

O‘ZBEKISTONNING XALQARO IMIDJINI OSHIRISHDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O‘RNI

Islomova Dilfuza Rustam qizi

O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar Universiteti

2-kurs magistranti

THE ROLE OF MASS MEDIA IN STRENGTHENING THE INTERNATIONAL IMAGE OF UZBEKISTAN

Islomova Dilfuza Rustam qizi

2nd-Year Master's Student, University of Journalism and Mass

Communications of Uzbekistan

Annotatsiya

Xalqaro miqyosdagi ijobiy qiyofasini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining (OAV) tutgan o‘rni tahlil qilinadi maqolada O‘zbekiston Respublikasining. Role va ularning xalqaro hamjamiyatda davlat obro‘cini oshirishdagi strategik ahamiyati yoritiladi, raqamli platformalarning ta’siri, olib borilayotgan axborot siyosati, and jurnalistikaning global maydondagi.nnotatsiya

Kalit so‘zlar: xalqaro imidj, ommaviy axborot vositalari, axborot siyosati, PR, raqamli jurnalistika, ijtimoiy tarmoqlar.

Abstract

This article analyzes the role of mass media in shaping the positive international image of the Republic of Uzbekistan. It highlights the country's current information policy, the impact of digital platforms, the role of journalism in the global information space, and the strategic importance of media in enhancing the state's reputation on the international stage.

Keywords: international image, mass media, information policy, PR, digital journalism, social networks.

Аннотация

В данной статье анализируется роль средств массовой информации в формировании положительного международного имиджа Республики Узбекистан. Рассматриваются проводимая информационная политика, влияние цифровых платформ, роль журналистики в глобальном информационном пространстве и стратегическое значение СМИ в повышении авторитета государства на международной арене.

Ключевые слова: международный имидж, средства массовой информации, информационная политика, PR, цифровая журналистика, социальные сети.

Balki ular haqida jamoatchilik ongida shakllangan tasavvurlar orqali ham belgilanadi, bugungi globallashuv davrida davlatlarning xalqaro maydondagi nufuzi va obro‘-e’tibori nafaqat siyosiy va iqtisodiy salohiyat bilan. Axborot vositalari orqali shakllanadi esa asosan ommaviy tasavvurlar. O‘zining xalqaro qiyofasini yaratish va mustahkamlash yo‘lida ommaviy axborot vositalaridan faol foydalanmoqda, o‘zbekiston mustaqillikka erishganidan so‘ng. Notiqlik siyosati va xalqaro hamkorlik munosabatlarining kengayishi natijasida mamlakatning global imidjini mustahkamlash zarurati ortib bormoqda.

Xalqaro imidj — bu davlatning boshqa mamlakatlar, xalqaro tashkilotlar, va jamoatchilik nigohidagi qiyofasidir. Bu obraz ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy, or madaniy omillar asosida shakllanadi. Ijobiy xalqaro imidj xorijiy sarmoyalar jalb etish, turizmni rivojlantirish, geosiyosiy ta'sirni kuchaytirish ve xalqaro reytinglarda yuqori o'rinlarni egallash uchun muhim omildir. Bilamizki, jahonga tanilgan har bir millatning bu'rttirilgan obrazi bo'ladi. Ingliz konservatizmi, nemis pointualizmi, fransuz romantizmi, yaponlarning donoligi, xitoylarning ustaligi, hindlarning tolerantligi (jonzotlarga nisbatan). Xullas, jahonga har qanday davlat va millat o'z imdji va obrazi bilan kirib keladi.

OAV davlat va jamoatchilik o'rtasida axborot vositachisi sifatida xizmat qilishi bilan birga, xalqaro maydonda davlat imidjining asosiy yaratuvchisi hisoblanadi. O'zbekistonning madaniy merosi, qadimiy shaharlari, ijtimoiy-iqtisodiy islohotlari, inson huquqlari borasidagi yutuqlari to'g'risida xorijiy OAVda chiqayotgan maqola, reportaj va intervyular xalqaro jamoatchilik fikrini shakllantiradi. Misol uchun, "Euronews", "Al Jazeera", "BBC" kabi yirik OAVda O'zbekiston haqida yoritilgan ijobiy materiallar mamlakatga nisbatan qiziqishning ortishiga sabab bo'lmoqda. Global mediamaydonda kuzatilayotgan axborot tengsizligi, xalqaro medimonopoliyalar to'qnashuvi, boz ustiga raqobatchi mamlakat va mintaqalar o'rtasida sodir bo'layotgan uzluksiz axborot xuruji, qaramaqarshilik, mafkuraviy to'qnashuvlar avj olayotgan, siyosiy-iqtisodiy munosabatlar chigallashayotgan davrda imijni qasddan buzish holatlarini payqash qiyin bo'lmay qoldi.

Qizig'i, turli davlatlarning muayyan bir mamlakat haqidagi OAVda tarqatadigan axborotlari bir-biriga umuman o'xshamasligi ham oddiy holga aylandi. Shunday sabablarga ko'ra ham davlat imijini baholashda uning barqarorligiga, aniqligi, ijobiy va salbiy bahoning naqadar xolisligi va mutanosibligiga alohida e'tibor berishga to'g'ri keladi. Global munosabatlar chuqurlashar ekan, mavjud siyosiy va iqtisodiy raqobat sharoitida imij orqali do'st qiyofasidan dushman qiyofasini yasash yoki aksincha bo'lishi holatlari tez-tez uchrashi ham tabiiylik kasb etmoqda.

Prezidentimizning 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmonida media sohasini tizimli isloh qilish barobarida jahon hamjamiyatida mamlakatimiz imijini yuksaktirishga qaratilgan axborot yetkazish samaradorligini oshirish masalasiga alohida e'tibor qaratilgan. Hujjatda 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasini "Inson qadrini ulug'lash va faol mahalla yili"da amalga oshirish bo'yicha davlat dasturiga muvofiq qator muhim maqsad va vazifalar belgilab berildi. So'nggi yillarda keng

ko‘lamli demokratik islohotlar, axborot globallashuvi jarayoniga mos ravishda yangi O‘zbekistonning o‘z mukammal qiyofasi, yangicha media imijini yaratish borasida salmoqli ishlar amalga oshirildi. Bu jarayonda mediamakonda O‘zbekiston mavzusining alohida mavqe va miqyosga ko‘tarilgani, mamlakatimizning ichki va tashqi imijini yaxshilash bilan bog‘liq vaziyat ilmiy-amaliy va ijodiy masala sifatida mutaxassislar tomonidan tadqiq etilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq bu borada bajarilgan ishlardan ko‘ra, qilinishi kutilayotgan ishlar ko‘proq, nazarimizda. Kuzatishlar shuni ko‘rsatadiki, MDH va Sharq mamlakatlari, xususan, Rossiya, Qozog‘iston, Xitoy, Yaponiya, Janubiy Koreya, Singapur, Malayziya, Hindiston, Turkiya, Misr, BAA kabi davlatlarning ommaviy axborot vositalarida O‘zbekistonga doir xabarlar va maqolalar tez-tez e‘lon qilib borilmoqda. Biroq G‘arb davlatlari, xususan, AQSH va Buyuk Britaniya mediamakonida O‘zbekistonga oid salmoqli tahliliy chiqishlar yetarli darajada emas. Joriy asrning intellektual asr ekani, har qanday zamonaviy taraqqiyot va yuksalish zahirida ilm-fan yutuqlari qatori intellektual salohiyat yotishi isbot talab qilmaydigan aksioma. Xususan, ijtimoiy-gumanitar sohadagi ilmiy salohiyat mavjud ziyoli qatlamning jamiyatda kechayotgan islohotlarga, voqea-hodisalarga munosabatida aks etadi. Bunday munosabatlar maydoni esa ommaviy axborot vositalaridir. Matbuot voqea-hodisalar haqida axborot, ma‘lumot yetkazish bilan cheklanmaydi, balki mavjud holatni tahlil, tadqiq qiladi, xulosalar chiqaradi, taklif-mulohazalarni keng jamoatchilik muhokamasiga taqdim etadi. Jamoatchilik vakillarini bahs-munozaraga undaydi. Tom ma‘nodagi ommaviy kommunikatsiya shu tariqa shakllanadi. Milliy intellektual salohiyat shaxsning, millatning, xalqning, jamiyatning va albatta, davlatning eng katta boyligi hisoblanadi.

Suveren O‘zbekiston o‘zini dunyo hamjamiyatining teng huquqli va teng ovoqli subyekti sifatida taqdim etish barobarida, rivojlanishning o‘ziga xos, betakror yo‘lini tanladi. Demokratik jamiyat qurish milliy taraqqiyot strategiyasining asosini tashkil etdi va bu jarayonda bosh islohotchi vazifasini

davlat rahbari o'z zimmasiga oldi. Har qanday mustaqil davlatning jahonga yuz tutishi, xalqaro mediamakonda tilga olinishi muqarrar ravishda davlat rahbarining nomi bilan bog'liq. Siyosiy yetakchilik nasib etgan shaxsning hayotiy maslagi, nuqtayi nazar, tajribasi, bilimi, vatanparvarligi va hokazo fazilatlar davlat mustaqilligining dastlabki pallasida jiddiy sinovdan o'tadi.

O'zbekiston ulkan islohotlar davrini boshdan kechiryapti. Yangi rahbariyat bozor iqtisodiyotini rag'batlantirish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, qo'shni mamlakatlar bilan aloqalarni qayta tiklash, rahbarlik lavozimlariga yosh texnokratlarni tayinlash kabi qator islohotlarni amalga oshirdi. Raqamli platformalar orqali O'zbekiston haqida tezkor, zamonaviy va vizual axborotlarni global auditoriyaga yetkazish imkoniyati kengaymoqda. YouTube, Instagram, Twitter, Facebook va TikTok kabi platformalarda davlatning turizm salohiyati, xalqaro forumlardagi ishtiroki, madaniy tadbirlar va innovatsion loyihalari yoritilmoqda. Bloggerlar, vloggerlar, mustaqil jurnalistlar ishtirokida olib borilayotgan PR ishlari ijtimoiy ongda ijobiy obraz shakllantirishga xizmat qilmoqda.

Global axborot maydonida raqobat keskinlashgan hozirgi davrda har bir davlat o'zining xalqaro miqyosdagi ijobiy qiyofasini shakllantirish va saqlab qolish uchun puxta axborot siyosatini yuritishga majbur. O'zbekiston Respublikasi ham mustaqillikka erishganidan so'ng, axborot sohasini rivojlantirishga, ayniqsa uning xalqaro yo'nalishlariga alohida e'tibor qaratdi. O'zbekiston hukumati so'nggi yillarda xorijiy OAV bilan hamkorlikda ishlash, xorijiy muxbirlarni mamlakatga taklif qilish, xalqaro axborot agentliklari bilan qo'shma loyihalar tashkil etish kabi tashabbuslarni yo'lga qo'ymoqda. Shuningdek, "Dunyo" axborot agentligi, O'zA, "Uzbekistan.travel" kabi manbalar xorijiy tillarda kontent ishlab chiqib, uni keng auditoriyaga taqdim etmoqda. Bu esa O'zbekistonning ochiqlik siyosatini amalda namoyon qiladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonning xalqaro imidjini mustahkamlashda ommaviy axborot vositalari hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Bu jarayonda OAV nafaqat ma’lumot yetkazuvchi vosita, balki xalqaro jamoatchilik ongida davlat qiyofasini shakllantiruvchi strategik resursdir. Shu bois, OAV faoliyatini takomillashtirish, raqamli texnologiyalardan unumli foydalanish, jurnalistlar malakasini oshirish va xalqaro media-hamkorliklarni kengaytirish orqali mamlakatimizning global obro‘cini yanada oshirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Abduqodirov A. (2020). O‘zbek matbuotining raqamli jurnalistikaga o‘tish jarayoni. Toshkent: O‘zbekiston Milliy universiteti nashriyoti.
2. Qodirov B. (2021). Axborot texnologiyalari va zamonaviy jurnalistika. Samarqand davlat universiteti nashriyoti.
3. Ismoilov M. (2019). Jurnalistikada raqamli innovatsiyalar va ularning istiqbollari. Toshkent axborot texnologiyalari universiteti nashriyoti.
4. Pavlik J. (2001). Journalism and New Media. Columbia University Press.
5. Singer J. B. (2018). Online Journalism: Modelling the First Twenty Years. Oxford University Press.
6. Karimov I.A. “Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch”. – T.: Ma’naviyat, 2008.
7. McQuail, D. “Mass Communication Theory”. – London: Sage Publications, 2010.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi.
9. www.dunyo.info – O‘zbekistonning xalqaro axborot agentligi rasmiy sayti.
10. www.euronews.com – Yevropaning yirik axborot tarmog‘i.