

MAMLAKAT IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA XALQARO VA MILLIY OAV IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH USULLARI

Xolmurodova Ruxshona Rustam qizi

Jahon iqtisodiyot va diplomatiya universiteti

Xalqaro munosabatlar fakulteti

Siyosatshunoslik yo'nalishi 3-kurs talabasi

Annotatsiya: *Ushbu maqola mamlakatning imijini shakllantirishda OAVning o'rnini tahlil qiladi. OAV, ya'ni ommaviy axborot vositalari, davlat va jamiyat o'rtasidagi aloqa vositasi sifatida muhim rol o'ynaydi. Maqolada OAVning mamlakat imijini qanday qilib yaratishi, mustahkamlashi yoki aksincha, zarar yetkazishi mumkinligi ko'rib chiqiladi. Shuningdek, turli xil OAV turlari (televideniye, radio, internet va bosma nashrlar) orqali axborot tarqatish jarayonlari va bu jarayonlarning ijtimoiy va siyosiy kontekstdagi ahamiyati muhokama qilinadi. OAVning mamlakat imijiga ta'siri misollar bilan yoritilib, uning ijobiy va salbiy tomonlari tahlil etiladi. Maqola, shuningdek, OAVning mas'uliyatli axborot tarqatishdagi roli va mamlakat imijini yaxshilash uchun zarur bo'lgan strategiyalarni taklif etadi.*

Kalit so'zlar: *OAV, mamlakat imiji, ijtimoiy tarmoq, konsepsiya, mamlakat brendi, konferensiya, diplomatik, turizm, global auditoriya, iqtisodiy inqiroz.*

Annotation: *This article analyzes the role of mass media in shaping the image of the country. Media plays an important role as a means of communication between the state and society. The article examines how the mass media can create, strengthen or, on the contrary, harm the image of the country. Also, information dissemination processes through different types of mass media (television, radio, internet and print media) and the importance of these processes in the social and political context are discussed. The influence of mass media on the image of the country is highlighted with examples, and its positive and negative aspects are analyzed. The article also suggests the media's role in responsible information dissemination and strategies needed to improve the country's image.*

Keywords: *mass media, country image, social network, concept, country brand, conference, diplomatic, tourism, global audience, economic crisis.*

Аннотация: *В данной статье анализируется роль средств массовой информации в формировании имиджа страны. СМИ играют важную роль как средство коммуникации между государством и обществом. В статье рассматривается, как средства массовой информации могут создать, укрепить или, наоборот, навредить имиджу страны. Также обсуждаются процессы распространения информации через различные виды средств массовой информации (телевидение, радио, Интернет и печатные СМИ) и важность этих процессов в социальном и политическом контексте. На примерах показано влияние средств массовой информации на имидж страны, анализируются его положительные и отрицательные стороны. В статье также предлагается роль СМИ в*

ответственном распространении информации и стратегии, необходимые для улучшения имиджа страны.

Ключевые слова: *СМИ, имидж страны, социальная сеть, концепция, бренд страны, конференция, дипломатия, туризм, глобальная аудитория, экономический кризис.*

KIRISH

Ommaviy axborot vositalari zamonaviy jamiyatda muhim rol o'ynaydi, chunki ular axborotni tarqatish, fikrlarni shakllantirish va ijtimoiy munosabatlarni rivojlantirishda asosiy vosita hisoblanadi.⁵⁶ Mamlakatning imiji, ya'ni uning xalqaro maydondagi obro'si va qabul qilinishi, ko'p jihatdan OAV faoliyatiga bog'liq.⁵⁷ OAV mamlakatlar o'rtasidagi madaniy, siyosiy va iqtisodiy aloqalarni yoritib, jamoatchilik fikrini shakllantiradi va davlatlar haqidagi tasavvurlarni yaratadi.⁵⁸ Ushbu maqolada OAVning mamlakat imijini shakllantirishdagi o'rni, uning ijobiy va salbiy ta'sirlari, shuningdek, axborot tarqatish jarayonlaridagi mas'uliyatli yondashuvlar ko'rib chiqiladi. OAVning kuchli ta'siri bilan bir qatorda, bu vositalarning qanday qilib mamlakatlarning global maydondagi obro'sini oshirish yoki pasaytirishi mumkinligi haqida ham fikr yuritamiz. Mamlakatlarning rivojlanishi va xalqaro munosabatlarda muvaffaqiyati ko'p jihatdan OAVning qanday ishlashiga bog'liq bo'lganligi sababli, ushbu mavzu dolzarbligini saqlab qoladi.⁵⁹

Tahlil va natijalar

Mamlakat imiji ma'lum bir mamlakatning xalqaro doiradagi obro'si bo'lib, uning xalqaro doirada qay tarzda qabul qilinishi va davlatlar orasidagi o'rnini belgilab beradi. Yaqin yillar oralig'ida mamlakat imijini shakllantirishda OAVning o'rni juda kattadir. Chunki dunyo hozir axborot ko'lami va yildan yilga rivojlanib, o'zgarib borayotgan davrda yashayapti. Xalqaro doirada OAVdan foydalanish mamlakatning dunyo hamjamiyatida keng imkoniyatlarni ochadi. Misol uchun, iqtisodiy o'sish, yangi investitsiyalarning jalb qilinishi, xalqaro doiradagi loyihalarda bosh o'rinlarda ishtirok etish kabi muhim istiqbolni mamlakat oldiga qo'yadi.⁶⁰ Milliy doirada esa siyosiy barqarorlikni ta'minlash, turizm sohasini rivojlantirish, mamlakatning chekka-chekka hududlarida axborot almashinishi ta'minlash va ta'lim sifatini yuqori darajada yaxshilash imkoni beradi.⁶¹

Mamlakat imijini asosan ijtimoiy tarmoqlar va raqamli marketing belgilab beradi. Ayniqsa, Facebook, Instagram, Twitter kabi ijtimoiy tarmoq vositalari mamlakatning global maydonda o'z imijini shakllantirish uchun kuchli platform hisoblanadi.⁶² Ushbu tarmoqlar orqali mamlakat o'z tarixiy boyligini va madaniy merosini, go'zal manzaralarini keng auditoriyaga namoyish qila oladi.⁶³

⁵⁶ Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th ed., London: SAGE Publications, 2010.

⁵⁷ Simon Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Palgrave Macmillan, 2007.

⁵⁸ Manuel Castells, *Communication Power*, Oxford University Press, 2009.

⁵⁹ Anthony Giddens, *Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives*, Routledge, 2000.

⁶⁰ John Tomlinson, *Globalization and Culture*, University of Chicago Press, 1999.

⁶¹ Kevin Dinnie, *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*, 2nd ed., Routledge, 2015; shuningdek Kotler & Gertner, 'Country as brand, product, and beyond', *Journal of Brand Management*, 2002.

⁶² N. Papadopoulos & L. Heslop, 'Country equity and country branding', *Journal of Brand Management*, 2002.

⁶³ Melissa Aronczyk, *Branding the Nation: The Global Business of National Identity*, Oxford University Press, 2013.

Yaqin kunlarda O'zbekistonda xalqaro maydondagi ijobiy imijini mustahkamlash konsepsiyasi davlatimiz prezidenti tomonidan qabul qilindi.⁶⁴ Aynan bu konsepsiyada O'zbekiston o'zining keyingi yillardagi taraqqiyot yo'lini belgiladi. Bu harakatlar jahon hamjamiyatida yurtimizda turli jabhalarda ijobiy o'zgarishlar olib borilayotgani ko'rsatilgan.⁶⁵ Shuningdek, bu konsepsiya O'zbekistonni demokratik va huquqiy erkin davlat sifatida rivojlanayotgani dunyo oldida isbotlaydi. Siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy doiradagi rivojlanish, dunyodagi yetakchi davlatlar bilan xalqaro doiradagi hamkorlikni yo'lga qo'yish va yer sharining turli burchaklaridan investorlarni o'ziga jalb qilish uchun eng qulay sharoitlarni shakllantirayapti. Xalqaro maydonda yurtimizning jozibali imijini yaratish va tanitish orqali mintaqaviy va global doirada hamkorlikni kuchaytirish belgilangan. Bu esa, O'zbekiston Respublikasining xalqaro tashabbuslarni mintaqaviy ravishda qo'llab-quvvatlanishiga erishish hamda shu orqali o'z suverenitetini va barqarorligini ta'minlashga yordam beradi. Shu bilan birga, boy islomiy sivilizatsiyani keng doirada rivojlantirish bu O'zbekistonning xalqaro imijini shakllantiradi.

Xalqaro OAVlaridan foydalangan holda, iqtisodiyotning liberallashtirish va diversifikatsiya qilinishi iqtisodiy o'sishni yuqori ko'rsatkichlarini va mamlakatning modernizatsiya jarayonini tezlashtiradi. Ayniqsa, kichik biznesning va qishloq xo'jaligining rivojiga ulkan hissa qo'shadi. Mamlakatning imiji turli sohalarda o'z brendi yaratishga imkon beradi. "Made in Uzbekistan" brendi yuqori sifatli ishlab chiqarishni shakllantirish, umumjamiyatda yuqori obro'ni beradi va eksportni rivojlantiradi.⁶⁶

Kuchli ijtimoiy siyosat, aholining bandligi, jamiyatda ayollarning roli, aholi farovonligining oshishi va eng muhimi taraqqiyotning yuqori cho'qqisini zab etish yurtimizning nufuzli tashkilot va ittifoqlardagi o'rnini belgilaydi. Bundan ko'rinib turibdiki, mamlakatimiz nisbatan jahonda salbiy qarashlar butkul yo'qolib bormoqda va dunyo yurtimizning qanchalik ro'yojlangan mamlakat bo'lganini tan oldi.⁶⁷

Hozirgi kunda yurtimizning eng chekka hududlarida ham raqamli marketing yetakchi soha bo'lib kelmoqda. Ayniqsa, bu mamlakatning ichidagi ijtimoiy muhitni ham ijobiy tarafga o'zgartirdi. Axborot almashinishining rivojlanishi ta'lim sohasida yaqqol namoyon bo'ldi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali aholiga tez va sifatli axborot yetkazilishi, ayniqsa vatanimizning dunyo hamjamiyatidagi yutuqlarining keng darajada yoritib berilishi fuqarolar o'rtasidagi hamjihatlik va birlikni rivojlantiradi.⁶⁸

Mamlakat imijini rivojlantirishda tadbirlar, festivallar va konferensiyalarning tashkil etilishi ham samarali natijalarni beradi. Bu turdagi tadbirlar orqali davlatning xalqaro miqyosdagi roli oshadi va eng muhimi dunyoning turli burchaklaridagi insonlarda

⁶⁴ Abdullayeva, S., Karimov, B. and Tursunova, M. (2024) 'O'zbekistonning xalqaro imij strategiyasi', Tashqi siyosat va diplomatiya, 3(2), pp. 45–62. Available at: <https://lex.uz> (Accessed: 26 October 2025).

⁶⁵ Office of the President of the Republic of Uzbekistan (2024) O'zbekistonning xalqaro imijini mustahkamlash bo'yicha farmon va konsepsiyalar. Available at: <https://president.uz> (Accessed: 26 October 2025).

⁶⁶ Office of the President of the Republic of Uzbekistan (2024) O'zbekistonning xalqaro imijini mustahkamlash bo'yicha farmon va konsepsiyalar. Available at: <https://president.uz> (Accessed: 26 October 2025).

⁶⁷ Kotler, P. and Gertner, D. (2002) 'Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective', Journal of Brand Management, 9(4–5), pp. 249–261.

⁶⁸ Anholt, S. (2007) Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

davlatga tashrif buyurishga nisbatan qiziqish uyg'otadi. Turizmning rivojlanishi mamlakatning urf-odatlarini dunyoga tanitishga yordam berib kelmoqda.⁶⁹

Zamonaviy globalizatsiya davrida mamlakatlar o'rtasidagi raqobat nafaqat siyosiy, iqtisodiy, diplomatik balki axborot almashish sohasida ham kuchli o'rin egallaydi. Bu borada har bir davlat o'z obro'sini oshirishga intiladi. Chunki bu obro' xalqaro munosabatlar, diplomatik aloqalar va axborot asri yetakchiligida alohida ahamiyatga egadir. OAV, xususan, mamlakatlar o'rtasidagi iqtisodiy va siyosiy aloqaning ham kuchayishiga yordam beradi. Masalan, iqtisodiy inqiroz va siyosiy beqarorlik davrida tez va oson axborot uzatish orqali xalqaro doiradan investitsiyalarni qabul qilish va hamkorlikni kuzatishga yordam beradi.⁷⁰

Mamlakat ichki hududida demokratiya va siyosiy jarayonlarning rivojlanishida ommaviy axborot tarmoqlari muhim vazifani bajaradi. Ya'ni, fuqarolar bu orqali o'z fikrlarini to'g'ridan-to'g'ri ifodalash huquqiga ega bo'lishadi. Mamlakatdagi siyosiy voqealarni yoritish hamda, hukumat bilan ochiq-oydin aloqa o'rnatish orqali OAV demokratik aloqalarni mustahkamlaydi. Ijtimoiy yordam ko'rsatishning ham qulay shakllari aholiga ko'mak tarzda tashkillashtirilishida OAVning o'rni katta. Misol uchun, OAVning erkinligi va senzuraning bekor qilinishi (faqat istisno vaziyatlardan tashqari) demokratik tuzumning rivojlanishiga yordam beradi.⁷¹

Shu asosda, globalizatsiya jarayonida turli madaniyatlar o'rtasida keskin nizolar kuchaymoqda. Ammo, OAV orqali amalga oshirilgan madaniyatlar almashinuvi orqali mamlakatda madaniy diversifikatsiya oshadi va xalqlar o'rtasidagi bog'liqlik kuchayadi. Buning yaqqol misoli, sharq madaniyati va g'arb madaniyati yaqin o'tmishda turli xil madaniyat almashinuvi asosida o'z madaniyatlarini boyitishmoqda.

Mamlakatdagi xavfsizlik masalasi ham axborot vositalarisiz juda ham qiyim muammo bo'lishi mumkin edi. Har bir sohada qo'llanilgani kabi aholini turli xil bo'ladigan xavflardan ogohlantirish ham OAVning eng katta vazifasidir. Xalqaro maydonda mamlakat o'z imijini aholisi tinch va farovon holda yashasagina rivojlantira oladi. Afsuski, axborot tarmoqlarida turli xil urushlar aks etgan lavhalar ham yo'q emas. Ayniqsa, biz kabi bir musulmon davlatda o'z zug'umini o'tkaziyotgan Isroil davlati o'z zolimliklarini deyarli har soniya internet tarmoqlariga joylamoqda. Ba'zi bir nomaqbul kimsalarning qarashlariga ko'ra qaysidir davlat boshqa bir davlatning ustidan o'z gegemonligini o'rnatasa, shu hol u o'z obro'si va imijini olamga tanitadi. Lekin, bu mutlaqo noto'g'ri talqin qilingan tushunchadir. Agarda bir mamlakat boshqa mamlakatga urush uyushtirdimi shu mamlakatning o'zida ham tinchlik yo'qoladi. Bu kabi insonlar OAVlaridan noto'g'ri maqsadda, o'z imijini yaratishda foydalanishmoqda.⁷²

OAVning yana bir nuhim ahamiyati bu kichik mamlakatlarning rivojlanishida ustuvor yo'nalishlarni belgilashidir. Kichik davlatlarda ko'pincha resurslar cheklangan bo'ladi, bu jabhada axborot vositalari mamlakatga o'z madaniy va iqtisodiy

⁶⁹ UNESCO (2023) Digital Learning and Transformation of Education: 2022–2023 Report. Paris: UNESCO Publishing. Available at: <https://unesdoc.unesco.org> (Accessed: 26 October 2025).

⁷⁰ Tomlinson, J. (1999) Globalization and Culture. Chicago: University of Chicago Press.

⁷¹ Dinnie, K. (2015) Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. 2nd edn. London: Routledge.

⁷² Habermas, J. (1989) The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Translated by T. Burger. Cambridge, MA: MIT Press.

imkoniyatlarini global auditoriyaga tanitish imkonini beradi. Bu jarayon kichik mamlakatlarga xalqaro maydondan investitsiyalar oqib kelish jarayoni tezlatadi.⁷³

Endi esa OAVning ba'zi bir salbiy oqibatlarini ko'rib chiqamiz. Ijobiy yangiliklar tarqatish va diplomatik aloqalarning OAVlari keng rivojlanishi mamlakatning ijobiy imijiga qanchalik yaxshi ta'sir qilsa, salbiy ma'lumotlarning tarqatilishi mamlakat obro'sini tushirib yuboradi. Ayniqsa, ma'lum bir mamlakatdagi islom fundamentalizmi mamlakatni parokandalikka olib kelashi va bu jarayonning globallashgan dunyoga ta'siri ham aynan OAV orqalidir. To'g'ri ba'zi bir mamlakatlarda bu kabi ma'lumotlarning tarqatilishiga senzura o'rnatilgan, ammo Suriya, Shom va Iroq kabi davlatlar bundan holidir.⁷⁴

Umumiy hisobda, OAVdan foydalanish mamlakat imijini kuchli potensialda shakllantiradi. Axborot almashishdan tortib, iqtisodiy rivojlanishgacha, ijtimoiy va siyosiy sohagda ta'sir qilishigacha hamda madaniyat va urf-odatlarini global auditoriyaga taqdim qilishdan tortib ta'lim sohasining rivojlanishigacha keng imkoniyatlarni OAV bizga beradi. Shu tariqa, axborot almashinish orqali jahon ham jamiyatida rivojlanish va mustahkam aloqa kuchayadi.

OAVning kuchli ta'siri bilan birga uning yomon ta'sirlarini ham hisobga olgan holda e'tiborli tarzda faoliyat yuritish darkor. Ayniqsa, mamlakatning imijini shakllantirishda OAVdan ehtiyotkorlik bilan foydalangan maqulroq. Bu vaziyatda ijtimoiy muammolar va globallashish jarayonida balansni tanlash muhimdir.

Shu tarzda, zamonaviy va axborot tezligi yuqori bo'lgan dunyoda OAVdan ehtiyotkorlik bilan foydalanish muhimdir. Dunyoda mamlakat imijini belgilovchi sifatida OAV muhim ahamiyat kasb etmoqda va yaqin kelajakda ham bu jarayonning davom etishi yer yuzida tan olingan. Jahonda yangi dunyo tartibotini aynan OAV quradi.

Xulosa

Ommaviy axborot vositalari mamlakatning imijini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ular axborotni tarqatish, jamoatchilik fikrini shakllantirish va xalqaro aloqalarni rivojlantirishda asosiy vosita sifatida xizmat qiladi. OAV orqali mamlakatlar haqidagi tasavvurlar, madaniy qadriyatlar va siyosiy holatlar keng ommaga yetkaziladi, bu esa global miqyosda davlatlarning obro'sini oshirish yoki pasaytirishga olib kelishi mumkin.

Ijobiy yondashuvlar OAVning mamlakatning turizm, investitsiya va diplomatik aloqalarini mustahkamlashga yordam berishini ko'rsatadi. Biroq, salbiy ta'sirlar ham mavjud bo'lib, noto'g'ri yoki bir tomonlama axborot tarqatilishi mamlakatning imijini zararli ravishda o'zgartirishi mumkin. Shuning uchun OAVning mas'uliyatli ishlashi va axborotning haqqoniyligi muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, OAV mamlakatlarning global maydondagi muvaffaqiyati va rivojlanishida ajralmas omil bo'lib qoladi, shuning uchun ularning faoliyatini doimiy ravishda nazorat qilish va takomillashtirish zarur.

⁷³ Herman, E.S. and Chomsky, N. (1988) *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

⁷⁴ Nye, J.S. Jr. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Aronczyk, M. (2013) *Branding the Nation: The Global Business of National Identity*. Oxford: Oxford University Press.
2. Castells, M. (2009) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
3. Office of the President of the Republic of Uzbekistan (2024) *O'zbekistonning xalqaro imijini mustahkamlash bo'yicha farmon va konsepsiyalar*. Available at: <https://president.uz> (Accessed: 26 October 2025).
4. Abdullayeva, S., Karimov, B. and Tursunova, M. (2024) 'O'zbekistonning xalqaro imij strategiyasi', *Tashqi siyosat va diplomatiya*, 3(2), pp. 45–62. Available at: <https://lex.uz> (Accessed: 26 October 2025).
5. Kotler, P. and Gertner, D. (2002) 'Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective', *Journal of Brand Management*, 9(4–5), pp. 249–261.
6. Anholt, S. (2007) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
7. UNESCO (2023) *Digital Learning and Transformation of Education: 2022–2023 Report*. Paris: UNESCO Publishing. Available at: <https://unesdoc.unesco.org> (Accessed: 26 October 2025).
8. Tomlinson, J. (1999) *Globalization and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
9. Dinnie, K. (2015) *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. 2nd edn. London: Routledge.
10. Habermas, J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Translated by T. Burger. Cambridge, MA: MIT Press.
11. Herman, E.S. and Chomsky, N. (1988) *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
12. Nye, J.S. Jr. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.
13. Human Rights Watch (2011) *Syria: Crimes Against Humanity in Homs*. New York: Human Rights Watch. Available at: <https://www.hrw.org/report/2011/11/11/syria-crimes-against-humanity-homs> (Accessed: 26 October 2025).
14. Human Rights Watch (2024) *World Report 2024: Events of 2023*. New York: Human Rights Watch. Available at: <https://www.hrw.org/world-report/2024> (Accessed: 26 October 2025).
15. Time Magazine (2024) 'Disinformation and War Coverage in the Digital Age', *Time*, April 2024. Available at: <https://time.com> (Accessed: 26 October 2025).
16. Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th ed., London: SAGE Publications, 2010.

17. Simon Anholt, Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions, Palgrave Macmillan, 2007.
18. Manuel Castells, Communication Power, Oxford University Press, 2009.
19. Anthony Giddens, Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives, Routledge, 2000.
20. John Tomlinson, Globalization and Culture, University of Chicago Press, 1999.
21. Kevin Dinnie, Nation Branding: Concepts, Issues, Practice, 2nd ed., Routledge, 2015; shuningdek Kotler & Gertner, Country as brand, product, and beyond', Journal of Brand Management, 2002.