

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 qadimiyliliklar 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).

BELGILAR TILI: DOLZARBLIK, METOD VA MUAMMOLARI

**Mardonov Quvonchbek Boymurod o'g'li O'zDJTU
doktoranti**

Annotatsiya: Belgilarda shakllangan tizimlar asrlar davomida aloqani ta'minlash uchun ishlatilgan. Bugungi kunda ularning eng ilg'or shakllari vizual aloqani ta'minlash uchun keng qo'llanilmoqda va bizdan keyingi avlodlarda ham davom etadi. Ushbu maqolada semiotika, semiotik maydonda ramzlar haqida fikrlar berilgan. Shuningdek, ramzlarning baholash me'zonlariga doir tahlillar ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: semiotika, iyerogliflar, pragmatik yondashuv, semasiologiya.

Annotation: Symbolic systems have been used for communication for centuries. Today, their most advanced forms are widely used for visual communication and will continue to be for generations to come. This article discusses semiotics, symbols in the semiotic field. Also, analyzes of the evaluation criteria of symbols were considered.

Key words: semiotics, hieroglyphs, pragmatic approach, semasiology.

KIRISH

Agar biz odam bo'ladigan xususiyatlardan biri bilan qolishimiz kerak bo'lsa, bu, albatta, muloqot qobiliyatidir. Shunday murakkab tarzda muloqot qila olish bizni odam qiladi. Chunki aynan shu tufayli bizning turimiz bizni qaerda ekanligimizga olib keladigan ijtimoiy, madaniy, texnologik va ilmiy taraqqiyotga erishdi.

Hammaga ma'lumki, insoniy muloqot yoki kommunikativ xatti -harakatlar jo'natuvchi tomonidan yuboriladigan xabardan iborat bo'lib, u ma'lum bir kanal orqali yuboruvchiga etib boradi va u xabarni o'z ichiga oladi va keyinchalik uni qayta ishlaydi. Lekin bu oddiy ko'rinadigan sxemada son -sanoqsiz nuanslar yashiringan.

Aynan shuning uchun semiotika kabi sohalarining rivojlanishi insoniy muloqotni tushunish uchun zarur bo'lgan va bo'ladi. Sembiyotika, Umberto Ekoning «Semiotika va til falsafasi» (1984) asarida, zamonaviy fan sifatida uning asosi bo'lib, kommunikativ harakatda ma'nolarni yaratish va uzatish uchun qanday belgilar ishlatilishini o'rganadigan fandır.

ADABIYOTLAR SHARHI VA METODLAR

Va bugungi maqolada, so'nggi davrlarning eng muhim semiologlarining hissalarini bilan birga, Biz semiotika nima ekanligini va uning qo'llanilishi va o'rganish ob'ektini o'rganamiz. Keling, falsafadan kelib chiqadigan va insoniyat jamiyatidagi

muloqot hodisalarini tushunish uchun zarur bo'lgan bu fanning mohiyatini ko'rib chiqaylik.

Sizga o'qishni maslahat beramiz: «46 turdagi aloqa turlari (va ularning xususiyatlari)»

Semiotika - bu odamning kommunikativ harakatida ma'nolarni yaratish va uzatish uchun belgilarni ishlatishni o'rganadigan ilmiy fan. Bu falsafadan kelib chiqqan va nafaqat til va so'zlarni, balki muloqot tizimida odamlar o'rtasida xabarlar almashish imkonini beradigan belgilar tizimining tabiatini tahlil qiladigan fan.

Shu ma'noda, semiotika piktogrammalar, kodlar, harakatlar, tasvirlar va belgilar insoniyat jamiyatining barcha a'zolari tomonidan belgilanadigan va umumiy ma'noga ega bo'lishini o'rganadi. Bizning kundalik hayotimiz umumiy ma'noga ega bo'lgan belgilar bilan o'ralgan va ulardan foydalanish orqali boshqa shaxslar bilan aloqa o'rnatishga imkon beradi.

Bu belgilar jumlaning eng kichik birligi sifatida ta'riflanadi, bu element mavjud bo'lmagan yoki g'oyani ifodalash uchun ishlatiladi. Belgilar - kommunikativ harakatlarning ustuni bo'lgan ma'no yuklangan elementlar. Va til nazariyalarining bir qismi bo'lgan semiotika ularni o'rganadi.

NATIJA VA MUHOKAMALAR

Bundan tashqari, «semiotika» atamasi yunon tilidan kelib chiqqan *semion*, «belgi» degan ma'noni anglatadi va yunoncha qo'shimchadan *tikoç*, bu «nisbatan» degan ma'noni anglatadi. Shuning uchun semiotika - bu belgilar bilan bog'liq bo'lgan hamma narsa. Aslida, Qadimgi Yunonistonning birinchi faylasuflari allaqachon tilning kelib chiqishi va belgilar va aloqa o'rtasidagi munosabatlar, shuningdek, uning atrofimizdagi dunyo bilan aloqasi haqida fikr yuritganlar.

G'or rasmlaridan tortib, biz televizorda ko'riladigan reklamalarga qadar, belgilar butun tariximiz davomida biz bilan birga bo'lgan (va bizni hamroh bo'ladi): Misr hierogliflari, yo'l belgilari, «chekish taqiqlangan» belgilar, yozuvlar. Mayya tsivilizatsiyasining xarobalari, diniy ramzlar, biz kasblar bilan bog'laydigan kiyimlar ... Bizning tariximiz belgilar bilan o'ralgan.

Semiotika - uzoq tarixga ega bo'lgan fan. Aytganimizdek, Qadimgi Yunonistonning mashhur faylasuflari Aristotel yoki Aflotun qaddi -qomati tilning kelib chiqishi haqida allaqachon aks etgan va qanday qilib biz qayta ishlaganda ma'lum g'oyalar yoki ma'nolarni keltirib chiqaradigan belgilarga ma'no beramiz.

Keyinchalik, boshqa akademiklar, O'rta asrlar davrida, kommunikativ hodisani o'rganishni davom ettirdilar, belgilarni ta'kidlab, hisobga oldilar. *Signis tractati* (1632), Jon Poisot tomonidan, belgilarni o'rganish bo'yicha asosiy ishlardan

biri. 1867 yilning boshida amerikalik faylasuf Charlz Sanders Peirce semiotika eshigini ochishni boshlagan alomatlar nazariyasiga juda muhim hissa qo'shdi.

20 -asrning boshlarida shveytsariyalik tilshunos Ferdinand de Sossyur zamonaviy tilshunoslikning otasi hisoblanib, uning rivojlanishini belgilovchi g'oyalarni ishlab chiqdi, bu orqali biz ishora qiluvchiga ma'no berish jarayonini tasvirlab berdi. Bu bilan semiotika tug'iladi.

Keyinchalik, Sossyur va Pirsning tadqiqotlariga asoslanib, boshqa olimlar so'nggi intizomning asoslarini kengaytirdilar. *Shubhasiz, «Semiotika va til falsafasi» asarini ajratib ko'rsatish, 1984 yilda italiyalik semiolog, faylasuf va yozuvchi Umberto Eko tomonidan nashr etilgan kitob.* Bu va boshqa ko'plab mutafakkirlar insoniy muloqotni tushunish uchun juda muhim bo'lgan ushbu fanning rivojlanishiga ulkan hissa qo'shdilar.

Semiotika, belgilarni axborot va g'oyalarni uzatuvchi birlik sifatida ishlatishni o'rganadigan, kommunikativ harakatda mavjud bo'lmagan elementlarga ishora qiluvchi fan, insoniyat jamiyatida son -sanoqsiz qo'llanmalarga ega, chunki biz qanday muloqot qilishimiz va qanday qilishimiz kerakligini tushunish kerak. belgilar, xabarlar orqali uzatish.

Shunday qilib, grafik dizayn, moda, video o'yinlar, filmlar, teleseriallar, siyosiy ma'ruzalar, jurnalistik matnlar, fotografiya, komikslar, ta'lim tizimlari, reklama ... Xabarlarini uzatish samaradorligini oshirish uchun ularning barchasi semiotika bilan oziqlanadi. Ko'rib turganimizdek, kommunikativ harakatlar qanchalik ko'p bo'lsa, uning qo'llanilishi ham shunchalik ko'p.

Xuddi shu tarzda, semiotika oq kaptar tinchlik bilan sinonim ekanligini yoki futbol uchrashuvida qizil kartochka o'yinchining chetlatilganini anglatishini bilishini tushuntiradi. Minglab misollar bilan biz fikr yoki xabarlariga ishora qilish uchun belgilar ishlatamiz. Semiotika hamma joyda mavjud. Keling, qaerga qarayotganimizni ko'rib chiqaylik.

Va uning tadqiqot ob'ekti, shubhasiz, belgilar, biz buni allaqachon aniqlaganmiz. Ammo nafaqat belgilar. Semiotika kommunikativ harakatni eng oddiy kelib chiqishida o'rganadi, shuning uchun bu fanni beshta asosiy tarmoqqa bo'lish zarur edi.

Semantika: Semiotikaning ishora qiluvchi va ularning ma'nosi o'rtasidagi munosabatni o'rganadigan bo'limi. Sintaktik darajadagi yaxshi tuzilgan iboralarga ma'nolarni qanday bog'layotganimizni o'rganing, muayyan til belgilariga ma'no berishga imkon beradigan qoidalarni tahlil qiling.

Pragmatik: Semiologiyaning sof lingvistik bo'lmagan, lekin tilning ishlatilishini shartli tomonlarini o'rganadigan bo'limi. Shu ma'noda, kontekstning

(belgilar bilan bog'liq bo'lmagan) biz xabarga bergan talqiniga qanday ta'sir qilishini o'rganadigan fan.

Sintaktik: Grammatik jummalarni tuzishda elementar va yuqori sintaktik birliklarning kombinatorikasini boshqaruvchi qoidalarni o'rganadigan semiotika bo'limi. Bu intizom so'zlarni birlashtirishning usullarini o'rganadi.

Onomiologiya: Semiyotikaning narsalarga nom berish va shuning uchun har xil nomlarni belgilash bo'limi. Boshqacha qilib aytganda, kontseptsiyadan boshlab, biz aniq ma'noga ega bo'lgan belgiga qanday etib kelganimizni o'rganadigan fan.

Semasiologiya: Ob'ekt va uning nomi o'rtasidagi munosabatni o'rganadigan semiotika bo'limi. Qanday qilib kommunikativ harakatda qabul qiluvchining jo'natuvchidan so'zni qabul qilishini va unga tegishli ma'noni berishini bilib oling.

Ko'rib turganimizdek, semiotikaning bu barcha tarmoqlari murakkab. Ammo bu odamlarning muloqotidir. Shubhasiz, tilning eng boshlang'ich kelib chiqishini tahlil qilish, ular o'rtasidagi munosabatlar va insoniyat jamiyatining ma'nosi bilan bog'liq. Shunday qilib, semiologlarning hissalarida juda yuqori baholandi, bo'ladi va bundan keyin ham shunday bo'ladi.

XULOSA

Semiotika va semiologiya - bu odatda sinonim sifatida bir-birining o'rnida ishlatiladigan ikkita tushuncha. Shunga qaramay, ko'pgina semiologlar bu ikki atama o'rtasida farqli nuanslar bor deb hisoblaydilar. Shunday qilib, yakunlash uchun biz semiotika va semiologiya o'rtasida qanday farq borligini ko'ramiz.

Umuman olganda, bu ikki tushunchaning asosiy farqi shundaki semiotika umuman belgini o'rgansa, semiologiya bu belgilarni ijtimoiy hayotda o'rganadi. Semiologiya o'ziga xos jamiyat uchun o'ziga xos ma'noga ega bo'lgan tasvirlar, imo - ishoralar, xatti-harakatlar, narsalar va so'zlar to'plamini o'rganishni o'z ichiga oladi.

Boshqacha qilib aytganda, semiotika - bu umumiy belgilar va belgilar tizimlarining nazariy tavsifi, semiologiya esa ma'lum tizimlarni o'rganadi. Qanday bo'lmasin, bir necha o'n yillar davomida rasmiy organlar faqat semiotika tushunchasini tan olishgan, shuning uchun, boshqacha fikrlaydigan mutafakkirlar borligiga qaramay, semiologiya semiotikaning sinonimi hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abdullah Rayan and Hubner. Pictograms, Icons and Signs. Thames Hudson, 2006. – 325 b.
2. Arikli N. Vardar B. Sernantik Akımları. Yeni İnsan Yayınları, İstanbul: 1969.
3. Barthes, R.; Göstergebilimsel Serüven, Çev: Mehmet Rifat – Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayıncılık, 2012. -30 b.
4. Flath W. Zur inflation der Zeichen Systeme. From, 1975.
5. Guiraud P. Anlambilim. Gelişim Yayınları, İstanbul, 1975
6. Gösteri Sanatdergisi. Sayı 31, İstanbul: 1983.