AGROSANOAT MAJMUASIDAGI EKSPORT SALOHIYATI VA OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGI MASALALARINING MEDIADAGI DISKURSIV TAHLILI

DISCOURSE ANALYSIS OF EXPORT POTENTIAL AND FOOD SECURITY ISSUES OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX IN THE MEDIA

Muallif: Saidov Muxammad-Ali Xakimovich [1]
Affiliyatsiya: Toshkent davlat agrar universiteti professori, iqtisodiyot fanlari doktori [1]
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23529602

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada agrosanoat majmuasidagi eksport salohiyati va oziq-ovqat xavfsizligi masalalarining ommaviy axborot vositalaridagi diskursiv talqini tadqiq etiladi. Kritik diskurs tahlili, freyming nazariyasi va xavfsizlikka aylantirish (sekyuritizatsiya) konsepsiyasi asosida o'zbek media makonida shakllangan ikki makrodiskurs – "eksport muvaffaqiyati" va "ichki bozor ta'minoti" diskurslarining leksik, metaforik va subyekt tarkibi tahlil qilinadi. 2025-yilda meva-sabzavot eksportining 36,9 foizga oshib, 2,1 mlrd AQSh dollariga yetgani hamda go'sht importining keskin o'sishi fonida ushbu diskurslar o'rtasidagi ziddiyat ko'rib chiqiladi. FAO tomonidan belgilangan oziq-ovqat xavfsizligining to'rt asosiy ustuni – mavjudlik, iqtisodiy imkoniyat, iste'mol sifati va barqarorlik nuqtayi nazaridan media yoritilishidagi bo'shliqlar aniqlanadi. "Oziq-ovqat xavfsizligi to'g'risida"gi Qonunda belgilangan eksport va import muvozanati tamoyilini media diskursida aks ettirish metodikasi va diskursiv muvozanat koeffitsiyenti taklif etiladi.

Kalit so'zlar: oziq-ovqat xavfsizligi, eksport salohiyati, agrosanoat majmuasi, media diskursi, kritik diskurs tahlili, freyming, sekyuritizatsiya, kontseptual metafora, iqtisodiy jurnalistika

ABSTRACT

This article examines the discursive interpretation of the export potential of the agro-industrial complex and food security issues in the mass media. Drawing on critical discourse analysis, framing theory and the concept of securitization, it analyzes the lexical, metaphorical and actor composition of two macro-discourses formed in the Uzbek media space: the "export success" discourse and the "domestic market supply" discourse. The tension between these discourses is examined against the background of a 36.9% increase in fruit and vegetable exports to USD 2.1 billion in 2025 and a sharp rise in meat imports. Gaps in media coverage are identified from the perspective of the four pillars of food security defined by FAO: availability, access, utilization and stability. A methodology for reflecting in media discourse the principle of balance between exports and imports enshrined in the Law "On Food Security", together with a discursive balance coefficient, is proposed.

Keywords: food security, export potential, agro-industrial complex, media discourse, critical discourse analysis, framing, securitization, conceptual metaphor, economic journalism

Agrosanoat majmuasi O‘zbekiston iqtisodiyotining strategik tarmoqlaridan biri bo‘lib, u bir vaqtning o‘zida ikki muhim vazifani bajaradi: aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash va valyuta tushumi keltiruvchi eksport manbai bo‘lish. Ushbu vazifalar uzoq muddatli istiqbolda bir-birini to‘ldiradi, biroq qisqa muddatda ular o‘rtasida ziddiyat yuzaga kelishi mumkin: tashqi bozordagi yuqori narxlar ishlab chiqaruvchini mahsulotni eksportga yo‘naltirishga undaydi, bu esa ichki bozorda taklifning kamayishi va narxlarning oshishiga olib kelishi ehtimoli bor. Jamoatchilik ushbu murakkab bog‘liqlikni asosan ommaviy axborot vositalari orqali idrok etadi.

So‘nggi yillarda bu masala huquqiy jihatdan ham alohida e'tiborga olindi. 2025-yil 3-fevralda qabul qilingan “Oziq-ovqat xavfsizligi to‘g‘risida”gi O‘RQ-1023-son Qonun aholini ijtimoiy ahamiyatga ega asosiy oziq-ovqat mahsulotlari bilan to‘liq va uzluksiz ta'minlashni oziq-ovqat xavfsizligining mazmuni sifatida belgiladi. Qonunga ko‘ra, davlat bunday mahsulotlarning ichki ishlab chiqarishini aholining yillik ehtiyojining kamida 80 foizi darajasida ta'minlashi, shuningdek oziq-ovqat mahsulotlari eksporti va importi o‘rtasida oqilona muvozanatni saqlashi lozim [1]. Shu bilan birga, Qishloq xo‘jaligini rivojlantirishning 2020–2030-yillarga mo‘ljallangan strategiyasi [2] va “O‘zbekiston – 2030” strategiyasiga [3] muvofiq eksportni rivojlantirish ham davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi bo‘lib qolmoqda: 2025-yilda meva-sabzavot mahsulotlari eksporti 2,2 mln tonnaga, qiymat jihatidan esa 2,1 mlrd AQSh dollariga yetib, oldingi yilga nisbatan 36,9 foizga oshgan [15].

Ayni paytda ayrim oziq-ovqat mahsulotlari bo‘yicha importga bog‘liqlik ortib bormoqda. 2025-yilning yanvar–noyabr oylarida go‘sht va go‘sht mahsulotlari importi 761 mln dollarni tashkil etib, o‘tgan yilning shu davriga nisbatan 68 foizga oshgan [16]. Bunday sharoitda media diskursi eksport yutuqlari va ichki bozor ta'minoti masalalarini qanday talqin qilishi, ular o‘rtasidagi bog‘liqlikni auditoriyaga qay darajada tushuntirishi jamoatchilik fikri va agrar siyosatga bo‘lgan ishonch uchun muhim ahamiyatga ega. Shu sababli ushbu masalalarning media diskursini ilmiy jihatdan tahlil qilish dolzarb vazifa hisoblanadi.

Tadqiqotning nazariy asosini bir necha yondashuvlar tashkil etadi. Oziq-ovqat xavfsizligining zamonaviy ta'rifi 1996-yilgi Butunjahon oziq-ovqat sammitida qabul qilingan bo‘lib, unga ko‘ra oziq-ovqat xavfsizligi barcha insonlar har doim faol va sog‘lom hayot uchun yetarli, xavfsiz va to‘yimli oziq-ovqatga jismoniy va iqtisodiy jihatdan ega bo‘lganda ta'minlanadi. FAO ushbu ta'rif asosida oziq-ovqat xavfsizligining to‘rt ustunini – mavjudlik, iqtisodiy imkoniyat, iste'mol sifati va barqarorlikni ajratadi [7]. BMTning Barqaror rivojlanish maqsadlari tizimida ham ochlikka barham berish va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash ikkinchi maqsad sifatida belgilangan [6]. A. Sen ochlik va oziq-ovqat tanqisligi ko‘pincha mahsulotning umumiy yetishmasligidan emas, balki aholining ayrim guruhlari uni sotib olish imkoniyatini yo‘qotishidan kelib chiqishini asoslagan [8]. Ushbu xulosa media diskursi uchun muhim: oziq-ovqat xavfsizligini faqat ishlab chiqarish hajmi orqali talqin qilish masalaning mohiyatini to‘liq ochib bermaydi.

Diskursiv tahlil uchun N. Ferkloning kritik diskurs tahlili konsepsiyasi asos boʻlib xizmat qiladi. Unga koʻra, diskurs ijtimoiy amaliyotning bir qismi boʻlib, u voqelikni nafaqat aks ettiradi, balki uni shakllantiradi [9]. R. Entmanning freyming nazariyasi esa media materiali muammoni qanday ta'riflashi, uning sababini kimga yuklashi, qanday axloqiy baho berishi va qanday yechim taklif etishini tahlil qilish imkonini beradi [10]. T. van Deyk yangilik matnlarining sxematik tuzilishini oʻrganib, sarlavha va lid qismida berilgan axborot butun materialning talqinini belgilashini koʻrsatgan [14]. U. Gemson va A. Modilyani ijtimoiy muammolar media diskursida "talqin paketlari" – markaziy freym, metaforalar, iboralar va obrazlar majmui orqali ifodalanishini koʻrsatgan [11].

B. Buzan, O. Vever va Ya. de Vild tomonidan ishlab chiqilgan sekyuritizatsiya nazariyasiga koʻra, muayyan masala nutqiy akt orqali "mavjudlikka tahdid" sifatida taqdim etilganda u oddiy siyosiy muhokamadan favqulodda choralar sohasiga oʻtadi [12]. Oziq-ovqat masalasi media diskursida "xavfsizlik" atamasi bilan ifodalanganda u aynan shu mexanizm orqali eksportni cheklash yoki narxlarni ma'muriy tartibga solish kabi choralarni oqlovchi asosga aylanishi mumkin. Dj. Lakoff va M. Jonsonning kontseptual metafora nazariyasi esa iqtisodiy jarayonlarning qaysi obrazlar orqali idrok etilishini aniqlashga yordam beradi [13].

Ushbu nazariy yondashuvlar asosida oʻzbek media makonida agrosanoat masalalari boʻyicha shakllangan ikki makrodiskursning tarkibiy xususiyatlari tasniflandi (1-jadval).

1-jadval

Agrosanoat masalalari boʻyicha media makrodiskurslarining tarkibiy tavsifi

Tahlil parametri	"Eksport muvaffaqiyati" diskursi	"Ichki bozor ta'minoti" diskursi
Markaziy freym	Iqtisodiy oʻsish va xalqaro raqobatbardoshlik	Aholi farovonligi va narxlar barqarorligi
Tipik leksik birliklar	"rekord", "eksport geografiyasi", "yangi bozorlar", "valyuta tushumi"	"narx oshishi", "dasturxon", "taqchillik", "import"
Kontseptual metaforalar	Bozor – zabt etiladigan hudud ("bozorlarni egallash"); eksport – musobaqa	Narx – harakatlanuvchi obyekt ("narx sakradi", "osmonga chiqdi"); oziq-ovqat – oila dasturxoni
Asosiy subyektlar (soʻzlovchilar)	Vazirliklar, eksportyorlar, xorijiy hamkorlar	Iste'molchilar, bozor sotuvchilari, ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari
Asosiy janrlar va manbalar	Rasmiy axborot, statistik sharh, forum xabarlari	Bozor reportaji, ijtimoiy tarmoqlardagi postlar, fikr maqolalari
Sekyuritizatsiya darajasi	Past	Yuqori (narx oshishi "xavf" sifatida talqin qilinadi)

Jadvaldan koʻrinadiki, ikki makrodiskurs bir-biridan nafaqat mavzusi, balki subyekt tarkibi va janrlari jihatidan ham ajralib turadi. "Eksport muvaffaqiyati" diskursi

asosan rasmiy manbalarga tayanib, statistik koʻrsatkichlar orqali shakllanadi va unda yutuq leksikasi ustunlik qiladi. “Ichki bozor ta'minoti” diskursi esa kundalik tajribaga, bozor narxlariga va iste'molchilar fikriga asoslanadi. Bu diskurslar koʻpincha turli media janrlarida, turli auditoriyalar uchun parallel ravishda mavjud boʻlib, bir-biri bilan kam kesishadi. Natijada auditoriya bir tomondan eksportning rekord darajada oʻsgani, ikkinchi tomondan esa ayrim mahsulotlar narxining oshgani haqidagi xabarlarni bir-biri bilan bogʻlamasdan qabul qiladi.

Lingvokulturologik jihatdan “dasturxon” obrazi alohida e'tiborga loyiq. Oʻzbek madaniyatida dasturxon faqat ovqatlanish joyi emas, balki oila farovonligi, mehmondoʻstlik va toʻkinlikning ramzi hisoblanadi. Shu sababli “dasturxon”ga ta'sir koʻrsatuvchi har qanday iqtisodiy oʻzgarish media diskursida kuchli emotsional rezonans uygʻotadi va masalaning sekyuritizatsiyalashuviga xizmat qiladi. “Eksport” diskursidagi “bozorlarni egallash” kabi harbiy metaforalar esa iqtisodiy faoliyatni milliy gʻalaba sifatida talqin qilib, eksportning ichki bozorga ta'sirini soyada qoldiradi.

Oziq-ovqat xavfsizligining media yoritilishini FAOning toʻrt ustuni nuqtayi nazaridan baholash diskursdagi boʻshliqlarni aniqlash imkonini beradi (2-jadval).

2-jadval

Oziq-ovqat xavfsizligi ustunlarining media diskursida aks etishi

Ustun	Mazmuni	Media diskursidagi tipik talqin	Aniqlangan boʻshliq
Mavjudlik	Ishlab chiqarish, import va zaxiralar hisobiga yetarli taklif	Hosil hajmi, ishlab chiqarish va eksport statistikasi	Eksport va ichki iste'mol balansi kam tahlil qilinadi
Iqtisodiy imkoniyat	Aholining oziq-ovqatni sotib olish qobiliyati	Bozor narxlari haqidagi xabarlar	Daromadlar bilan bogʻliq tahlil va zaif guruhlar holati kam yoritiladi
Iste'mol sifati	Ovqatlanishning toʻyimliligi va xavfsizligi	Sifatsiz mahsulot haqidagi alohida holatlar	Ovqatlanish tarkibi va iste'mol me'yorlari deyarli yoritilmaydi
Barqarorlik	Ta'minotning vaqt boʻyicha uzluksizligi	Mavsumiy narx oʻzgarishlari, inqiroz paytidagi xabarlar	Iqlim xatarlari va importga bogʻliqlik tizimli tahlil qilinmaydi

Jadval ma'lumotlari media diskursida oziq-ovqat xavfsizligi koʻproq birinchi ustun – mavjudlik nuqtayi nazaridan, ya'ni ishlab chiqarish va eksport hajmlari orqali talqin qilinishini koʻrsatadi. Sen ta'kidlagan iqtisodiy imkoniyat masalasi esa faqat narxlar haqidagi alohida xabarlar orqali, daromadlar va ijtimoiy himoya bilan bogʻlanmagan holda yoritiladi. “Oziq-ovqat xavfsizligi toʻgʻrisida”gi Qonunda belgilangan oziq-ovqat xavfsizligi ma'lumotlar bazasi va xatarlarni prognoz qilish tizimi [1] kelgusida ushbu boʻshliqlarni toʻldirish uchun jurnalistlarga muhim ma'lumot manbai boʻlishi mumkin. OAVning bunday ma'lumotlarga kirish huquqi

esa ommaviy axborot vositalari [4] va davlat organlari faoliyatining ochiqligi [5] to‘g‘risidagi qonunchilik bilan kafolatlangan.

Media diskursidagi ikki makrodiskurs o‘rtasidagi muvozanatni miqdoriy baholash uchun diskursiv muvozanat koeffitsiyenti taklif etiladi:

$$B = (N_e - N_i) / (N_e + N_i) \qquad (1)$$

bu yerda B – diskursiv muvozanat koeffitsiyenti; N_e – tanlangan davrda agrosanoat masalalariga bag‘ishlangan materiallar orasida “eksport muvaffaqiyati” freymi ustun bo‘lgan materiallar soni; N_i – “ichki bozor ta'minoti” freymi ustun bo‘lgan materiallar soni. Koeffitsiyent –1 dan +1 gacha oraliqda bo‘ladi: +1 ga yaqin qiymat diskursda eksport talqini, –1 ga yaqin qiymat esa ichki bozor talqini ustunligini ko‘rsatadi. Biroq bizningcha, sifatli media diskursi uchun koeffitsiyentning nolga yaqinligidan ko‘ra ikkala freymni bir materialda bog‘lab tahlil qiluvchi “integrativ” materiallar ulushi muhimroq ko‘rsatkich hisoblanadi. Shu sababli tahlilda uchinchi toifa – eksport va ichki bozor ta'minotini o‘zaro bog‘liq holda ko‘rib chiquvchi materiallar ham alohida hisobga olinishi lozim.

Integrativ yondashuvga asoslangan materiallarda jurnalist, masalan, muayyan mahsulot eksportining o‘sishini uning ichki bozordagi narxi va taklif hajmi dinamikasi bilan solishtiradi, eksport daromadining fermerlar va qishloq aholisi daromadlariga ta'sirini ko‘rsatadi, import ortishini esa ichki ishlab chiqarish imkoniyatlari bilan bog‘lab tahlil qiladi. Bunday materiallar Qonunda belgilangan eksport va import o‘rtasidagi oqilona muvozanat tamoyilini jamoatchilikka tushunarli tarzda yetkazadi va masalaning asossiz sekyuritizatsiyasining oldini oladi.

Tahlil natijalari, shuningdek, media diskursida ikki xavfli tendensiyaga qarshi ehtiyot bo‘lish zarurligini ko‘rsatadi. Birinchisi – eksport yutuqlarini ichki bozorga ta'sirini ko‘rsatmasdan tantanali ohangda yoritish, bu esa auditoriyaning shaxsiy tajribasi bilan ziddiyatga kirib, rasmiy axborotga ishonchni pasaytiradi. Ikkinchisi – narx oshishini sabablari va kontekstini tahlil qilmasdan, faqat “eksport aybdor” degan sodda xulosa bilan talqin qilish. Bu esa eksportni ma'muriy cheklash kabi iqtisodiy jihatdan asoslanmagan choralarga jamoatchilik bosimini kuchaytirishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, agrosanoat majmuasidagi eksport salohiyati va oziq-ovqat xavfsizligi masalalari o‘zbek media makonida asosan bir-biri bilan kam bog‘langan ikki parallel makrodiskurs doirasida yoritilmoqda. “Eksport muvaffaqiyati” diskursi rasmiy statistika va yutuq leksikasiga, “ichki bozor ta'minoti” diskursi esa kundalik tajriba va yuqori emotsional yuklamaga ega madaniy obrazlarga tayanadi. Oziq-ovqat xavfsizligining iqtisodiy imkoniyat, iste'mol sifati va barqarorlik ustunlari media diskursida yetarli darajada aks etmaydi. Shu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi:

birinchidan, “Oziq-ovqat xavfsizligi to‘g‘risida”gi Qonunda nazarda tutilgan ma'lumotlar bazasi asosida asosiy oziq-ovqat mahsulotlari bo‘yicha ishlab chiqarish, eksport, import va ichki iste'mol balansini ochiq formatda muntazam e'lon qilish;

ikkinchidan, Qishloq xoʻjaligi vazirligi va statistika organlari tomonidan eksport statistikasi bilan birga ichki bozor narxlari va ta'minoti haqidagi ma'lumotlarni bir vaqtda taqdim etish amaliyotini joriy etish;

uchinchidan, iqtisodiy va agrar jurnalistlar uchun oziq-ovqat xavfsizligining toʻrt ustuni, agrar statistika va narx shakllanishi mexanizmlari boʻyicha malaka oshirish dasturlarini tashkil etish;

toʻrtinchidan, tahririyatlarda agrosanoat mavzusidagi materiallarni tayyorlashda eksport va ichki bozor jihatlarini bogʻlab tahlil qilish boʻyicha ichki tavsiyalarni ishlab chiqish;

beshinchidan, diskursiv muvozanat koeffitsiyenti va integrativ materiallar ulushi asosida agrosanoat masalalarining media yoritilishini muntazam monitoring qilish.

Mazkur takliflarning amalga oshirilishi agrosanoat siyosati yuzasidan jamoatchilik muhokamasini dalillarga asoslangan holda olib borishga, oziq-ovqat xavfsizligi masalalarining asossiz sekyuritizatsiyasining oldini olishga hamda eksportni rivojlantirish va ichki bozor barqarorligini ta'minlash oʻrtasidagi muvozanatni jamoatchilik tomonidan toʻgʻri idrok etilishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Oʻzbekiston Respublikasining 2025-yil 3-fevraldagi “Oziq-ovqat xavfsizligi toʻgʻrisida”gi OʻRQ-1023-son Qonuni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/docs/-7359113
2. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-oktyabrdagi “Oʻzbekiston Respublikasi qishloq xoʻjaligini rivojlantirishning 2020–2030-yillarga moʻljallangan strategiyasini tasdiqlash toʻgʻrisida”gi PF-5853-son Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
3. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi “Oʻzbekiston – 2030” strategiyasi toʻgʻrisida”gi PF-158-son Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
4. Oʻzbekiston Respublikasining 2007-yil 15-yanvardagi “Ommaviy axborot vositalari toʻgʻrisida”gi Qonuni (yangi tahrir) // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/acts/-1106870
5. Oʻzbekiston Respublikasining 2014-yil 5-maydagi “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati ochiqligi toʻgʻrisida”gi OʻRQ-369-son Qonuni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
6. United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1. – New York, 2015.
7. FAO. Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action. – Rome: FAO, 1996.
8. Sen A. Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation. – Oxford: Clarendon Press, 1981. – 257 p.
9. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. 2nd ed. – London: Routledge, 2010. – 591 p.

10. Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43, No. 4. – P. 51–58.
11. Gamson W.A., Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach // American Journal of Sociology. – 1989. – Vol. 95, No. 1. – P. 1–37.
12. Buzan B., Wæver O., de Wilde J. Security: A New Framework for Analysis. – Boulder: Lynne Rienner, 1998. – 239 p.
13. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
14. Van Dijk T.A. News as Discourse. – Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1988. – 200 p.
15. O‘zbekiston xorijga 2,1 mlrd dollarlik meva-sabzavotlar eksport qilgan // Milliy statistika qo‘mitasi. – URL: https://stat.uz/en/press-center/news-of-committee/66639-zbekiston-khorizhga-2-1-mlrd-dollarlik-meva-sabzavotlar-eksport-ilgan-5
16. Oltin sotish to‘xtadi, go‘sht importi keskin o‘syapti: O‘zbekiston tashqi savdosi sharhi // Kun.uz. – 2025-yil 23-dekabr. – URL: https://kun.uz/news/2025/12/23/oltin-sotish-toxtadi-gosht-importi-keskin-osyapti-elektr-sotish-58-foizga-oshdi-ozbekiston-tashqi-savdosi-sharhi