсатини ёритишда ОАВнинг ролини баҳолашда 1 дан 5 гача шкалада балл қўйишган. Хусусан, сўровномада қатнашган 6978 нафар респондентдан 2806 нафари журналистлар экологик муаммоларни ўз вақтида ёритмаслигини қайд этишган ва “1” яъни, “жуда ёмон” баҳо қўйишган. Фақат 521 нафар респондентгина ОАВ экологик муаммоларни ўз вақтида кўтариб чиқишини қайд этишган. 2509 нафар респондент оммавий ахборот воситалари экологик муаммоларни бартараф этишга ўз хиссасини деярли қўшмайди, деб ҳисобласа, 1456 нафари аъло



даражада қўшаётганлигини кўрсатишган. 3086 нафар респондент журналист ва блогерлар ўз чиқишлари билан экологик муаммоларга жамоатчилик фикрини қарата олмайди, деб ҳисоблашади. Аммо 472 нафари эса, аксинча, қарата олишига ишонишади. 3759 нафар респондент “Оммавий ахборот воситалари мавжуд муаммоларни юзаки ёритади” деб ҳисобласа, яхши ёритишини 941 ва аъло даражада ёритишини 428 нафар респондент қайд этган. 1078 нафар респондент Ўзбекистон экологик сиёсатини ёритишда ОАВнинг роли йўқ, деб ҳисобласа, ОАВ ролини “қониқарли” деб 2186, “яхши” деб 1085, ва “аъло даражада” деб 619 нафар респондент ҳисоблайди. Мазкур диаграмма Ўзбекистон экологик сиёсатини ёритишда ОАВнинг ролини баҳолаш орқали, аксарият респондентлар ОАВга ишончи йўқолиб бораётганлигини кўрсатади.

Сўровномада берилган “Ўзбекистон Республикаси экологик сиёсатини ёритишда журналистлар маҳорати етарлими? Етарли бўлмаса, камчилиги нималарда кўринади?” саволларига 77% респондентлар “етарли” деб жавоб беришган. Аммо қолган 23%и “етарли эмас” деб ҳисоблайди ва фикрларини асослаб беришга ҳаракат қилишади. Мазкур фикрлардан бир нечтасини келтириб ўтаемиз:

“Етарли эмас. Чунки экологик муаммолар кўп, аммо ОАВда улар етарлича ёритилмайди. Кўп ўқиганларим бир хил. Турлича ёндошув йўқ. Шу билан бирга табиатга меҳр уйғотадиган материаллар ҳам кам. Табиатнинг зарурлигини англатадиган, инсон фаолиятининг зарарини кўрсатадиган материаллар кам”.

“Бугунги кунда экология мавзусини ёритишда журналистларимизда етарлича маҳорат йўқдек, назаримда. Сабаби

жамоатчилик экологик муаммоларни доимо куйланадиган куйдек қабул қилади. Экология мавзусидаги журналистик материаллар бир хил қолипга тушиб қолган. Менимча, мавзуга чуқурроқ кирилса, омманинг эътиборини муаммога қаратиш мумкин”.

“Муаммони ёритиши учун журналист, аввало, экология учун қайғуриши керак. Чунки одам ўзида йўқ нарсани бошқаларга етказа олмайди. Айни пайтда ОАВ вакиларида экология борасида билим ва тажриба етарли эмас”.

“Афсуски, ҳозир аксарият журналистлар муаммо мавжуд жойга бориб, битта мутахассисдан интервью олади ва пресс-релизга қараб, матн ёзади. Қарабсизки, материал тайёр. Яъни аксарият журналистлар ишимни қилдим бўлди, деб ҳисоблашади. Аммо атроф-муҳит зарарланса, уларнинг ўзи ҳам зарарланишини ўйлаб кўришмайди. Агарда журналистлар, ўзига қиёс қилиб, экологик муаммо оқибатларини ўйлаб репортаж тайёрласа, аҳвол анча яхшиланган бўларди. Экологик материаллар одамларнинг онгига таъсир кўрсатарди”.

“Ёритиш, фикрларини ифодалаш маҳорати яхши, лекин жамоатчиликда мавзунинг долзарблигини жиддий қабул қилиш ҳолати яхши эмас”.

“Тўлақонли эмас. Журналистларнинг Ўзбекистонда мавжуд экологик муммоларга янада эътиборлироқ бўлишларини, ушбу муаммоларнинг ечилишига янада жонкуярлик билан ёндашишларини хоҳлар эдим”.

“Бизнинг журналистлар фақат фактлар билан чегараланмоқда. Қуруқ гап билан ҳозир одамларни таъсирлантириб бўлмайди. Ундан кўра муаммо ва унинг ечими ҳақида мутахассисларни баҳсга чорласин. Худди шундай ҳолатлардан бошқа давлатлар қандай чиқиб кетган – тажрибасини кўрсатсин”.

“Экологик соҳага қизиқувчи журналистлар деярли йўқ, балки университетларда шу йўналиш бўйича алоҳида факультет очиш керакдир...”

“Менимча журналистларни экология муаммолари унчалик қизиқтирмайди. Улар кўпроқ шоу-бизнесни ёритишни маъқул кўришади. Агар экологик муаммоларни жиддий ёндашиб, ёритиб борилса, аҳолининг экология ҳақида тушунчаси ортади ва экологик маданияти ошади”.

“Назаримда экологик сиёсатни ёритишда журналистларнинг маҳорати етарли эмас. Сабаби, журналистикада ихтисослашув (айниқса, экология мавзусини ёритишда) жуда секинлик билан боряпти. Айниқса, вилоятларда, жонли ўқув-семинарлари етишмаяпти”.

“Ўзбекистоннинг экологик сиёсатини ёритишда журналистларнинг меҳнати таҳсинга сазовор. Аммо улар ўта санокли. Улар ҳам муаммоларни аксарият ҳолатда интернет орқалигина ёритишади. Телевидениега келсак, муаммоли, долзарб экологик масалалар деярли берилмайди. Фақатгина чиқинди ёки дарахт кесилиши борасидаги бир-иккита ток шоу ёки лавҳани кўришимиз мумкин. Жониворларнинг ўлдирилиши, биохилма-хилликнинг йўқолиши, атмосфера ҳавосининг ифлосланиши, чўлланиш масалалари кўтарилмайди. Нега? Чунки ТВда ҳануз цензура бор. Улар фақатгина Президент назари тушган муаммо (Орол денгизи қуришининг оқибатларини бартараф этиш)ни

ёритишади, холос. Бугунги Экологик вазият кескинлашган даврда журналистларни зудлик билан соҳага ўқитиш, кўпроқ ТВда экологик мавзудаги ижтимоий роликларни туну-кун айлантириш, муаммоларни кўтариш, ҳар бир телеканалда, айниқса хусусийларда экоқўрсатувлар ташкил этиш, цензурани йўқотиш керак!”

“Экологик муаммолар асосан русийзабон журналистлар томонидан ёритилади (Наталья Шулепина, Никита Макаренко), расмий ОАВ фақат Президент эътиборидаги экологик муаммолар (яъни Орол денгизи)ни ёритиши мумкин. Ўзбек журналистлари орасида эса экологик муаммоларни фақат бир киши (Наргис Қосимова) ёритиб боради. Экологик сиёсатга келсак, тайинли экологик сиёсатнинг ўзи йўқ. Экологик кўмита блоги ҳам нопрофессионал юритилади. Миллат орасида экологик муаммоларни келиб чиқиш сабаби, оқибати, ечими бўйича тушунча ҳосил қиладиган материаллар жуда кам. Масалан, биргина дарахтларнинг кесилиши муаммоси бўйича оладиган бўлсак, дарахтларнинг аҳамияти, дарахтни кесишда расмий рухсат олиш тартиби ва ноқонуний кесилса жарима миқдори, табиатга етказилган зарар қай тарзда ҳисобланиши ҳақида, балиқ, бошқа жониворларни овлаш тартиби ҳақида ҳам аҳолида тушунча мавжуд эмас”.

“Журналистларнинг экологик мавзуни ёритишда маҳорати етарли, аммо ёндашув эскича, бир қолипда. Ўзбекистоннинг экологик сиёсатини ёритиш юзасидан айрим бюрократик тўсиқлар ва цензура мавжуд. Аксарият ҳолатда таҳлилга имкон беришмайди. Буни биргина Сардоба сув омборининг ўпириши мисолида ҳам кўриш мумкин. Ҳануз бирорта таҳлилий мақола ёки кўрсатув тайёрланмади”.

“Етарли эмас. 1. Компетенция даражаси паст. 2. Масъул идора ва ташкилотлар фаолияти шаффоф эмас. 3. Мавзуни ёритишда журналистнинг ёндашуви кўзга ташланмайди”.

Булар сўровномада келтирилган минглаб фикрларнинг айримлари, холос. Биз бевосита қўйилган саволга тўлиқ жавоб берилганларини танлаб олишга ҳаракат қилдик. Улардан кўриниб турибдики, республика ОАВ экологик муаммоларни етарли даражада ёритмаяпти. Бунга аксарият ҳолатда журналистларнинг маҳорати, билими, соҳага ихтисослашуви етишмаслиги сабаб қилиб кўрсатилади.

Ўзбекистон Республикаси экологик сиёсатини ёритаётган ОАВ материаллари самарадорлигини ўлчашда рейтинг кўрсаткичлар ҳам муҳим аҳамият касб этади. Рейтинг (ингл. *rating*) – маълум бир объект ёки ҳодисанинг муҳимлигини кўрсатиб берувчи миқдор ёхуд тартиб кўрсаткичидир (13). ОАВ ҳолатида рейтинг қуйидагича аниқланади:

— интернет ОАВда сайтга кираётганлар сони; материал ўқувчилари сони;

— матбуотда: газета ёхуд журналнинг обуначилари сони;

— телевидение ва радиода теле ва радиодастурларнинг томошабин ва радиотингловчилар ўртасида оммабоплиги:

— блоглар ва ижтимоий тармоқлардаги канал, саҳифалар обуначилари сонининг кўплиги.

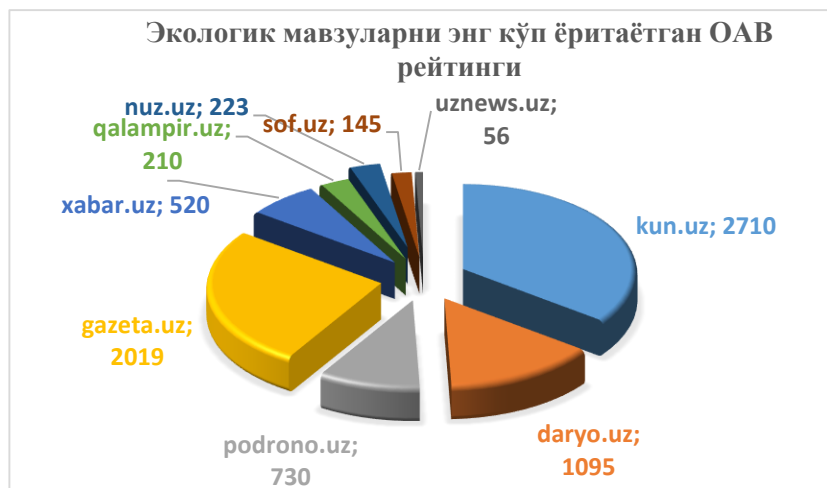
Хорижда ОАВ рейтинги GRP (Gross Rating Point), яъни ОАВнинг мамлакат аҳолисини қамраб олиши билан ҳисобланади. Шунингдек, TRP (Target Rating Point) тушунчаси ҳам мавжуд бўлиб,

бу ОАВнинг ўз мақсадли аудиториясини қамраб олиш кўрсаткичидир (14). Масалан, Ўзбекистонда 34 млн. нафар аҳоли истиқомат қилади. Шундан интернет фойдаланувчилар 22 млн.ни ташкил этади (2020 йил январь ҳолатига)(15), daryo.uz янгиликлар сайтининг 9 705 610 нафар обуначиси бор (2020 йил март ойи ҳолатига)(16). Унда чоп этилган “Ўзбекистонда дарахтларни кесиш тўловлар асосида амалга оширилади” сарлавҳали хабарни (18.01.2019 йили) 196 19 нафар одам ўқиган (17). Демак, мазкур хабарнинг рейтинги:

$34\ 000\ 000 - 22\ 000\ 000 : 19619 \times 100\% = 33,8\%$ дир. Бу ерда 100 сони сайтнинг умумий аудиторияси сонини англатади. Аммо Ўзбекистон ОАВда чоп этилаётган материалларнинг рейтингини аниқлаш билан шуғулланадиган ташкилотлар йўқ. Фақатгина бундан бир неча йил олдин ташкил этилган “Kantar Media Uzbekistan” номи ташкилот давлат ва нодавлат телеканалларининг рейтинг кўрсаткичларини аниқлаш билан шуғулланиб келади. Аммо айрим соҳа мутахассислари ушбу ташкилот эълон қилиб борадиган рейтинг кўрсаткичларини тўла ишончли, деб ҳисоблашмайди. Бунга сабаб қилиб ушбу ташкилот томонидан республика бўйлаб мингга яқин хонадонга махсус қурилмалар ўрнатилгани ва рейтинг ана шу хонадонларда қайси телеканаллар томоша қилинишига қараб чиқарилиши кўрсатилади. “Бу хонадонлар қандай асосда танланган, хонадон эгаларининг ижтимоий келиб чиқиши, доимий иш жойига эга ёки эга эмаслиги, куннинг қайси вақтларида уйда бўлиши, фарзандлар сони каби жиҳатлар ҳисобга олинганми?” каби саволлар кун тартибига чиқади.

Ўзбекистон миллий телерадиокомпаниясида “Телерадиодастурларни мониторинг ва таҳлил қилиш бўлими” фаолият юритиб, унинг асосий вазифасига телекўрсатувлар рейтингини аниқлаш киради. Лекин бу нарса амалга оширилмайди. Бўлим ходимлари кўрсатувларда кетган хато ва камчиликларни аниқлаш билан шуғулланишади. Миллий ОАВда экологик мавзуда эълон қилинаётган материалларнинг рейтинги ҳам умуман олиб борилмайди. Фақатгина Экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси ва Ўзбекистон экологик партияси томонидан йиллик ҳисобот учунгина ОАВда эълон қилинган материаллар мониторинг қилинади ва ҳисоботда уларнинг сонигина эълон қилинади.

Илмий тадқиқотимиз доирасида юқоридаги жавдал натижаларидан келиб чиққан ҳолда биз мустақил равишда экологик мавзуларни ёритаётган интернет ОАВ рейтингини аниқлашга ҳаракат қилдик. Эслатиб ўтамиз, унда 6978 нафар респондент қатнашди. Натижалар қуйидагича намоён бўлди:



Диаграммадан кўришиб турибдики, респондентларнинг фикрича, атроф-муҳит муҳофазасини ёритишга ихтисослашмаган, аммо экологик масалаларни кенг ёритиш бўйича оммавий ахборот воситалари ичида kun.uz ахборот-таҳлилий портали етакчилик қилмоқда. Энг кам ёритгани uznews.uz бўлиб, янгиликлар сайти асосан табиат муҳофазасига бағишланган тадбир бўлсагина уни ёритиб келмоқда.

“Экологик муаммолар кўпроқ қайси ОАВда ёритилса аудиториянинг онгига таъсир этади?”. Мазкур саволга респондентлар 1 дан 5 гача бўлган баҳони қўйишлари лозим эди. Сўровномада катнашган респондентларнинг фикрича, ижтимоий тармоқларда берилган постлар аҳолининг экологик онгини шакллантиришда кўпроқ роль ўйнайди — 4967 нафар овоз, кейинги ўринни интернет ОАВ эгаллаб, у 4901 нафар овоз тўплаган, учинчи ўринда телевидение — 3861 овоз, радио — 1096 овоз ва матбуот — 963 овоз тўплаган.

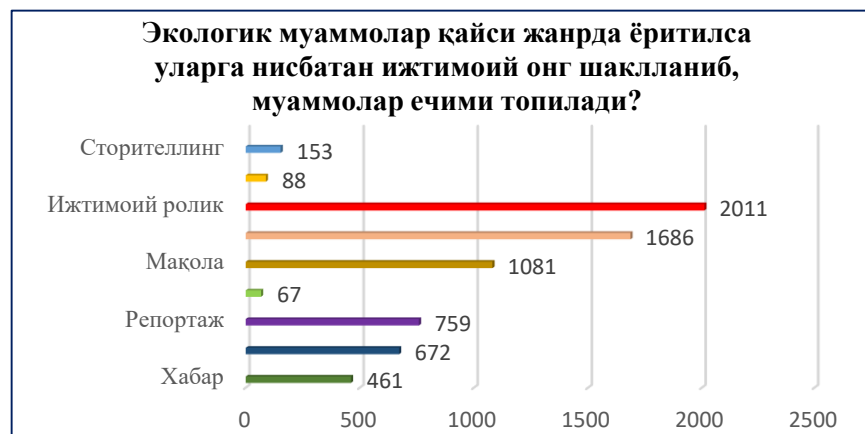


Сўровномада берилган ва тадқиқотимиз учун муҳим бўлган саволлардан яна бири “Экологик муаммолар қайси жанрда ёритилса, уларга нисбатан ижтимоий онг шаклланиб, муаммолар ечими

топилади?” эди. 6978 нафар сўровнома қатнашчиларидан 2011 нафари энг самарли жанр сифатида ижтимоий роликни танлашган. Жамиятда экологик онгни шакллантиришда яна муҳим жанрлардан бири — бу журналист суриштирувидир (1686). Учинчи ўринни мақола (1081), тўртинчи ўринни эса репортаж (759) эгаллаган.

Юқорида келтирилган жадваллар албатта нисбий, чунки экология масалаларини ёритаётган оммавий ахборот воситаларининг аудитоияси анча кенг. Ушбу жадвалларда келтирилган маълумотлар эса фақатгина сўровномани тўлдирган респондентлар сонидан келиб чиққан.

Оммавий ахборот воситалари самарадорлиги биринчи галда ОАВ ўзининг ижтимоий функцияларини қай даражада амалга оширилиши билан ўлчанади. Шунингдек, ОАВ самарадорлигининг асосий кўрсаткичларидан бири аудитория томонидан берилган маълумотларни эса сақлаб қолишдир. Француз тадқиқотчиси, А. Моль таъкидлаганидек, “бизни ишонтирадиган нарсани эса қолади. Бундай ахборот онг остимизга ўрнашиб, бизнинг бир қисмимизга айланади” (14). Бунга мисол сифатида телеянгилликларнинг сюжетлари, интернет ОАВ ва ижтимоий тармоқларда катта шов-шувга сабаб бўлган фактларни келтириш мумкин. Масалан, “Тошкент ҳокими Жаҳонгир Ортиқхўжаевнинг пойтахтда ноқонуний дарахт кесувчиларни тутиб олди”(17) сарлавҳали мақолада келтирилган маълумотлар мисол бўла олади.



Унда айтилишича, “25 июн кечқурун Тошкент шаҳар ҳокими Алишер Навоий шоҳ кўчасидан ўтар экан, “Туркистон” санъат саройининг олди томонида дарахтлар кесилаётганига гувоҳ бўлади. Дарахт кесувчилардан рухсатнома сўралганда, улар куйидги ҳужжатни тақдим этишган: “Ягона ойна” давлат хизматлари марказидан 61 минг сўм эвазига диаметри 70–80 сантиметр бўлган 20 та дарахтни кесиш учун олинган рухсатнома. Воқеа жойига тезлик билан Юнусобод туман ҳокимлиги, Тошкент шаҳар экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш бошқармаси, ИИБ ва прокуратура мутасаддилари чақирилиб суриштирув ўтказилади. Натижада туман ҳокими ушбу дарахтларни кесишга рухсат бермагани маълум бўлади”. Мазкур янгилликда шахсан шаҳар ҳокимининг табиат муҳофазасига бел боғлаганлиги ОАВ ўқувчилари ва ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари томонидан кўплаб фикрларнинг билдирилишга сабаб бўлди. Ёки мазкур мавзу билан боғлиқ Тошкент шаҳрининг Яккасарой туманида тадбиркор бир кунда 81 та

дарахтни кесиб ташлаганлиги деярли барча ижтимоий тармоқлар ва ОАВда ёритилди (16). Daryo.uz эълон қилган мазкур хабарни 28956 нафар ўқувчи ўқиган (31.07.2020 йил ҳолатига). Энг эса қоларли факт эса, “81 туп дарахт кесиб ташлангани сабабли Яккасарой туман ҳокими ўринбосари ва Building And Supplies таъсисчисига қарши жиноят иши қўзғатилди. Айбдорлардан қарийб 2 млрд сўмлик зарар ундирилди. ИИБ бошлиғи ва туман прокурори хайфсан олди. Дарахтлар кесилган жойда 150 туп дарахт экилиб, болалар майдончаси ва сайр ҳудуди барпо этилди” (17). Мазкур хабар эса 32.563 нафар ўқувчининг эътиборига тушган (31.07.2020 йил ҳолатига). Бундай фактлар албатта ўқувчининг ёдида қолади ва узок вақт муҳокамага сабаб бўлади.

Хулоса. Параграфга хулоса қилар эканмиз, қайд этиш жоизки, тадқиқотимиз объекти бўлган Ўзбекистон экологик сиёсатининг оммавий ахборот воситаларида ёритилишининг самарадорлик кўрсаткичлари юқори эмас. Чунки мавзу диссертацияда тадқиқ этилган оммавий ахборот воситаларида тизимсиз ва аҳён-аҳёнда ёритилади. ОАВ таҳририятларида бевосита экологик мавзудаги материаллар рейтинги ўлчанмайди. Аксарият таҳририят бош муҳаррирлари мазкур йўналишни устувор ва зарур деб билишмайди. Аудитория қизиқишини аниқлаш учун сўровлар ўтказилмайди. Мавзунинг аудиторияга қизиқлиги, экологик масалалар бевосита инсон ҳаёти билан боғлиқ бўлиб, уни ёритиш аҳолида экологик онгни шакллантириб, кўпгина экологик муаммоларнинг олдини олиш ва бартараф этишга хизмат қилишини тушуниб етганларича йўқ.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Краснов А. Н. Эффективность как фундаментальная экономическая категория // Экономика региона. — 2007. — № 18. — С. 20–22
2. Кондратов В. Т. Основы (мини-)теории метрологической эффективности // Законодательная и прикладная метрология. 2010. Т. 106. — № 3. — С. 11–25.
3. Weiss W. Effects of mass media // Handbook of social psychology / G. Lindzey, E. Aronson. Reading, Mass., 1968. Vol. 5.
4. Как телеканалы считают онлайн аудиторию? <https://telesputnik.ru/materials/video-v-internete/article/kak-telekanaly-schitayut-onlayn-auditoriyu/>
5. <https://telesputnik.ru/materials/video-v-internete/article/kak-telekanaly-schitayut-onlayn-auditoriyu/>
6. Ўқувчининг ОАВ сайтига киришини аудиосигнал ёрдамида аниқлаш (Н.Қ.) <https://kun.uz/35671571> 09.06.2016
7. В Сиднее загрязнение воздуха достигло критических отметок// Правда Востока, 09.12.2019
8. <https://kun.uz/35625475?q=%2F35625475> 16.05.2016
9. <http://uza.uz/oz/society/er-sayyerasimi-yeki-suv-sayyerasi-suv-karchalonlari-ni-bilas-25-03-2018>
10. Аббосов С. Чўлланиш-глобал экологик муаммо// Ўзбекистон овози, 23.12.2019
11. Рейтинги: понятие и виды. Роль рейтингов и их использование. <https://studfile.net/preview/2839480/page:3/>

12. <https://Api.uz>.
13. <https://daryo.uz/k/2019/01/18/ozbekistonda-daraxtlarni-kesish-tolovlar-asosida-amalga-oshiriladi/>
14. Моль Абраам. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 316 б.
15. <https://sputniknews-uz.com/society/20190626/11869346/Toshkent-okimi-noonuniy-darakht-kesuvchilarni-tutib-oldi.htm>
16. Тошкентда тadbirkor 81 та дарaxтни кесиб ташлади. <https://daryo.uz/k/2020/02/22/toshkentda-tadbirkor-81-ta-daraxtni-kesib-tashladi/>
17. 81 туп дарaxтни кесганлар қарийб 2 млрд сўм жарима тўлади. <https://www.gazeta.uz/uz/2020/02/23/new-garden/>

REFERENCES

1. Krasnov A. N., *Ekonomika regiona*, 2007, No 18, pp. 20-22.
2. Kondratov V. T., *Zakonodatel'naya i prikladnaya metrologiya*, 2010, No 3, pp. 11-25.
3. Weiss W., Effects of mass media, *Handbook of social psychology*, 1968, vol. 5.
4. *Kak telekanaly schitayut onlain auditoriyu?* (How do TV channels count their online audience?), available at: <https://telesputnik.ru/materials/video-v-internete/article/kak-telekanaly-schitayut-onlayn-auditoriyu/>
5. <https://telesputnik.ru/materials/video-v-internete/article/kak-telekanaly-schitayut-onlayn-auditoriyu/>
6. *Uquvchining OAV saitiga kirishini audiosignal erdamida aniqlash (N.K.)* (To determine the reader'S access to the media site using audiosignal), available at: https://kun.uz/35671571_09.06.2016.
7. *V Sidnee zagryaznenie vozdukha dostiglo kriticheskikh otmetok. Pravda Vostoka* (In Sydney, air pollution has reached critical levels), 09.12.2019
8. https://kun.uz/35625475?q=%2F35625475_16.05.2016
9. <http://uza.uz/oz/society/er-sayyerasimi-yeki-suv-sayyerasi-suv-karchalonlari-ni-bilas-25-03-2018>
10. Abbosov S., *Uzbekiston ovozi*, 23.12.2019
11. *Reitingi: ponyatie i vidy. Rol' reitingov i ikh ispol'zovanie* (Ratings: concept and types. Role of ratings and their use), available at: <https://studfile.net/preview/2839480/page:3/>
12. <https://Api.uz>.
13. <https://daryo.uz/k/2019/01/18/ozbekistonda-daraxtlarni-kesish-tolovlar-asosida-amalga-oshiriladi/>
14. Mol' Abraam. *Sotsiodinamika kul'tury* (Sociodynamics of culture), Moscow: LKI Publishing house, 2008, 316 p.
15. <https://sputniknews-uz.com/society/20190626/11869346/Toshkent-okimi-noonuniy-darakht-kesuvchilarni-tutib-oldi.htm>
16. *Toshkentda tadbirkor 81 ta daraxtni kesib tashladi* (In Tashkent, the entrepreneur cut down 81 trees), available at: <https://daryo.uz/k/2020/02/22/toshkentda-tadbirkor-81-ta-daraxtni-kesib-tashladi/>
17. *81 tup daraxtni kesganlar qariib 2 mlrd sum zharima tuladi* (Persons who cut 81 trees were fined 2 billion soums), available at: <https://www.gazeta.uz/uz/2020/02/23/new-garden/>