

MAMLAKAT IMIDJINI OSHIRISHDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING RO'LI

Razzoqov Feruz O'zDJTU talabasi

Annotasiya. Ushbu maqolada O'zbekiston imidjini oshirishda ommaviy axborot vositalarining ro'li haqida so'z boradi. Shuningdek, mazkur maqola mavzusiga doir ilmiy va rasmiy adabiyotlar atroflicha tahlil qilinib mavjud muammo yuzasidan takliflar keltiriladi.

Kalit so'zlar: Imidj, media-makon, OAV, turizm.

Abstract. This article talks about the role of mass media in improving the image of Uzbekistan. Also, the scientific and official literature on the topic of this article is thoroughly analyzed and suggestions are made regarding the existing problem.

Key words: Image, media space, mass media, tourism.

KIRISH

Xalqaro media makon, dunyodagi turli mamlakatlar haqida yangiliklarni to'plash, tahlil qilish va tarjima qilishni o'z ichiga olgan mediadagi tarkibiy qismidir. Shuningdek, xalqaro media, yangiliklar yaratish, tahlil qilish, xabarlar ko'rsatish va ta'lim berish asosida insonlarni mamlakatlar haqida ma'lumot olishga o'rgatadi. Bu esa, mamlakatning xalqaro imidjini yuksaltish uchun muhim ahamiyatga ega. Mamlakatning xalqaro imidji, mamlakatning dunyoda ko'rsatilgan imkoniyatlari, siyosati, iqtisodiyoti va madaniyati bilan bog'liqdir. Xalqaro media makon, bir mamlakatning xalqaro imidjini shakllantirish va saqlashda katta rol o'ynaydi. Xalqaro media makon, mamlakatning dunyoda namoyon bo'lishini va xalqaro aloqalar o'rnatishini o'z ichiga oladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Mamlakat turizm sohasini rivojlantirish uchun amalga oshirilgan marketing kampaniyalari, turistik joylarni yaxshi ko'rsatish, turizmga qiziqishni ko'paytirish uchun tasviriy materiallar va boshqa marketing vositalarini taqdim etish uchun xalqaro media muhim ahamiyatga ega bo'ladi[2]. Xalqaro media, mamlakatning xalqaro aloqalarini kuchaytirishda va dunyoda o'z o'rnini olishda muhim rol o'ynaydi[1]. Xalqaro mediadagi yangiliklar va tahlil, mamlakat haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'lishga imkoniyat beradi va shuningdek, turizm sanoatining rivojlanishiga ham

yordam beradi[3]. Turizm sanoati, dunyoning har qanday mamlakatida rivojlanishi mumkin bo'lgan sanoatlardan biri hisoblanadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatning imidji, xalqaro media makondagi muhim masalalardan biridir. Bu, bir davlatning xalqaro imijini yaxshilashda va boshqa mamlakatlar bilan o'zaro aloqalarni kuchaytirishda katta o'rin o'ynaydi. Xalqaro media, dunyoning har qanday nuqtasidan kuzatuvchi, qo'shimcha ko'rsatmalar orqali mamlakatning imijini shakllantirishda muhim tajriba va kuchga ega bo'lgan mas'uliyatli jurnalistlar, yangiliklar, maqolalar, tadbirlar va boshqa ko'rsatmalar yoki ko'rsatkichlar tomonidan ishlatiladigan vositalarni o'z ichiga oladi. Xalqaro media makondagi tadbirlar, mamlakat imidjini yaxshilash va dunyoga ta'sir ko'rsatishning bir qator usullarini o'z ichiga oladi[4]. Turistik joylar, tarixiy obyektlar, muzeylar va boshqa turizm imkoniyatlarining tanitish, mamlakatdagi iqtisodiy rivojlanish, siyosiy holat, madaniy hayot, tarix va qadimiyliklar haqida maqolalar, ko'rsatmalar va yangiliklar tayyorlanadi. Mamlakat imidjini yaxshilashda reklama va marketing kompaniyalari muhim o'rin o'ynaydi. Xalqaro media, mamlakatning turizmni rivojlantirish, biznes tashkilotlarining investitsiyalari va hukumatning iqtisodiy siyosati haqida o'z ichiga olgan yangiliklar, tadbirlar va maqolalar orqali mamlakatning dunyoda rivojlanishiga qaratilgan tajribani taqdim etadi. O'zbekiston dunyo bo'ylab e'tibor qozonuvchi ommaviy sohasidagi yangiliklar va ijtimoiy tarmoqlar orqali Xalqaro makonda tasvir etiladi. Mamlakatimiz katta iqtisodiy va siyosiy o'zgarishlar o'tkazib kelayotgan davrlarda, ochiq, demokratik va inkluziv moddada milliy imidjini yaratishga qaratilgan ishlar bilan shug'ullanmoqda.

O'zbekistonda ko'plab xalqaro makonlar, ko'rsatkichlar, ro'yhatlar tuzilgan. Bu qatorda BBC, CNN, The New York Times, Forbes, Bloomberg, National Geographic, va boshqa ko'plab yetakchi xalqaro media kompaniyalari kiritiladi. Shu bilan birga, O'zbekistonda xalqaro tashkilotlar kabi Dunyo Banki, BMT, UNESCO, UNDP, UNICEF, va boshqalar xalqaro tashkilotlar bilan qatnashish orqali mamlakatimizning dunyo bo'ylab tanimagan yonalishlarini rivojlantirishga va yangi ko'plab hamkorliklar yaratishga intilmoqda.

O'zbekistonning 270 dan ortiq turistik obyekti bor va ularning ko'p qismi, uning turizmga mos keladigan tabiiy yoki tarixiy obyektlardir. Bular orasida, Sharqiy Osiyodagi eng katta suv manbasini o'z ichiga olgan Qoraqalpog'iston Respublikasi va uning Guldursun qal'asi, Samarkand, Buxoro va Xiva shaharlari, Farg'ona vodiysi va

ko'p yillik ob-havo xavfli kuzatish safarlarini o'z ichiga olgan Zomin, Chimyon va Bildirsoy tog'lari kabi joylar keltirilishi mumkin.

Boshqa mamlakatlarga nisbatan, O'zbekiston turizm sanoati hali yanada rivojlanishi mumkin. Bugungi kunda, turizm sohasida rivojlanishni qo'llab-quvvatlash maqsadida O'zbekiston Hukumatining olib borilayotgan ko'p yo'nalishlar, shuningdek, xususan, sayohat tashkilotlari uchun yagona turist viza tizimi va turli xil innovatsion texnologiyalarni joriy qilishni maqsad qilgan "Uzbekistan Open for Tourism" ("Sayohatga ochiq O'zbekiston") dasturi kabi turizmga qiziqish ko'paytiradigan chora-tadbirlarni o'tkazishni rejalashtirishdir. Xalqaro maydonlarda O'zbekiston imidji, bir qancha faktorlarga asoslanadi, masalan, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa asosiy sabablarga. O'zbekiston mamlakati, dunyodagi boshqa davlatlar kabi, o'zining o'ziga xos imidjiga ega. Bu imidjiga xalqaro munosabatlar va media tasir qiladi, bundan tashqari, O'zbekiston qonuniy huquq tizimi, davlat boshqaruvi, ijtimoiy hayot, yoshlar va o'qituvchi kadrlar, sport va turizm sohasi kabi turlarida ham o'zining imidjiga ega[5].

O'zbekistonning imidji, o'zining geografik joylashuvi, bog'liqlik va markaziy Osiyo hududidagi ahamiyati, rivojlanish potentsiali va davlat boshqaruvining muvaffaqiyati kabi sabablarga asoslanadi. O'zbekistonning geostrategik o'rni, Chet el va oliy o'quv yurtlaridan kelgan talabalar va konsalting xizmatlari kabi turli xalqaro tashkilotlar tomonidan o'ziga xos ahamiyatni beradi. Shuningdek, O'zbekistonning ijtimoiy hayoti, turizm, sport va madaniyati, ayniqsa, asosiy tarixiy va madaniy merosining mavjudligi va uning asrlar davomida xalqaro alqishlarni jalb etganligi xalqaro maydonlarda o'zining imidjiga qo'shimcha ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari, O'zbekistonning siyosiy islohotlari va iqtisodiy rivojlanishi ham xalqaro maydonlarda mamlakatning imidjiga tasir ko'rsatadi. O'zbekiston, ko'plab yillik islohotlar va iqtisodiy rivojlanish loyihalarini amalga oshirish orqali, ochiq investorlarini jalb etish, xorijiy investitsiyalarni oshirish, sodiqlik va inflyatsiya darajalarini pastga olib tushirish, innovatsiyalar va texnologiyalar sohasida rivojlanish kabi muhim yo'nalishlarda yuksak yutuqlarga erishib kelmoqda

Mamlakatimizning imkoniyatlari, qiziquvchanliklar, g'ayratli hokimiyati va o'zaro hamkorlikni o'z ichiga olgan oqilona siyosatining natijasida, O'zbekistonning Xalqaro makonda tasviri o'zgarib kelayotgan bo'lib, mamlakatimizning yanada ko'proq yaxshi tashvish va e'tibor qozonishi kutilmoqda. Xalqaro makonlar, O'zbekistonning rivojlanishi va o'zaro hamkorlikni oshirishga qaratilgan strategik tashkilotlardir. Xalqaro makonda O'zbekiston imidjini yaratish, O'zbekistonning

dunyo bilan aloqalarini oshirish va ularga o‘zaro aloqalar o‘rnatishga intilishni maqsad qiladi. Mamlakat imidjini oshirish, ya'ni mamlakatning imidjini oshirib ko‘proq insonlar, moliya va biznesni jalb qilishni maqsad qiluvchi turli xil faoliyatlar tizimini ishlab chiqish, yani sanoat, turizm, xizmatlar va boshqa sohalarda osonlashtirish va yangiliklar o‘zgartirishdir.

Mamlakatning imidjini oshirishning asosiy sabablari, ularning turlari va shakllari bor. Biroq, o‘z davlatlarini yuksaltishni istagan hamma mamlakatlar uchun boshqa mamlakatlardan nimalari o‘rganish, ta’lim olish va ularning yagona huquqiy manbalari va tajribalari bilan foydalanish lozim. Shuningdek, xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik tashkil etish kerak, ular bilan ishlab chiqilgan projektlarga jalb qilish va ularga qatnashish yordamida, shuningdek, biznes kuni va ko‘rsatkichlari, biznes huquqi va investorlar uchun qonunlarni o‘zgartirish, xususiy investorlar uchun soliq to‘lovlarini kamaytirish hamda sanoat, turizm va boshqa sohalarda takomillashtirish muhimdir.

Hozirgi kunda, dunyo bo‘ylab davlatlar o‘zlarining imidjini oshirish uchun turli xil vositalardan foydalanishadi. Bunda, yangiliklarni yuqori samarali ko‘rinishda taqdim etish, qayta tahlil qilish va katta tajribalarni qo‘llash zarurdir. Shuningdek, mamlakatning imidjini oshirish, turizm sektori bo‘yicha muhimdir. Mamlakatning turizmga qo‘shilishini oshirish, qulay sharoitlar yaratish, muhim ob'ektlar va joylarni namoyish etish, xizmatlar va qulayliklar tizimini osonlashtirish va turizm sohasida xalqaro manbalarni jalb qilishni o‘z ichiga oladi.

Mamlakat imidjini oshirish, davlatning birinchi darajadagi vazifalari orasida keladi. Mamlakat imidjining oshirilishi, davlatning mustaqilligini, tarixini, milliy taraqqiyotni o‘z ichiga oladi va xalqning o‘ziga maxsus sifatlarini ifoda etishi bilan bog‘liq. Bu esa, davlatning xalqaro va lokal tashkilotlar bilan tashkil etilgan hamkorliklari, turizm, investitsiyalar, diplomatiya va boshqa ko‘plab sohalardagi faoliyatlari orqali amalga oshirilishi mumkin.

XULOSA

Mamlakat imidjini oshirish uchun bir necha usullar mavjud. Misol uchun, mamlakatning xalqaro tashkilotlar bilan tashkil etilgan aloqalari, yangiliklar portallari va ijtimoiy tarmoqlar orqali yuritilishi mumkin. Bunday ko‘rsatkichlar orqali mamlakatning sifatli yuzini dunyoga namoyish etish mumkin. Xususan, turizm, mamlakat imidjini oshirish uchun bir qancha asosiy ko‘rsatkichlardan biri hisoblanadi. Turizm sifatli xizmatlar, ko‘plab turistik ob'ektlar, musiqa va milliy adabiyot, oziq-

ovqatlar, madaniyat va tarixiy obyektlar kabi ko'rsatkichlar orqali mamlakatning sifatli yuzi ko'rsatilishi mumkin.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Барабаш В. В., Бордюгов Г. А., Котеленец Е. А. Образы России в мире: учеб. пособие. М.: АИРО XXI, 2011. 296 с.
2. Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 6. С. 82-98.
3. Глинская И. Ю. Формирование имиджа России в контексте глобальных процессов. М.: РАГС, 2009. 149 с.
4. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
5. https://api.scienceweb.uz/storage/publication_files/1891/4183/6384674e84758_1-209_II%20qism.pdf
6. Психологический лексикон: энциклопедический словарь: в 6-ти томах / ред.-сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского. М.: ПЕР СЭ, 2005. 251 с.
7. <http://vietnam-times.ru/news/culture/vetnam-dorozhit-kulturnymi-svjazjami-s-rossiej/> (дата обращения: 31.05.2016).