

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ШАРҚШУНОСЛИК ИНСТИТУТИ,
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ,
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ
ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ DSc.27.06.2017.Fil.21.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ
КЕНГАШ АСОСИДА БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

АЛИМОВ БЕРУНИЙ СУЛТОНОВИЧ

**ХОРИЖИЙ ВА МИЛЛИЙ ОММАВИЙ АХБОРОТ
ВОСИТАЛАРИДА ЎЗБЕКИСТОН ИМИЖИНИ ЯРАТИШ ТАМОЙИЛЛАРИ
ВА ИСТИҚБОЛИ
(1991-2017 йиллар ОАВ материаллари мисолида)**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент шаҳри – 2018

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации
доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

**Contents of Dissertation Abstract of the
Doctor of Philosophy (PhD) on Philological sciences**

Алимов Беруний Султонович

Хорижий ва миллий оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистон имижини яратиш
тамойиллари ва истиқболи (1991-2017 йиллар ОАВ материаллари
мисолида).....

Алимов Беруний Султонович

Перспективы и принципы формирования имиджа Узбекистана в иностранных и
национальных средствах массовой информации (на примере материалов СМИ
1991-2017 годов).....

Alimov Beruniy Sultonovich

Principles and perspectives of formation of Uzbekistan's image in the foreign and
national mass media (in the case of media materials during the period of 1991-2017).

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works.....

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ШАРҚШУНОСЛИК ИНСТИТУТИ,
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ,
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ
ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ DSc.27.06.2017.Fil.21.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ
КЕНГАШ АСОСИДА БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

АЛИМОВ БЕРУНИЙ СУЛТОНОВИЧ

**ХОРИЖИЙ ВА МИЛЛИЙ ОММАВИЙ АХБОРОТ
ВОСИТАЛАРИДА ЎЗБЕКИСТОН ИМИЖИНИ ЯРАТИШ ТАМОЙИЛЛАРИ
ВА ИСТИҚБОЛИ
(1991-2017 йиллар ОАВ материаллари мисолида)**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент шаҳри – 2018

Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертация мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2017.1.PhD/Fil101 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетиде бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз(резюме)) Илмий кенгаш веб-саҳифасида (www.uzswlu.uz) ҳамда «ZiyoNet» ахборот-таълим порталида (www.ziyounet.uz) жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:

Досмухамедов Хуршид Набиевич
филология фанлари доктори

Расмий оппонентлар:

Ирназаров Қудрат Тўғонович
тарих фанлари доктори

Бабаджанова Гулнара Наджимовна
филология фанлари номзоди

Етакчи ташкилот:

Бердак номидаги Қорақалпоқ давлат
университети

Диссертация ҳимояси Тошкент давлат шарқшунослик институти, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети, Ўзбекистон Миллий университети ҳузуридаги илмий даражалар берувчи DSc.27.06.2017.Fil.21.01 рақамли илмий кенгаш асосида 10.00.09 – Журналистика (филология фанлари бўйича) ихтисослиги бўйича бир марталик илмий кенгашнинг 2018 йил «___» _____ соат _____даги мажлисида бўлиб ўтади. (Манзил: 100047, Тошкент, Шаҳрисабз кўчаси, 16- уй. Тел.: (99871) 233-45-21; факс: (99871) 233-52-24; e-mail: sharq_ilmiy@mail.ru.

Диссертация билан Тошкент давлат шарқшунослик институтининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (_____ рақами билан рўйхатга олинган). Манзил: 100047, Тошкент, Шаҳрисабз кўчаси, 16- уй. Тел.: (99871) 233-45-21.

Диссертация автореферати 2018 йил «___» _____ куни тарқатилди.
(2018 йил «___» _____ даги _____ рақамли реестр баённомаси).

Маннонов Абдурахим Муталович
Илмий даражалар берувчи бир марталик
илмий кенгаш раиси, ф.ф.д., профессор

Омонов Қудратилла Шарипович
Илмий даражалар берувчи бир марталик
илмий кенгаш илмий котиби, филол.ф.д.

Мўминов Файзулла Абдуллаевич
Илмий даражалар берувчи бир марталик
илмий кенгаш қошидаги илмий семинар
раиси, филол.ф.д., профессор

КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурлиги. Жаҳон медиа маконида мамлакатлар имижини яратишнинг асосий таркиблари, уларни муттасил такомиллаштириш технологияларини ишлаб чиқиш, PR агентлари, маркетингга бўлган эҳтиёжни янада кучайтирди. Бу борада хорижий оммавий ахборот воситаларининг объекти сифатида лидер харизмаси, халқ дипломатияси, туризм, инвестицион муҳит, спорт масалаларини ахборий жараёнлар тезлашуви кесимида ёритиш муҳим аҳамият касб этади.

Жаҳонда мамлакат медиа имижини яратиш ва уни такомиллаштириш, ташқи медиа тарғиботнинг назарий асосларини шакллантириш, бу борада аудиовизуал журналистика, интернет-газеталар, ОАВ сифатида давлат рўйхатидан ўтган веб-сайтлар фаолиятини тадқиқ этиш, шакллантириш тамойиллари ва истиқболи билан боғлиқ муаммоларни илмий асослаб бериш алоҳида аҳамиятга моликдир. Бироқ глобаллашув жараёнларида мустақиллиги ва давлатчилигидан воз кечган – хаосга айланган жамиятлар эмас, балки тўлақонли давлат сифатида шаклланган, ўз ягона қиёфаси, ўз имижини, худуди, тараққиёт йўналишларини аниқ белгилаб олган давлатларнинг фаол ривожланишини асослаб бериш заруратини изоҳлайди.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлатиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг 5.2 бўлими «Ўзбекистон Республикасининг халқаро нуфузини мустаҳкамлаш, мамлакатда олиб борилаётган ислохотлар тўғрисида жаҳон ҳамжамиятига холис ахборот етказиш»¹ каби вазифалар белгилаб берилган. Бу, ўз навбатида медиа маконда Ўзбекистон мавзусининг алоҳида мавқе ва миқёсга кўтарилиши мамлакатимизнинг ташқи имижини ошириш билан боғлиқ илмий-амалий ва ижодий масала сифатида мутахассислар томонидан тадқиқ этилиши халқаро журналистика мезонлари кесимида ҳамда миллий қадриятларимиз билан боғлиқ ҳолда баҳо беришнинг кенг имкониятларини ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этади.

Ўзбекистон Республикасининг «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида» (1997), «Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида»ги (2014) қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Замонавий ахборот-коммуникация технологияларини янада жорий этиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2012 йил 21 мартдаги ПҚ-1730-

¹ Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2017 йил 7 февраль // «Халқ сўзи». 2017 йил 8 февраль.

сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Приезидентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармонида, шунингдек, мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялар ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Мазкур тадқиқот республика фан ва технологиялар ривожланишининг 1. «Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари» устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Жаҳон медиа маконида мамлакат имижини мавзуси атрофича ўрганилган. Т.Парсонс, Е.Юдина, С.Анхольт, Д.Клименко, М.Назаров, И.Сушненкова, М.Кастельс, А.Глепбергенова² сингари олимлар томонидан олиб борилган тадқиқотлар эътиборга молик. Россиялик мутахассис олим И.А.Василенконинг қайд этишича, «Ҳозирги шароитда исталган давлатнинг кучи ва таъсири унинг ахборот маконидаги ўрни билан бевосита боғлиқдир»³. Тадқиқотчи И.А.Сушненкова эса айнан ушбу нуқтаи назарни қуйидагича тасдиқлайди: «Бугун жаҳонда у ёки бу субъектнинг муваффақиятли фаолият олиб бораётганлигини унинг ахборот маконида қандай тақдим этилганлиги ва унинг қандай имижга эга эканлиги билан баҳолаш мумкин»⁴.

Юқорида санаб ўтилган ва шу сингари бошқа манбаларда тадқиқотимиз предмети, яъни, мамлакатнинг халқаро медиа имижини шакллантириш масалалари

² Парсонс Т. О структуре социального действия. – М., Академический проект, 2000. – 880с.; Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения): Автореф. дисс. докт. соц. наук. – М., 2008; Anholt, Simon; Hildreth, Jeremy. Brand America: The Mother of All Brands. CYAN Communications, 2004 - Business & Economics. – 192 p.; Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России // ["Вестник Московского университета"](#). Сер. 10: Журналистика. №1, – М., 2010. – 174 с.; Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 2000.; Сушненкова И.А. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджмейкинга. // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 50-й международной научной конференции. – СПб, 2011. – 238 с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ., под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М., ГУ ВШЭ, 2000; Данаева З. Имидж страны. Страновой брендинг / Электронное издание//www.zakon.kz.; Галумов Э.А. Международный имидж России: Стратегия формирования. – М., Известия, 2003. – 446 с.; Глепбергенова А. Страновой имидж: учебное пособие для студентов бакалавриата университетов, обучающихся по специальности «Журналистика», «Связь с общественностью». – Алматы: Казак университеті, 2011. – 78 с.

³ Василенко И.А. Геополитика современного мира. – М., 2006. – 317 с.

⁴ Сушненкова И.А. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджмейкинга // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 50-й международной научной конференции. – СПб., 2011. – С.238.

алоҳида мавзу сифатида махсус ўрганилмаган, яхлит шаклда таҳлилга тортилмаган⁵. Миллий манфаатлардан келиб чиққан ҳолда халқаро медиа маконда Ўзбекистон билан боғлиқ ахборот оқимини ўрганиш, мавжуд тажрибани умумлаштириш, шаклланган тенденцияларни таҳлил қилиш, айрим кўзга ташланадиган нуқсонларнинг олдини олиш борасида нафақат илмий тадқиқотлар, балки алоҳида, мақсадли ишлар ҳам деярли учрамайди.

Тадқиқотнинг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Тадқиқот мавзуси Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг «Халқаро журналистика назарияси ва амалиётининг долзарб масалалари» мавзусида олиб борилаётган истиқболли илмий тадқиқот ишлари доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади хорижий ва миллий оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистон имижини яратиш тамойилларини такомиллашти-ришдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

ҳозирги «ахборот асри» шароитида хорижий ва миллий медиа маконда мустақил Ўзбекистон имижининг яратилиш жараёнлари, тенденциялари ва принципларини ўрганиш ҳамда уни янада такомиллаштириш йўллари кўрсатиб бериш;

Ўзбекистон давлати халқаро медиа тарғиботининг назарий асосларини мустаҳкамлаш ва шакллантириш;

мамлакат имижини шакллантиришда ОАВ соҳасига замонавий ахборот коммуникация технологияларини янада кенг жорий этиш чораларини аниқлаш;

халқаро медиа маконда Ўзбекистон имижини шакллантириш соҳасида аудиовизуал журналистиканинг, жумладан, интернет-газеталар ҳамда ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган миллий веб-сайтлар фаолиятини таҳлил қилиш;

мамлакатимизнинг медиа имижини яратишга доир ОАВ мақолаларида ижодий маҳоратнинг ўрни ва аҳамиятини таъкидлаш;

миллий манфаатлардан келиб чиққан ҳолда турли ахборот хуружлари билан боғлиқ салбий тенденцияларни, ёш мустақил давлатлар ҳақида оммавий ахборот тарқатишда холислик меъёрларини сақлаш принципларини яратиш;

⁵ Қаранг: Мухаммад аль-Бухари. Рекламование и международные связи с общественностью. – Т., Университет, 2009; Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Т., Заг qalam, 2003; Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. – Т., 2007; Қудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. – Т., 2010; Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. – Т., Ўзбекистон, 2011; Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т., Art paper business, 2012; Қосимова Н., Раҳимова Ф. Нодавлат ноижорат ташкилотлар имижини шакллантириш: назария ва амалиёт. – Т., 2015; Бобожонов Ф. Шахс имижини. – Т., Янги аср авлоди, 2017. – 112 б.

мамлакат имижини мустаҳкамлаш борасида миллий ОАВ фаолиятида тўпланган тажрибалар, ютуқлар ва йўл қўйилаётган айрим камчиликлар ҳамда муаммоларни таҳлил этиш, уларнинг ечимига доир фикрлар, хулосалар ва таклифлар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти хорижий ва миллий оммавий ахборот воситаларида мустақил Ўзбекистон медиа имижини.

Тадқиқотнинг предмети мустақиллик даври хорижий ва миллий оммавий ахборот воситаларида мамлакат имижига доир қарашлар, тенденциялар, ёндашувлар ва тамойиллар.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқот жаҳон ва ўзбек журналистика илмида синовдан ўтган қиёсий, социологик, мантикий-экспериментал, ахборот-таҳлил, тизимли функционал ва адабий таҳлил усуллари асосида бажарилди.

Диссертация тадқиқотининг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

барқарор константа асосида мамлакат медиа имижини яратиш ва шакллантириш мезонлари тарихий, ижтимоий, сиёсий, маданий-маърифий шарт-шароитлар бўйича такомиллаштирилган;

дифференциал ёндашув асосида мамлакат медиа имижини ривожлантириш, истиқболни белгилаш, конструктив механизмлари бўйича адаптация шартлари аниқлаштирилган;

Ўзбекистоннинг медиа имижига доир ОАВ материаллари намуналари Ғарб, МДХ ва Осиё мамлакатлари бўйича қиёсий таҳлил асосида туркумлаштирилган;

Ўзбекистон шароитида «худудий имиж»нинг ўзига хослиги «ислом маданияти пойтахти», «кўҳна цивилизация бешиги», «ҳаво дарвозаси», «янги саноат маркази» бўйича миллий, диний, маърифий ва иқтисодий хусусиятларига кўра концептуал ёндашув асосида аниқлаштирилган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

ҳалқаро медиа маконда мустақил Ўзбекистон нуфузини мустаҳкамлаш, ахборот оқимларини мувофиқлаштириш, жаҳон медиа маконини республика ҳақидаги холис маълумотлар билан таъминлаш мезонлари аниқланган;

мамлакатимиз ҳақида мунтазам ахборот тарқатувчи агентликлар ва муаллифлар материалларини қиёсий таҳлил этиш тамойиллари асосида мамлакат медиа имижини яратишда журналистнинг профессионал маҳорати ва касб этикаси меъёрлари аниқланган;

мамлакат медиа имижини шакллантиришда аудиовизуал журналистика ва ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган миллий веб-сайтлар фаоллигини ошириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

«Жаҳон медиа маконида мамлакат имижини ривожлантириш имкониятлари ва журналистикада маҳорат масалалари», «Мамлакат медиа имижини ривожлантиришда миллий оммавий коммуникация воситаларининг ўрни: назарий ва амалий аспекти» номли назарий-услубий қўлланмалар ҳамда «Истиқлолга бошлаган дарға. Мустақил Ўзбекистоннинг Биринчи Президенти Ислон Каримов сиймосига чизгилар» номли илмий-оммабоп рисола нашр этилган;

журналистика йўналишида таҳсил олаётган талабаларнинг ижодий маҳорат сирларини эгаллаш, жумладан, журналистик матн ёзиш, юқори савиядаги публицистик асар яратиш ва малакали таҳрир қилиш шартларини эгаллашга доир услубий тавсиялар тизими яратилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончилиги. Ҳар бир ёш мустақил давлат алоҳида тарихий, ижтимоий-сиёсий, маданий, иқтисодий воқеа эканлиги, Ўзбекистон Республикаси истиқлолга эришгач мамлакатимиз ва халқимиз ҳаётига доир матбуот материалларининг кўпайганлиги, Ўзбекистон мавзусидаги хорижий ОАВ чиқишларининг эволюцияси ва давлат медиа имижини тушунчаларининг тавсифлангани, Ўзбекистон мавзусидаги хорижий ОАВ чиқишлари таснифлангани, уларга доир тенденциялар, принциплар умумлаштирилгани, Ўзбекистон мавзусидаги ёзувчи муаллифлар, экспертлар доираси ўрганилгани, уларнинг ижодий маҳорати ва ўзига хосликлари, шунингдек, Ўзбекистон мавзусида ёзувчи муаллифлар ижодида холислик, журналист этикаси масалаларининг тадқиқ этилганлиги билан асосланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.

Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти чиқарилган назарий хулосалар, хорижий ва миллий медиа маконда Ўзбекистон имижини шакллантиришнинг таркибий асослари ҳамда уларнинг ривожланиш тамойиллари ҳақидаги мавжуд қарашлар ва маълумотларни тўлдиради, мамлакат медиа имижини шакллантиришнинг назарий асосларини миллий ҳамда хорижий ОАВ фаолияти мисолида ўрганишнинг кенг имкониятлари билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти олинган хулосалардан олий ўқув юртларининг журналистика, социология, сиёсатшунослик йўналишларида мамлакат имижини, масс медианинг имижини яратиш усуллари ва сиёсий имижелогия бўйича дарслик ва ўқув қўлланмалари ёзиш ҳамда амалиётчи журналистлар учун услубий қўлланма, тавсияномалар яратишда, махсус курс ва семинарлар ўтишга, мазкур жараёни такомиллаштиришга манба бўлиб хизмат қилиши билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Халқаро медиа маконда мамлакат имижининг тадқиқи бўйича олинган натижалар асосида:

Ўзбекистоннинг медиа имижига доир ОАВ материаллари намуналари Фарб, МДХ ва Осиё мамлакатлари бўйича қиёсий таҳлил асосида туркумлаштириш билан боғлиқ хулосалардан «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш Концепцияси»нинг ахборот соҳасини ислох қилиш, ахборот ва сўз эркинлигини таъминлаш бўйича меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни ишлаб чиқишда, шунингдек, «Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили»да амалга оширишга оид давлат Дастури»нинг 52-бандида 2017 йилнинг биринчи чорагида амалга оширилган «Журналистларнинг амалий касбий малакаси ва амалий кўникмаларини ошириш Дастури»ни тайёрлашда фойдаланилган (Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигининг 2017 йил 17 апрелдаги 05-1101-сон маълумотномаси). Мазкур хулосалардан фойдаланиш мамлакатимизда ахборот соҳасини халқаро стандартларга мос равишда такомиллаштириш ва ушбу йўналишдаги ҳаракатлар самарасини ошириш имконини берган;

Ўзбекистон шароитида «ҳудудий имиж»нинг ўзига хослиги «ислом маданияти», «саноат маркази», «ҳаво дарвозаси», «кўҳна цивилизация бешиги» бўйича миллий, диний, маърифий, иктисодий хусусиятларига кўра концептуал ёндашув асосида аниқлаштириш билан боғлиқ хулосалардан «Ўзбекистон», «Ўқитувчи», «Энциклопедия», Чўлпон, Ғ.Ғулом номидаги нашриёт-матбаа уйлари мисолида «Ноширлик тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг ижроси назорат-таҳлил тартибида фойдаланилган (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Қонунчилик палатаси Ахборот ва коммуникация технологиялари масалалари қўмитасининг 2017 йил 18 апрелдаги 05/2-01-32-сон маълумотномаси). Мазкур натижа мамлакатимизда ОАВ соҳасида қабул қилинган мавжуд қонунчилик самарадорлигини баҳолаш имкониятини яратган;

барқарор константа асосида мамлакат медиа имижини яратиш ва шакллантириш мезонлари тарихий, ижтимоий, сиёсий, маданий-маърифий шарт-шароитлар бўйича ҳамда дифференциал ёндашув асосида мамлакат медиа имижини ривожлантириш, истиқболни белгилаш, конструктив механизмлари бўйича адаптация шартлари бўйича аниқланган хулосалардан Ўзбекистон Журналистлари ижодий уюшмаси, Мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди ҳамда Журналистларни қайта тайёрлаш маркази томонидан республика ОАВ вакиллари учун ўтказилган қатор илмий-амалий анжуманлар, ўқув семинарларда

кенг фойдаланилган (Ўзбекистон Журналистлари ижодий уюшмасининг 2018 йил 18 январдаги 14/13-а сон маълумотномаси). Натижада мамлакатимизда қабул қилинган ҳаракатлар стратегияси 5-устувор йўналиши тегишли қисмини амалга ошириш механизмини шакллантиришга назарий асос бўлган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари 20дан ортиқ илмий-амалий анжуман ва семинарларда, жумладан, 5 та халқаро ва 17 та республика илмий-амалий анжуманлари ва семинарларида маъруза кўринишида баён этилган ҳамда апробациядан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши. Тадқиқот натижалари муаллиф томонидан яратилган 1 та рисола ва 2 та қўлланмада, шунингдек миллий ва хорижий матбуотда, илмий журналларда, тўпламларда нашр этилган 63 та, жумладан, хорижий нашрларда чоп этилган 8 та мақолада баён этилган (рўйхат илова қилинди).

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, ўн фаслдан таркиб топган тўрт боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхати (123 ном) ва иловадан иборат бўлиб, умумий ҳажми 140 бетни ташкил этади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида мавзунинг долзарблиги ва зарурлиги асосланиб, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объекти ва предмети аниқланган. Тадқиқотнинг Ўзбекистон Республикаси фан ва технологиялар тараққиётининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилиб, унинг илмий янгилиги ва амалий натижалари баён этилган. Олинган натижаларнинг ишончлилиги асосланган ҳолда уларнинг назарий ва амалий аҳамияти очиқ берилган. Тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий қилиниши, ишнинг апробацияси, натижалари, эълон қилинган ишлар ва диссертациянинг тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг «**Хориж журналистикасида мустақил Ўзбекистон имижини шакллантириш асослари**» деб номланган биринчи бобида мамлакат қиёфасини шакллантиришнинг назарий-методологик асослари тадқиқ этилган бўлиб, «давлат имижини» тушунчасининг вужудга келиши ва унинг аҳамияти, Мустақил Ўзбекистон медиа имижини шакллантириш воситалари ва уларнинг назарий асослари ҳамда хорижий ОАВда Ўзбекистонда кечаётган ислохотларга муносабатларнинг хилма-хиллиги муаммоси атрофича тадқиқ қилинган.

Манбаларда имиж бўйича илк мутахассис сифатида ҳукмдор Мусонинг ёрдамчиси руҳоний Ҳорун (милоддан аввалги 1445 йил) қайд этилади⁶. Сиёсий арбоб ва саркарда Ю.Цезар (милоддан аввалги 102-44 йиллар) оммага таъсир ўтказиш маҳорати борасида даҳо даражасига кўтарилган. Унинг ҳарбий юришлар

ИМИЖ ЯРАТИШДА АХБОРОТ БИЛАН ИШЛАШ ШАРТЛАРИ





АНИҚЛИК САҚЛанаДИ
Бироқ шароит ва аудитория эҳтиёжларига мослашади



РЕЦЕПИЕНТЛАР БОШҚАРИЛАДИ
Ахборот реципиентларининг реакцияси доимий бошқарилади



FEEDBACK
Имиж – тескари алоқали коммуникация ҳам бўлиши мумкин



ИМИЖ VS ҚИЁФА
Имиж маълум даражада қиёфага мувофиқ келади ва бироқ уни баъзан идеаллаштиради



ФАОЛЛАШТИРАДИ
Имиж объект характеристикалари ва аудитория тасаввурларини бирлаштиради, фаоллаштиради

олдидан мурожаатлари ва турли сахна кўринишлари воситасида халқни ўз томонига оғдириш «санъати» беназир ҳисобланган. Таълимотларида кучли давлат барпо этиш тарафдори бўлган машҳур италян адиби ва сиёсатчиси Н.Макиавелли эса (1469-1527) имижнинг дастлабки назариячиларидан, аниқроғи, юқори даражадаги «имиж туйғуси» ёки юксак «имиж тафаккури» соҳиби сифатида эътироф этилган⁷. Бундай тафаккурнинг моҳияти омма орасида мулоҳаза юритиш ва уларга таъсир ўтказиш, атрофдагиларнинг хоҳиш-истакларини олдиндан пайқаш, одамлар билан илиқ муносабатлар ўрнатишни йўлга қўя билишдан иборат бўлган.

Имиж яратиш ва уни шакллантириш ахборот билан боғлиқ бўлган қуйидаги бир қатор муҳим шартларни бажаришни ҳам тақозо этади:

– имижда аниқлик сақланади, шубилан бир вақтда у ҳаракатчан ва ўзгарувчандир. У доимий равишда тахрир қилинади, янгиланади, айна вазият шароитларига ва аудитория эҳтиёжларига мослашади;

– ахборот реципиенти (қабул қилувчиси)нинг реакцияси бошқарилади (давлат қиёфасини белгиловчи хусусиятлар эса анча турғунликка эга ҳисобланади);

⁶ Утлик Э.П. Практическая психология имиджа. // Вестник университета. Сер. Социология и психология управления. – М.: ГУУ, 1999. С.47.

⁷ Макиавелли Н. Государь. Минск. 1998. С 35.

– имиж – тескари алоқали коммуникация ҳам бўлиши мумкин.

1-расм. Имиж яратишда ахборот билан ишлаш шартлари

Тегишли ахборот ва маълумотлар адресли гуруҳларнинг кутилаётган реакциясига мувофиқ тарзда тузилади;

– имиж маълум даражада қиёфага мувофиқ келади ва, шу билан бирга, уни идеаллаштиради, ўзига фойдали жиҳатларини бўрттиради, ёхуд ўзи мўлжалланган аудиториянинг эҳтиёжларига мос равишда қўшимча ғоявий, сиёсий ва психологик қадриятларни истеъмолга киритади⁸;

– имиж объектнинг асосий характеристикалари ва аудитория тасаввурларини бирлаштиради, фаоллаштиради.

Барқарор константа асосида мамлакат медиа имижини яратиш ва шакллантириш мезонлари тарихий, ижтимоий, сиёсий, маданий-маърифий шарт-шароитлар бўйича такомиллаштиришни тақозо қилади.

Мамлакатнинг (давлатнинг) ички ва ташқи имижи бир-бирига узвий боғлиқ ҳодиса эканлиги аниқланган. Халқаро ҳамжамият у ёки бу давлат ҳақида мамлакат ичидаги кўплаб воқеликлардан келиб чиққан ҳолдагина тасаввурга эга бўлиши, шу тариқа ички ва ташқи тасаввур яхлит бир бутун жараёнга айланиши таҳлил этилган. Жамиятда демократик мезонларнинг қарор топганлиги, аҳолининг турмуш фаровонлиги, ички ва ташқи муносабатларга очиқлиги, иқтисодий инвестициялар учун шароитлар яратилганлиги, ижтимоий-сиёсий барқарорлик, матбуот сўзининг эркинлиги ва ҳоказо омиллардан келиб чиққан ҳолда мамлакатнинг (давлатнинг) халқаро нуфузи, салоҳияти белгиланиши исботлаб берилган.

Замонавий ахборот технологияларининг мисли кўрилмаган тараққиёти, хусусан, глобал интернет тармоғи шу пайтгача кишилар онгида шаклланиб келган анъанавий оммавий ахборот воситалари кўламини мутлақо кенгайтириб юборди. Бунинг натижасида анъанавий ахборот макони – бизнинг мисолимизда миллий журналистика «худуди», чегаралари тубдан ўзгарди. «Ичкари»дан «ташқари»га ва аксинча ахборот узатиш ҳажми, суръати тасаввур қилиб бўлмас даражада ортанлиги кўрсатиб ўтилган.

Ушбу тадқиқот муаллифи томонидан дунёнинг 20дан зиёд давлатларида олиб борилган бевосита кузатишлар натижасига кўра, Ғарб мамлакатлари (Буюк

⁸ Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // www.elitarium.ru. 2007. Апрель. – С. 8.

Британия, Германия ва АҚШ) оммавий ахборот воситаларида аксарият ҳолларда бир томонлама, танқидий материаллар беришга мойиллик сезилса⁹, МДХ (Россия, Қозоғистон, Тожикистон, Қирғизистон ва Озарбайжон) мухбирларида «об-ҳаво»га қараб ўзгариб туриши¹⁰, Осиё давлатлари (Япония, Хитой, Жанубий Корея, Ҳиндистон, Туркия, Бирлашган Араб Амирликлари, Миср) газеталарида эса асосан ижобий мақолалар¹¹ берилиши аниқланган. Шунга кўра Ўзбекистоннинг медиа имижига доир миллий ва хорижий ОАВ материаллари намуналари Фарб, МДХ ва Осиё мамлакатлари бўйича қиёсий таҳлил асосида туркумлаштирилган.

Диссертациянинг «**Халқаро медиа маконда ёш мустақил мамлакат мавзусининг вужудга келиши тамойиллари**» деб номланган иккинчи бобда хорижий медиа маконда мустақил Ўзбекистон давлати мавзусининг вужудга келиши, интеграциялашув принциплари, қонуниятлари, мамлакатнинг халқаро медиа макондаги имижини ошира боришда миллий журналистиканинг ўрни ва салмоғини кучайтириш масалалари ўрганилган.

XX асрнинг 90-йилларида дунё геосиёсий харитасида янги давлатларнинг пайдо бўлиши хусусида ёзар экан, Покистон Миллий Жамиятни бошқариш институтининг етакчи илмий ходими А.Шакур эътироф этганидек, «Дунё тарихида бунчалик қисқа бир давр ичида тинч йўл билан бунчалик кўп ўзгаришлар бўлмаган»¹².

Бироқ глобаллашув жараёнларида мустақиллиги ва давлатчилигидан воз кечган – хаосга айланган жамиятлар эмас, балки тўлақонли давлат сифатида шаклланган, ўз ягона қиёфаси, ўз имижини, худуди, тараққиёт йўналишларини аниқ белгилаб олган давлатгина фаол ривожланиши мумкинлиги асослаб берилган. Ушбу ҳақиқат ёш мустақил Ўзбекистон давлатининг халқаро медиа имижини ошириш масаласига ҳар қачонгидан ҳам жиддий эътибор қаратилиши зарурлиги кўрсатилган.

«Комсомольская правда» газетасининг Коҳирадаги мухбири А.Шумилин ёш давлат имижини масаласини диний эътиқод аспектидан келиб чиққан ҳолда таҳлил

⁹ Байгин Ш. “Разъяренная многотысячная толпа громит товарный склад, бьет стекла, переворачивает автомобили”. 03.11.2004. Рейтер. (Коканд). <http://www.materick.ru/index.php?bulid=95&bulsectionid>

=8584§ion=analitics

¹⁰ Граждане Узбекистана чаще всех нарушают миграционные законы в Приморье. // РИА Новости 25.11.2013 <http://ria.ru/vl/20131125/979390280.html>

¹¹ “Turkiye'nin sesi” O'zbekiston tanlagan o'z taraqqiyot yo'lining samaradorligi haqida. 23.02.2015 http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo_nigohi/trkiyenin_sesi_ozbekiston_tanlagan_oz_taraqqiyot_yolining_samara_dorligi_haqida-4646446.mgr/.

¹² Shakoор A. O'rta Osiyo: Amerikaning manfaat tushunchasi va xavfsizlik siyosati. / Avrasiya etyudlari. 1995, 2-son. - B14.

қилади. Шарҳловчи яқиндагина мустақилликка эришган Марказий Осиё республикалари «катта оға»сиз яшай олмайдилар, бинобарин, улар шак-шубҳасиз Туркия ва Эронни ўзлари учун янги «катта оға» сифатида эътироф этадилар, деган хулосага келади. Марказий Осиё республикалари қаторига у Озарбайжонни, Афғонистонни ҳам қўшиб юборади. Бундай башорат қилиш учун муаллиф бирдан-бир асос – санаб ўтилган ёш мустақил давлатлар аҳолисининг асосий қисми мусулмонлар эканлигидан келиб чиқади¹³.

Бугунги даврда ҳам давлатимиз ва халқимизни халқаро миқёсларда обрўсизлантиришга қаратилган уринишларга барҳам бериш ички ва ташқи ахборот майдонида фаолият юритаётган мутахассислар, журналистлар ва ҳоказо муаллифлар зиммасидаги асосий вазифалардан бири бўлиб қолмоқда. Ўзбекистон эса ўз миллий манфаатларидан келиб чиққан ҳолда исталган хорижий ва яқин қўшни мамлакат билан ўзаро ҳурмат ва тенг ҳуқуқли асосда ҳамкорлик алоқаларини ривожлантиришга доим тайёр бўлган давлат эканлигини намоён этди.

Бир тизимдан иккинчи тизимга ўтиш жараёнини бошдан кечираётган демократик Ўзбекистоннинг дастлабки шаклланиш даврларида мамлакатнинг ижобий имижини яратиш осон кечмади. Мураккаб бозор иқтисодиёти билан боғлиқ ислохотлар, мулкчилик шаклининг ўзгариши, хусусийлаштириш жараёни ўз-ўзидан амалга оширилмади. Эндиликда мамлакатдаги ички иқтисодий-ижтимоий шароит яхшиланган бир пайтда Ўзбекистоннинг имижини масаласи ҳар қачонгидан ҳам долзарб аҳамият касб этмоқда.

Давлатнинг позитив имижини ташқи сиёсий ва ташқи иқтисодий фаолият самарадорлигини оширувчи муҳим омил ҳисобланади. Айниқса, глобаллашув даврида оммавий ахборот воситалари ахборот маконига ва бу орқали мамлакат имижига бевосита таъсир этувчи қурол сифатида юзага келади.

Мустақил Ўзбекистон давлатчилигининг шаклланиш жараёни турли хорижий давлатлар билан ҳамкорлик алоқалари тизимининг такомиллашиши ҳамда турфа соҳаларни қамраб олувчи алоқалар чегараларининг кенгайиши билан ҳамоҳанг тарзда кечди. Ўзбекистоннинг чет мамлакатлар билан ўрнатган ана шу ўзаро ҳамкорлиги механизмнинг ривожланиб бориши баробарида унинг имижини ҳам шакллана борди. Йиллар ўтгани сари у ташқи муҳитга мос равишда такомиллашди.

Мамлакат имижининг халқаро медиа макондаги тақдирини асосан хорижий давлатларнинг оммавий ахборот воситалари ҳал қилади, деган қарашларга қўшимча ўлароқ бу борада ички имкониятлардан, хусусан, миллий

¹³ Қаранг: Шумилин А. Исламский передел. // Комсомольская правда. 14 января 1992.

журналистикадан фойдаланиш масаласи иккинчи даражага тушиб қолмаслиги кераклиги аниқланган.

Мамлакатнинг ички ахборот маконини ислоҳ этиш, уни жаҳон ахборот маконининг ажралмас бир бўлагига айлантириш ва шу орқали миллий журналистика ва миллий ОАВ тизимини давлатнинг ташқи имижини яратишдаги иштирокини юқори босқичларга кўтаришни давр ва замон кун тартибига қўйди. Миллий журналистика соҳасини демократик кадриятлар асосида қайта куриш, жумладан, номарказлаштириш, давлат тасарруфидан чиқариш, шўро давридан мерос қолган матбуотда цензура амалиётига барҳам бериш, малакали ва замонавий талабларга жавоб бера олувчи кадрларни етиштириш, шунингдек, соҳанинг барча жабҳаларини энг сўнгги технология воситалари билан қуроллантириш ишлари давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Бу каби янгиликларнинг пировард натижалари – миллий ОАВ тизимини тубдан янгилади, мамлакат ахборот маконини вужудга келтирди, миллий ахборот маконини жаҳон ахборот маконининг ажралмас бир қисмига айлантириш сари йўл очди. Шу билан бирга дифференциал ёндашув асосида мамлакат медиа имижини ривожлантириш, истиқболини белгилаш, конструктив механизмлари бўйича адаптация шартлари аниқлаштириш имкони берди.

Хорижий журналистик тармоқлар Ўзбекистоннинг салбий имижини генераторига айланиб қолишига йўл қўймаслик, ноҳолис мафкурачилар томонидан чет эл оммавий ахборот воситаларини ғаразли мақсадларда ишлатишларига бефарқ бўлмаслик ҳам жиддий вазифалардан ҳисобланади.

Мана шундай шароитда республика имижини нотўғри талқин этиш ва уни сохталаштиришга қарши олиб борилаётган курашни янада фаоллаштириш бўйича илмий асосланган таклиф-тавсиялар, айниқса мамлакат имижини стратегиясини ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади. Ҳам миллий, ҳам хорижий оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистоннинг имижини яхшилайдиган ижобий руҳдаги материаллар кўламини кенгайтириш эса янада долзарб вазифа сифатида юзага чиқади.

Шундай экан миллий журналистиканинг Ўзбекистон имижини шакллантиришдаги ўрнини инобатга олиб, уларнинг самарадорлигини ошириб бориш кечиктириб бўлмас муҳим аҳамиятга эгадир.

«Мамлакатнинг халқаро имижини яратишда миллий оммавий коммуникация воситаларининг ўрни ва аҳамияти» деб номланган диссертациянинг учинчи бобида кўтарилган масалалар бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган. Назарда тутилаётган оммавий коммуникация

воситалари (инг. mass communications) анъанавий оммавий ахборот воситалари, яъни газета ва журналлар, радио ва телевидениега нисбатан қамрови, таъсир доираси ниҳоятда кенг бўлган, асосан, замонавий электрон алоқа воситаларидан иборат янги тушунчалар, дефинициялар қамровини ўзида бирлаштирувчи атама ҳисобланади.

Бобда халқаро медиа макондаги Ўзбекистон имижини шакллантиришда миллий интернет-газеталарнинг аҳамияти, мамлакат имижини ривожлан-тиришда аудиовизуал журналистика салмоғининг орта бориши (mtrk.uz, mediabay.uz сайтлари мисолида), шунингдек, миллий on-line ахборот сегментининг тараққиёти ва истиқболи (uza.uz, jahonnews.uz сайтлари мисолида) таҳлил қилинган. Мазкур нашрлар Ўзбекистон ичида ва ташқарисида мамлакатимизга доир мавжуд ахборот тақчиллиги муаммосини бирмунча бартараф этиб, ўқувчиларнинг тезкор ва шошилиш ахборотга бўлган эҳтиёжини қондираётганлиги очиқ берилган. Шунингдек, фуқароларнинг уюштирилган, ёлғон-яшиқ, салбий хабарлар излаб, турли хорижий ахборот манбаларига киришга қизиқишини бир қадар пасайтирганлиги кўрсатиб ўтилган.

Кейинги даврларда интернет нашрлар изчил ривожланди. Улар профессионал нуқтаи назардан такомиллашди. Ўқувчилар ҳамда таҳририят ўртасидаги мулоқот тезкор, замонавий, виртуал кўриниш касб этди. Интерактивлик сифати ҳамда қамрови юқори даражага олиб чиқилди. Интернет-газеталарнинг ихтисослашуви масаласига ҳам алоҳида эътибор қаратилди.

Веб технологиялар имконияти сифатида вужудга келган Веб 2.0 (Web 2.0) ва Блог (Blog) тизими жуда тез оммалашди. Х.Дўстмуҳаммад таъкидлаганидек «ахборот оқими зўрайгани устига эндиликда у чек-чегара билмай қолди».¹⁴ Айрим блог сайтлар баъзи расмий ахборот тарқатувчи сайтларга қараганда тезкор ишлаётганидан келиб чиқиб Ньус 2.0 (News.2) номи билан атала бошланди. Ньус 2.0 келажакда журналистика даражасига кўтарилиш-кўтарилмаслиги алоҳида масала, бироқ бундан қатъий назар блог тизимига асосланган янги-янги сайтларнинг кўпайиб бораётгани факт (www.binafsha.uz, www.Itishnir.uz, www.blog.fonus.uz, www.blog.uzinfocom.uz, www.ayol.uz каби сайтлар сингари).

Электрон ОАВ орқали хорижий аудиторияга тарқатиладиган журналистик материалларнинг яратилиши борасидаги соф ижодий маҳорат масаласи алоҳида аҳамиятга эгадир. Радиожурналистика соҳасидаги тадқиқотларга ихтисослашган олима К.Исмоилова хорижий тингловчиларга мўлжалланган радиоканаллар

¹⁴ Дўстмуҳаммад Х.Н. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. – Т., Ўзбекистон, 2005 йил. – Б. 25.

фаолиятларида ҳар доим ватан манфаатлари ҳимояси вазифаси бирламчи аҳамиятга эгаллигини алоҳида таъкидлар экан, бунда услуб ва тил хусусиятларига жиддий эътибор зарурлигини таҳлиллар орқали кўрсатади¹⁵. Гарчи ушбу тадқиқотчининг таҳлиллари радиожурналистика материалларига доир бўлса-да, илгари сурилган мулоҳазалар Интернет-нашрлар фаолиятига ҳам дахлдордир.

Миллий аудиовизуал ОАВнинг интернетга қўшилиши соҳа тараққиёти ҳамда доимий аудиториянинг жадал тарзда кенгайиб бориши учун катта имконият яратганлиги таҳлил қилинган. Глобал тармоқ Ўзбекистондаги радио ва телеканаллар фаолияти жараёнида муҳим ўзгаришлар ясаганлиги исботлаб берилган.

Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни он-лайн тарзда узатиш, авваламбор хориждаги маҳаллий аудитория учун мўлжалланади. Лекин чет мамлакатлар, жумладан Россия, Хитой, Туркия тажрибасига эътибор қаратилса, бу масала янада чуқурроқ мазмун касб этади. Мисол учун, Россиянинг асосан давлатга тегишли телеканаллари виртуал кенглик воситасида ўз кўрсатувларини тўғридан-тўғри узатиш орқали мамлакатдан ташқарида яшаётган миллионлаб россиялик муҳожирларнинг ўз ватани билан алоқаларини узмаслигини, миллий маданиятидан узоқлашмаслигини таъминлаб келмоқда. Моҳиятан эса бутун дунё аҳолиси ўртасида Россиянинг ижобий имижини шакллантириш, унинг сиёсий ва иқтисодий қудратини кўрсатиш, рус маданиятини тарғиб қилиш асосий мақсад этиб қўйилган («Russia today» каналининг «SophieCo», «RT репортаж», «Эксклюзивное интервью» каби кўрсатувлари). ВГТРК (Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания) таркибида фаолият олиб бораётган «Россия 24», «РТР Планета», «Культура» каби каналлар фаолиятида ушбу мақсад яққол намоён бўлади.

Миллий аудиовизуал ОАВнинг интернетга қўшилиши соҳа тараққиёти ҳамда доимий аудиториянинг жадал тарзда кенгайиб бориши учун қулай имконият яратади. Бинобарин, глобал тармоқ Ўзбекистондаги радио ва телеканаллар фаолияти жараёнида иккита муҳим ўзгаришни ҳосил қилди.

Биринчидан, жаҳон бўйлаб кундалик ахборот айланишини on-line даражасига олиб чиқди, яъни, бир вақтнинг ўзида курраи заминнинг барча минтақалари учун тезкор хабар жўнатиш имконияти пайдо бўлди.

Иккинчидан, мавжуд телерадиоканаллар ва муқим аудитория ўртасидаги мулоқот чекловлари кескин қискарди. Бунда интерактивлик фаоллашди, кўпсонли

¹⁵ Исмаилова К. Современные проявления направленности материалов зарубежную аудиторию в сфере международного радиовещания. Глобаллашув шароитида ахборот хавфсизлиги масалалари. Республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. – Т., 2016. – Б.21.

муштарийлар билан тўғридан-тўғри алоқалар сифат жиҳатдан янги босқичга кўтарилди.

Интернет имкониятларидан самарали фойдаланиш борасида мамлакатимиздаги етакчи ахборот агентликлари фаолияти аниқ мисоллар ёрдамида таҳлилга тортилган. Сўнгги йилларда, таъбир жоиз бўлса, ЎЗА ва «Жаҳон» ахборот агентлиги каби «хабар ишлаб чиқарувчи асосий корхоналаримиз» томонидан соҳани ривожлантириш бўйича қатор амалий ишлар йўлга қўйилди. Масалан, янгиликлар, хабарлар, репортажлар, мақолалар ва фото лавҳа каби журналистиканинг анъанавий жанрлари бугунги кун талаблари даражасида мукаммаллашиб бормоқда. Шунингдек, уларни хорижий тилларга таржима қилишга ҳам жиддий эътибор қаратилмоқда. Яна бир муҳим жиҳати шундаки, уларни дунё мамлакатларига бевосита узатиш жараёнида янгича технологик кўникмаларга ўрин берилиб, дастлабки натижаларга эришилмоқда ҳам.

Ҳозирги пайтда жамиятнинг ахборотлашуви жадаллашиб, глобаллашув таъсирининг кенгая бориши шароитида халқаро алоқалар ривожланишининг дихотомик жиҳатига, яъни, бир-бирига боғлиқ бўлмаган икки томонига эътибор қаратиш зарурати туғилмоқда.

Бир томондан халқаро сиёсат субъектларининг умумий қадриятлар, халқаро қонун-қоидалар ва принципларни қабул қилиши кучаймоқда.

Иккинчи томондан эса ана шу субъектлар ўртасида ўзлигини, миллий қадриятларини ва маданиятини сақлаб қолиш учун кураш кетмоқда. Ўзаро босим ўтказиш билан боғлиқ ушбу курашда давлатлар барча имкониятларни, хусусан, ОАВ, нодавлат ташкилотлар, тармоқ ташкилотлари, трансмиллий ҳаракатлар, интернет, СМС ва XXI асрнинг бошқа «гаджет»ларини сафарбар этмоқдалар.

Диссертациянинг **«Халқаро медиа маконда мустақил Ўзбекистон имижини яратишда ижодий маҳорат ва холислик шартлари масалалари»** деб номланган тўртинчи бобида мамлакатнинг халқаро имижини яратишда жанр, тил ва тасвир маҳорати масалалари, шунингдек, ёш мустақил субъектлар медиа имижини яратишда холислик талаблари ва меъёрлари ҳамда журналистнинг профессионал этикаси нормалари тадқиқ қилинган.

Россиялик олима А.Гуслякова ахборот узатишда босма ва электрон ОАВ ўртасидаги тафовутларни 3 хил кўринишга бўлади. Булар:

1. Ахборот узатишнинг экстралингвистик параметрлари орасидаги фарқ;
2. Босма ҳамда электрон медиаматнлар ўртасидаги фарқ;

3. Медиаматнларнинг умумий мавзуларидаги фарк¹⁶.

Олдинги даврларда ёзма матнлардаги нолисоний компонентларга асосан график воситалар киритилган бўлса, бугунги кунга келиб электрон матнлар вужудга келиши натижасида паралингвистик унсурлардан самарали фойдаланиш зарурлиги асослаб берилган. Улар эндиликда фақат графика билан чегараланмасдан, аудио ҳамда видео материалларни ҳам ўзида мужассамлаштираётганлиги алоҳида қайд этилган.

Шунингдек, уларнинг таркибига:

1. Иконик яъни, график воситалар: расмлар, фотосуратлар, жадвал, формула, белгилар;
2. Аудио воситалар (аудионутқ, муסיқа);
3. Видео воситалар (видеонутқ, видеотасвир);
3. Графика, овоз ва динамика интеграциясида вужудга келган замонавий мультимедиа воситаларини ҳам бемалол киритиш мумкин¹⁷.

Мамлакат ташқи имижини ОАВ орқали шакллантиришда, хусусан, ахборий матнлар ва аудиовизуал материалларни моҳирона тақдим этиш жараёнида паралингвистика муҳим аҳамият касб этади. Чунки электрон ахборотлар замонавий ўқувчилар онгига тезроқ таъсир ўтказиш кучига эга.

Бугунги ўзбек журналистикаси жаҳон ахборот макони архитектуроникасига таркибий бўлим сифатида кириб борар экан, ахборотнинг замонавий жанрлари ва шаклларида фойдаланишни жорий этиш масаласи давр талаби эканлиги кўрсатиб ўтилган.

Жаҳон геосиёсий харитасида пайдо бўлган янги мустақил давлатлар, хусусан, Ўзбекистон медиа имижининг яратилиши ва шаклланиши ҳақида сўз борар экан, холислик мезонлари жиддий муаммолардан эканлиги кўзга ташланади. Бу ҳар қандай давлатга, хусусан, жаҳон ҳамжамиятига тўла-тўқис кўшилиб улгурмаган, ўзининг ички ва ташқи сиёсатида барқарорликка тўлиқ эришмаган ёш мустақил давлатга муносабатлар турлича бўлиши табиий. Бунинг сабаби кўп албатта. Аслида эса ҳар қандай муносабат манфаатдан бошланади, муносабатнинг нечоғли холислиги, биринчи навбатда, матбуотда яққол намоён бўлади.

Ҳаққонийлик – миллий манфаат – касб этикаси меъёри триадаси тўқнашган ҳолатларда журналистнинг (ёки шарҳловчининг) ижодий маҳорати, мулоҳаза юритиш услуби, муносабатини баён этиш оҳанги ва энг муҳими, унинг асл нияти ҳал қилувчи аҳамият касб этади. Нияти эзгу бўлган журналист ҳар қандай

¹⁶ Гусякова А.В. Типологические характеристики способов передачи Информации в печатных и электронных СМИ XXI века // Вестник ЧГПУ. 2011. №8.

¹⁷ Компанцева Л.Ф. Специфика нормы и узуса в Интернет-дискурсе // technology.ru/public/uzus/html/

вазиятда миллий манфаатга путур етказмаган ҳолда ҳаққонийликка хилоф йўл тутмайди.

Филология фанлари доктори Х.Дўстмуҳаммад мухбирлар этикасини уларнинг касб маҳорати билан боғлайди: «Анъанавий журналистикада бўлгани каби Интернет журналистикасида ҳам журналист мавқеи ва салоҳиятини ахборот «денгизи»дан керакли ва холис ахборотни саралаб олиш маҳорати белгилайди»¹⁸.

Россиялик колумнист А.Архангельскийнинг фикрига кўра, «матбуот объективлиги» бир-биридан принципиал тарзда фарқ қилувчи субъектив фикрлар мажмуи; турли хил журналлар, газеталар ва телеканалларнинг мавжудлиги¹⁹ билан изоҳланади. Баҳсли мавзунинг бир томонлама ёритилиши демократик эмас, балки тоталитар журналистиканинг белгиси ҳисобланади²⁰. Холислик ҳақидаги ушбу ва бошқа назарий тамойиллардан келиб чиқилса мамлакат имижининг ОАВда шаклланиши жараёнида холислик талаблари, масаласи бирмунча мураккаб ва жиддий муаммоларни ўзида мужассам этгани кўринади.

Айниқса ҳозирги турли ахборот хуружлари ва қарама-қаршиликлари даврида манбаларнинг ҳаққонийлиги ёки фактларни саралаш маданияти холисликни белгилаб берувчи жиддий омил эканлиги очиб берилган.

ХУЛОСА

Диссертация ишида амалга оширилган тадқиқотлар натижалари асосида қуйидаги илмий хулоса ва таклифлар ҳамда амалий тавсиялар ишлаб чиқилди:

1. Мустақиллик йилларида Ўзбекистон Республикасининг жаҳон медиа маконидаги имижии ижобий томонга ўзгариши мамлакат имижига салбий таъсир кўрсатиши мумкин бўлган ички ва ташқи хавф-хатарларнинг олдини олиш, жумладан, медиа макондаги уйдирма, нохолис ахборот оқимларига қарши кураш бўйича маълум тажрибаларга эришиш имконини беради.

2. Халқаро ҳамжамият, чет эл оммавий ахборот воситалари, нотижорат ташкилотлар ҳамда тадқиқот марказлари билан ҳамкорликда Ўзбекистоннинг демократия йўлидан бораётган, иқтисодий жиҳатдан ривожланаётган суверен давлат сифатидаги образини шакллантириш тарихий аҳамиятга молик салмоқли ишларни ОАВда ёритишни тизимлаштиришни тақозо этади.

¹⁸ Дўстмуҳаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари. – Т., Янги аср авлоди. 2007. – Б. 71.

¹⁹ Архангельский А. [Два мифа о журналистике](http://vz.ru/columns/2008/4/7/157655.html) // <http://vz.ru/columns/2008/4/7/157655.html>

²⁰ Арндт Х. Истоки тоталитаризма. Х. Арндт; Пер. с англ. / Под ред. М.С. Ковалевой, Д.М. Носова. – М., ЦентрКом, 1996. – С. 672.

3. Ёш мустақил Ўзбекистоннинг халқаро нуфузини оширишда жаҳон ахборот макони, хусусан, оммавий ахборот воситалари хал қилувчи аҳамият касб этиши республикамиз ҳақида эълон қилинган матбуот чиқишлари мамлакатимиз ва халқимиз имижини вужудга келтириш, шакллантириш ва ривожлантиришда асосий омил бўлиб қолиши юзасидан таклифлар ишлаб чиқишни талаб этади.

4. Глобаллашув шароитида дунё ахборот маконини эгаллашга уринишлар, унга мутлақ эгалликка интилиш кайфиятлари яққол кўзга ташланмоқда. Бунинг халқаро медиамаконда ахборотнинг монополлашувига йўл очиши, айрим ҳолларда эса қудратли давлатларнинг эндигина мустақиллик йўлини танлаган ва ривожланаётган ёш давлатлар манфаатлари билан ҳисоблашмаган ҳолда иш тутишлари натижасида юзага келадиган, мамлакат имижига салбий таъсир этиши мумкин бўлган омилларни аниқлашни тақозо этади.

5. Журналистика, PR ва рекламада мавжуд имиж назариялари бир-бирига ўхшамаса-да, аксарият ҳолатларда улар умумий мавзу, ҳудуд ёки товар қиёфаси имижини билан бевосита боғлиқ бўлиши хорижий медиамаконда мамлакат имижини билан узвий ҳолатни доимий равишда мониторинг қилиш ва ахборот сиёсатига ўз вақтида ўзгартиришлар киритиб бориш зарурлигини кўрсатади.

6. Қайд этиб ўтилган назарий қарашларнинг турфалигини эътиборга олган ҳолда уларнинг маълум бир кўринишини тўғридан-тўғри қабул қилиш ёки исталган шароитга тадбиқ этиш мумкин эмаслиги ҳар қандай мамлакат, айниқса, Ўзбекистон каби ривожланиш йўлидаги ёш мустақил давлатлар имижини шакллантиришда назарий ва амалий масалаларни қиёслашни талаб этади.

7. Жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий жиҳатлари ва ҳозирги жараёнлари Ўзбекистон шароитида ҳам мутахассислар томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, уларнинг муайян тизимга солинганлиги миллий мактабимиздаги жамоатчилик билан алоқаларга доир назарий масалаларнинг янада чуқурроқ ўрганилиши зарурлигини кўрсатади.

8. Хорижий мамлакатларнинг оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистонда амалга оширилаётган ислоҳотларга нисбатан муносабатларнинг бир-бирига ўхшамаслиги муаммосининг таҳлили, шунингдек, ушбу тадқиқот муаллифи Ватанимиз мустақиллигининг 25 йили давомида дунёнинг 20дан ортиқ давлатларида бевосита олиб борган кузатишлари натижаси шуни кўрсатадики, Ўзбекистон ҳаётига доир Ғарб мамлакатлари оммавий ахборот воситаларида бир томонлама танқидий материаллар, МДХ мухбирларининг “об-ҳавога қараб” ўзгарувчан чиқишлар, Осиё давлатлари газеталарида эса асосан ижобий мақолалар берилади. Чет эл ОАВдаги бу каби тенденциялар ҳамон деярли ўзгармай

қолаётганлиги қайд этилган ҳолда, мазкур ҳаракатларга қарши медиа тадбирларни жорий этиш имконини беради.

9. Ҳозирги даврда жаҳон медиа маконини йирик ахборот марказлари бошқармоқда. Бундай оғир шароитда ахборот таъминоти маълум мақсадга йўналтирилган ҳамда бир томонламалиги эҳтимоли юқори бўлишидан ташқари, ахборот дунё жамоатчилигига айнан ана шу ОАВ эгалари хоҳлаган кўриниш ва талқинларда етказилади. Бундай ҳолат мамлакатнинг нафақат ташқи, балки унинг ички имижига ҳам путур етказиши ушбу ҳолатнинг салбий таъсирини миллий ОАВ ёрдамида камайтириш юзасидан таклифлар ишлаб чиқишни тақозо қилади.

10. Ўтган давр мобайнида халқаро оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистон имижини эволюцион тарзда ўзгарди. Мустақилликнинг дастлабки йилларида мамлакатимиз жаҳон ҳамжамияти нигоҳида эски совет тизимидан чиққан оддий, саноати ривожланмаган республика сифатида гавдаланган бўлса, у кейинги йилларда иқтисодий ва сиёсий жиҳатдан барқарор, кучли давлат мақомига кўтарилганлиги ва ушбу йўналишдаги ишларни такомиллаштиришни талаб этади.

11. Замонавий мультимедиа имкониятлари туфайли республика, вилоят ва туман газеталарининг ўқувчилар географияси бирмунча кенгайгани ҳамда босма даврий нашрларда интернет материалларидан доимий фойдаланиш кузатилмоқда. Бироқ, республикамизда матбуотга қараганда радио ва телевидениенинг Интернет хизматидан кўпроқ фойдаланаётганлиги газеталарнинг ҳам Интернетдаги фаоллигини оширишни тақозо этади.

12. Веб аудитория қамрови ўзбекистонликлар қатори бошқа қардош миллат вакиллари ҳамда турли хорижлик қизиқувчилардан иборатлиги радиоэшиттиришларнинг Интернет орқали кенг ёйилиши, халқимизнинг бой тарихи ва маданиятини дунё миқёсида танитиш имкониятини беради.

13. uza.uz ҳамда jahonnews.uz ахборот агентликларининг сайтлари мисолида миллий ахборот сегментининг тараққиёти ҳамда истиқболи билан боғлиқ масалалар таҳлили ҳамда экспертлар фикрига таянган ҳолда айрим қўшимча технологик ва услубий ишларни, жумладан, замондошлар талаби ва дидига мос бўлган янгиланишларни амалга ошириш зарурлигини кўрсатади.

14. Ижтимоий тармоқларнинг мамлакат имижини шакллантириш, мустақил давлатимиз кўлга киритаётган оламшумул ютуқларни жаҳон медиа маконига кенг тарғиб қилишдаги ўрни тобора ортиб бориши баробарида бу йўналишдаги ишларни такомиллаштириш заруратини кўрсатади.

15. Мамлакат имижини яратишда журналистик жанр, услуб, тил ва тасвир воситасида умумсамарадорликни ошириш, халқаро медиа маконда мамлакат

имижини кўтариш, шакллантиришга доир хабарларни сифатли тайёрлаш ҳар қандай муаллифдан юксак ижодий маҳоратни талаб қилади.

16. Хорижий тилларда ахборот узатаётган ҳар бир миллий ОАВ материалларини жанр, тил ва услуб жиҳатидан қайтадан кўриб чиқиш, таҳлил қилиш, хорижий тилларда сўзлашувчи муҳаррирлар хизматидан тизимли равишда фойдаланишни талаб қилади.

17. Жаҳон медиа маконида Ўзбекистон имижини билан боғлиқ ахборотлар тарқатиш, бу борадаги барча ишларни умум эътироф этилган этика ва касб этикаси меъёрлари асосида ташкил этиш зарурлиги таъкидланади.

18. Ўзбекистон жаҳон медиа майдонида ўзининг ижобий имижини шакллантириш учун етарли даражадаги куч ва салоҳиятга эга бўлган мамлакатдир. Бинобарин, бу борадаги ишларга мавжуд ёндошувни концептуал жиҳатдан янги босқичга олиб чиқадиган пайт келди. Булар давлат бошқаруви органлари, турли вазирлик ва ташкилотлар, муассасалар ахборот хизматларининг медиа макондаги мамлакат имижини шакллантиришга йўналтирилган фаолиятини қайта кўриб чиқиш, уларни баҳолаш, тегишли хулосалар ҳамда тажриба асосида янада фаоллаштиришни тақозо этади.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ ПРИ НАУЧНОМ СОВЕТЕ
DSc.27.06.2017.Fil.21.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ
ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ИНСТИТУТЕ
ВОСТОКОВЕДЕНИЯ, УЗБЕКСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
УНИВЕРСИТЕТЕ МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ,
НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ УЗБЕКИСТАНА**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ**

АЛИМОВ БЕРУНИЙ СУЛТОНОВИЧ

**ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
УЗБЕКИСТАНА В ЗАРУБЕЖНЫХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВАХ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
(на примере материалов СМИ 1991-2017 годов)**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

Ташкент – 2018 год

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за No B2017.2.PhD/Fil_____.

Диссертация выполнена в Узбекском государственном университете мировых языков. Автореферат диссертации на трёх языках (узбекский, русский и английский (резюме)) размещен на веб-странице совета www.tashgiv.uz и Информационно-образовательном портале «ZiyoNET» www.ziynet.uz.

Научный руководитель:

Досмухамедов Хуршид Набиевич

доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты:

Ирназаров Кудрат Туганович

доктор исторических наук, профессор

Бабаджанова Гульнара Наджимовна

кандидат филологических наук, доцент

Ведущая организация:

Каракалпакский государственный

университет имени Бердаха

Защита диссертации состоится « ____ » _____ 2018 г. в _____ часов на заседании Разового научного совета при Научном совете DSc.27.06.2017.Fil.21.01 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном институте востоковедения, Узбекском государственном университете мировых языков, Национальном университете Узбекистана по адресу: 100047, г. Ташкент, ул. Шахрисабзская, 16. Тел.: (99871) 233-45-21; факс: (99871) 233-52-24; e-mail: sharq_ilmiy@mail.ru.

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного института востоковедения (зарегистрирована за No ____). Адрес: 100047, г. Ташкент, ул. Шахрисабзская, 16. Тел.: (99871) 233-45-21.

Автореферат диссертации разослан « ____ » _____ 2018 года (реестр протокола рассылки No ____ от « ____ » _____ 2018 года).

Маннонов Абдурахим Муталович

Председатель разового научного совета по

присуждению ученых степеней, доктор

исторических наук

Омонов Кудратилла Шарипович

Ученый секретарь разового Научного

совета по присуждению ученых степеней,

доктор филологических наук, доцент

Муминов Файзулла Абдуллаевич

Председатель научного семинара при разовом

научном совете по присуждению ученых

степеней, доктор филологических наук

**Оглавление автореферата диссертации
доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

Алимов Беруний Султонович

Хорижий ва миллий оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистон имижини яратиш
тамойиллари ва истиқболи (1991-2017 йиллар ОАВ материаллари
мисолида).....

Алимов Беруний Султонович

Перспективы и принципы формирования имиджа Узбекистана в иностранных и
национальных средствах массовой информации (на примере материалов СМИ
1991-2017 годов).....

Alimov Beruniy Sultonovich

Principles and perspectives of formation of Uzbekistan's image in the foreign and
national mass media (in the case of media materials during the period of 1991-2017).

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works.....

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Разработка основных составных частей формирования имиджа стран во всемирном медиапространстве, создание технологий их непрерывного усовершенствования, PR-агентств еще более усиливает потребность в маркетинге.

В этом плане важное значение имеет освещение в разрезе ускорения информационных процессов вопросов харизмы лидера, народной дипломатии, туризма, инвестиционной среды, спорта в качестве объекта зарубежных средств массовой информации.

Особенную важность имеет научное обоснование проблем, связанных с формированием принципов и перспектив создания медиаимиджа страны в мире и его усовершенствование, формирование теоретических основ внешнего медиапространства, в этом плане исследование аудиовизуальной журналистики, интернет-газет, веб-сайтов, зарегистрированных в качестве СМИ. Здесь необходимо разъяснить активное развитие государств, которые точно определили свой путь развития, территорию, имидж, единый облик, а не общество, превратившееся в хаос, которое в процессе глобализации отказалось от своей независимости и государственности.

В разделе 5.2 «Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах» определены следующие задачи: «укрепление международного имиджа Республики Узбекистан, доведение до мирового сообщества объективной информации о проводимых в стране реформах²¹». Это в свою очередь имеет важное значение в поднятии темы Узбекистана и внешнего имиджа нашей страны на новый уровень в медиапространстве, в исследовании его специалистами в качестве научно-практического и творческого вопроса, оценка его связана с нашими национальными ценностями в разрезе международной журналистики.

В определенной мере диссертация будет способствовать решению задач, обозначенных в законах Республики Узбекистан «О средствах массовой информации» (1997), «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления» (2014), в Постановлении Президента Республики Узбекистан от 21 марта 2012 года №ПП-1730 «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных

²¹ Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2017 йил 7 февраль // «Халқ сўзи». 2017 йил 8 февраль.

технологий», Указе Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года №УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию я Республики Узбекистан», а также и других нормативно-правовых документах.

Связь работы с приоритетными направлениями развития науки и технологий республики. Данное исследование выполнено в рамках приоритетных направлений развития науки и технологии в республике: 1. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Во всемирном медиапространстве тема имиджа страны изучена всесторонне. Среди исследователей необходимо выделить ряд ученых, успешно занимавшихся данной проблемой. Особое внимание можно обратить на работы Т.Парсонса, Е.Юдиной, С.Анхольта, Д.Клименко, М.Назарова, И.Сушненкоковой, М.Кастельс, А.Тлепбергеновой²². Как отметил российский ученый И.А.Василенко, «в настоящее время сила и воздействие любого государства связано с его местом в информационном пространстве»²³. Исследователь И.А.Сушненкокова утверждает это точку зрения следующим образом:

«В современном мире об успешности функционирования того или иного субъекта, в том числе и региона, можно судить по тому, как он представлен в информационном пространстве и какой имидж он имеет»²⁴.

В вышеназванных и других источниках предмет нашего исследования, то есть вопросы формирования имиджа страны в международном медиапространстве

²² Парсонс Т. О структуре социального действия. – М., Академический проект, 2000. – 880с.; Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения): Автореф. дисс. докт. соц. наук. – М., 2008; Anholt, Simon; Hildreth, Jeremy. Brand America: The Mother of All Brands. CYAN Communications, 2004 - Business & Economics. – 192 p.; Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России // ["Вестник Московского университета"](#). Сер. 10: Журналистика. №1, – М., 2010. – 174 с.; Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 2000.; Сушненкокова И.А. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджмейкинга. // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 50-й международной научной конференции. – СПб, 2011. – 238 с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ., под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М., ГУ ВШЭ, 2000; Данаева З. Имидж страны. Страновой брендинг / Электронное издание//www.zakon.kz.; Галумов Э.А. Международный имидж России: Стратегия формирования. – М., Известия, 2003. – 446 с.; Тлепбергенова А. Страновой имидж: учебное пособие для студентов бакалавриата университетов, обучающихся по специальности “Журналистика”, “Связь с общественностью”. – Алматы: Казак университеті, 2011. – 78 с.

²³ Василенко И.А. Геополитика современного мира. – М., 2006. – 317 с.

²⁴ Сушненкокова И.А. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджмейкинга // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 50-й международной научной конференции. – СПб., 2011. – С.238.

не были специально изучены и исследованы в целом²⁵. К сожалению, нет научных исследований по предотвращению некоторых изъянов формирования имиджа страны в международном медиапространстве на основе национальных интересов, целенаправленной работы по изучению в международном медиапространстве информационного потока, связанного с Узбекистаном, обобщения существующего опыта, анализа сформированных тенденций.

Соответствие диссертационного исследования плану научно-исследовательских работ высшего учебного заведения, где выполнена диссертация. Диссертация выполнена в рамках плана научных исследований Узбекского государственного университета мировых языков «Актуальные вопросы теории и практики международной журналистики».

Цель исследования состоит в усовершенствовании принципов создания имиджа Узбекистана посредством зарубежных и национальных средств массовой информации.

Задачи исследования:

изучить процессы, тенденции и принципы создания имиджа Узбекистана в зарубежном и национальном медиапространстве в условиях современного информационного века, а также указать пути их совершенствования;

укрепить и формировать теоретические основы медиапропаганды Узбекистана на международной арене;

определить меры по внедрению информационно-коммуникационных технологий в сферу СМИ в целях формирования имиджа страны;

проанализировать аудиовизуальную журналистику в сфере формирования имиджа Узбекистана в международном медиапространстве, в том числе в интернет-газетах, а также деятельность национальных веб-сайтов, зарегистрированных в качестве СМИ;

подчеркнуть роль и значение творческого мастерства в материалах СМИ, нацеленных на создание медиаимиджа нашей страны;

создать принципы сохранения норм объективности в распространении массовой информации о молодых независимых государствах, негативные

²⁵ См: Мухаммад аль-Бухари. Рекламоведение и международные связи с общественностью. – Т., Университет, 2009; Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Т., Zar qalam, 2003; Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. – Т., 2007; Кудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. – Т., 2010; Кудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. – Т., Ўзбекистон, 2011; Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т., Art paper business, 2012; Қосимова Н., Раҳимова Ф. Нодавлат ногижорат ташкилотлар имижини шакллантириш: назария ва амалиёт. – Т., 2015; Бобожонов Ф. Шахс имижини. – Т., Янги аср авлоди, 2017. – 112 б.

тенденции, связанные с информационными нападками, на основе национальных интересов;

проанализировать проблемы и недостатки, опыт, накопленный в деятельности национальных СМИ, в сфере укрепления имиджа страны, выработать предложения по решению данных проблем.

Объектом исследования является медиаимидж независимого Узбекистана в зарубежных и национальных средствах массовой информации.

Предметом исследования послужили взгляды, тенденции, подходы и принципы имиджа страны в зарубежных и национальных средствах массовой информации в годы независимости.

Методы исследования. Исследование выполнено на основе сравнительного, социологического, логическо-экспериментального, информационно-аналитического, системно-функционального и художественного анализов, которые прошли испытание в мировой и узбекской журналистике.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

критерии создания и формирования медиаимиджа страны усовершенствованы по историческим, социальным, политическим, культурно-просветительским условиям на основе устойчивой константы;

на основе дифференциального подхода определены перспективы развития медиаимиджа страны и условия адаптации согласно конструктивному механизму;

зарубежные и национальные материалы СМИ по формированию медиаимиджа Узбекистана сгруппированы с помощью сопоставительного анализа с аналогичными примерами стран Запада, Азии и СНГ;

при учете национальных, религиозных и экономических особенностей, таких как «столица исламской культуры», «колыбель древней цивилизации», «небесные ворота», «новый промышленный центр», а также на основе концептуального подхода определена своеобразность «регионального имиджа» в условиях Узбекистана,

Практическими результатами исследования являются следующие: укреплен авторитет независимого Узбекистана в международном медиапространстве, скоординирован информационный поток, определены объективные критерии обеспечения международного медиарынка объективной информацией о республике;

определены нормы профессионального мастерства и профессиональной этики журналиста на основе принципов сопоставительного анализа материалов информационных агентств и авторов о нашей стране;

выработаны предложения по повышению активности аудиовизуальной журналистики и зарегистрированных в качестве СМИ национальных веб-сайтов в формировании медиаимиджа страны;

изданы теоретико-методические пособия «Возможности развития имиджа страны в мировом медиапространстве и вопросы журналистского мастерства», «Место национальных средств массовой коммуникации в развитии медиаимиджа страны: теоретические и практические аспекты», а также научно-популярное произведение «Предводитель независимости. Штрихи к портрету Первого Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова»;

было создана система методических предложений по освоению студентами, обучающимися по направлению журналистика секретов творческого мастерства, в том числе по написанию журналистского текста, созданию публицистического произведения и освоению условий профессионального редактирования.

Достоверность полученных результатов обеспечена анализом вопросов особенностей и творческого мастерства авторов, экспертов по тематике Узбекистана, обобщенности принципов, классификацией освещенных в зарубежных СМИ тематики Узбекистана, эволюцией опубликованных материалов об Узбекистане и определением понятия медиа имиджа государства в зарубежных СМИ, что каждое молодое государство историческое, социально-политическое, культурное, экономическое событие и после обретения независимости Республика Узбекистан значительно увеличилось количество материалов о жизни страны и народа.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования объясняется выведенными теоретическими заключениями, составными основами формирования медиа имиджа Узбекистана в зарубежном и национальном медиа пространстве, широкой возможностью изучения на примере национальных и зарубежных СМИ теоретических основ формирования медиа имиджа страны, а также дополняется взглядами и информацией на принципы их развития.

Практическая значимость результатов исследования могут быть использованы в высших учебных заведениях в направлениях журналистика, социология, политология, в написании учебников и учебных пособий по имиджу страны, в использовании методов создания имиджа масс медиа, а также в создании методических пособий, рекомендаций для журналистов-практиков, в проведении специальных курсов и семинаров. Исследование также может послужить источником в усовершенствовании данного процесса.

Внедрение результатов исследования. На основе результатов, полученных в ходе исследования имиджа страны в международном медиа пространстве:

примеры материалов национальных и зарубежных СМИ по медиамиджу Узбекистана на основе заключения группирования сопоставительного анализа стран Запада, СНГ и Азии были использованы в выработке нормативно-правовых документов по реформированию информационной сферы, обеспечению свободы информации и слова в «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране», а также осуществленных в первом квартале 2017 года согласно 52 статье Государственной программы «Год диалога с народом и интересов человека» использованного в подготовке «Программы повышения практических профессиональных квалификаций и практических навыков у журналистов» (Справка №05-1101 от 17 апреля 2017 года Узбекского агентства печати и информации). Использование данных выводов даёт возможность усовершенствовать информационную среду нашей страны согласно мировым стандартам и повысить эффект деятельности в данном направлении;

выводы полученные на основе концептуального подхода по определению своеобразности «регионального имиджа» в условиях Узбекистана, а также национальные, религиозные и экономические особенности, такие как «столица исламской культуры», «колыбель древней цивилизации», «небесные ворота», «новый промышленный центр» использованы контрольно-аналитическом порядке выполнения Закона «Об издательской деятельности» на примере издательско-печатных домов «Узбекистон», «Укитувчи», «Энциклопедия», имени Чулпана и Гафура Гуляма. (Справка № 05/2-01-32 от 18 апреля 2017 года Комитета по вопросам информации и коммуникационных технологий Законодательной Палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан). Данный вывод дал возможность оценить эффективность существующей законодательной базы в сфере СМИ нашей республики;

на основе выводов по определению устойчивой константы критерии создания и формирования медиамиджа страны по историческим, социальным, политическим, просветительско-культурным условиям, а также на основе дифференциального подхода развития медиамиджа страны, определения перспектив и условий адаптации по конструктивным механизмам были использованы на научно-практических конференциях, учебных семинарах для представителей СМИ организованных Творческим союзом журналистов Узбекистана, Общественным фондом поддержки и развития СМИ и

информационных агентств Узбекистана, Центром переподготовки журналистов (Справка № 14/13-а от 18 января 2018 года Творческого союза журналистов Узбекистана). Использование научных выводов дало возможность осуществить соответствующую часть пятого пункта данного направления Стратегии действия принятого в нашей стране.

Апробация результатов исследования. Итоги исследования апробированы и обсуждены в виде докладов в более 20 научно-практических конференциях и семинарах, в том числе в 5 международных и 17 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 1 монография, 2 учебных пособия, 63 статей в научных изданиях рекомендованных Высшей Аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов диссертации PhD, из них 8 в зарубежном (список прилагается).

Композиция и объем диссертации. Работа состоит из введения, 10 параграфов, четырёх глав, заключения, списка использованной литературы (123 наименования) и приложения. Объем диссертации составляет 140 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

В введении обосновывается актуальность и необходимость темы, определяются цели и задачи, объект и предмет исследования. Указывается соответствие исследования главным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, излагается его научная новизна и практические результаты. Обосновывая достоверность полученных результатов, раскрывается их практическое и теоретическое значение. Даются сведения о внедрении в практику результатов исследования, апробации, результатах работы, опубликованные работы и структура исследования.

Первая глава диссертации называется **«Основы формирования имиджа независимого Узбекистана в зарубежной журналистике»**. В ней исследуются теоретические-методологические основы формирования имиджа страны, всесторонне изучены вопросы возникновения понятия «имидж государства» и его значения, средства формирования медиаимиджа независимого Узбекистана и их теоретические основы, а также проблема многообразия отношений зарубежных СМИ к реформам, проводимым в Узбекистане. В исторических источниках первым специалистом по имиджу упоминается помощник правителя Моисей,



СОХРАНЯЕТСЯ ТОЧНОСТЬ,

Но адаптируется под условия и потребности аудитории



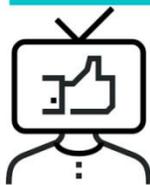
РЕЦЕПИЕНТЫ УПРАВЛЯЮТСЯ

Реакция реципиентов информации всегда управляется



FEEDBACK

Имидж может быть коммуникацией с обратной связью



ИМИДЖ VS ОБРАЗ

Имидж в какой-то степени подпадает образу, но иногда идеализирует его



ДЕЛАЕТ БОЛЕЕ АКТИВНЫМ

Имидж объединяет, активизирует характеристики объекта и взгляды аудитории

священнослужитель Аарон (1445 год до нашей эры)²⁶. Политический деятель и полководец Ю. Цезарь (102-44 годы до нашей эры) был гением в искусстве воздействия на массы. Его «искусство» склонения народа в свою сторону обращениями перед военными походами и различными сценическими представлениями были бесподобными. Известный итальянский писатель и политик, считавшийся в своих учениях сторонником создания сильного государства Н. Макиавелли (1469-1527) является одним из первых теоретиков имиджа, то есть он признан как обладатель высокого «чувства имиджа», или высокого «мышления имиджа»²⁷. Суть такого мышления заключалось в размышлении среди массы людей и влияния на них, в предугадании желаний окружающих, в установлении теплых отношений с людьми.

Создание имиджа и его формирование требует выполнения ряда важных условий связанных с информацией:

– в имидже сохраняется точность, в тоже время он подвижный и изменчивый. Он постоянно редактируется, обновляется, приспособливается к условиям данной ситуации и потребностям аудитории;

– реакция реципиента (принимающего) информации управляется

(а свойства определяющие лицо государства считаются довольно устойчивым);

– имидж – может быть коммуникацией обратной связи.

²⁶ Утлик Э.П. Практическая психология имиджа. // Вестник университета. Сер. Социология и психология управления. – М.: ГУУ, 1999. С.47.

²⁷ Макиавелли Н. Государь. Минск. 1998. С 35.

- соответствующие информации и данные формируются исходя из ожидаемой реакции адресных групп;
- имидж в определенной степени соответствует лицу, в тоже время, идеализирует его, утрирует полезные себе стороны, или исходя из потребностей аудитории вводить в употребление дополнительные идеологические, политические и психологические ценности²⁸;
- имидж объединяет, активирует основные характеристики объекта и представления аудитории.

Рисунок 1. Условия работы с информацией при создании имиджа

Критерии создания и формирования имиджа страны согласно устойчивой константе требует усовершенствования по историческим, социальным, политическим, культурно-просветительским условиям.

Выявлено, что внутренний и внешний имидж страны (государства) взаимосвязанные явления. Анализируется формирование у мирового сообщества представлений о том или ином государстве исходя и множества событий, происходящих внутри страны, таким образом превращение внутреннего и внешнего представления в единый целый процесс. Доказано определение международного авторитета, статуса страны (государства) исходя из таких факторов, как утверждение в обществе демократических критериев, благосостояние населения, открытость во внутренних и внешних отношениях, создание условий для экономических инвестиций, социально-политический устойчивый, свобода слова прессы и другие.

Резкое развитие современных информационных технологий, в том числе глобальная система Интернета расширил в немыслимым размерах объемы традиционных средств массовой информации, сформировавшихся до сих пор в сознании людей. В результате этого коренным образом изменились границы, «пределы» традиционной информационной среды – в нашем примере национальной журналистики. Указывается немыслимый рост уровня, объема, скорости передачи информации «изнутри» в «наружу» и обратно.

По результатам непосредственных наблюдений проведенных в более 20 странах мира, автором данного исследования выявлено, что в средствах массовой информации Западных стран (Великобритания, Германия, США) наблюдается

²⁸ Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // www.elitarium.ru. 2007. Апрель. – С. 8.

склонность к передаче односторонних, критических материалов²⁹, а корреспонденты СМИ стран СНГ (Россия, Казахстан, Таджикистан, Кыргызстан и Азербайджан) меняются по обстановке³⁰, в газетах Азиатских стран (Япония, Китай, Южная Корея, Индия, Турция, Объединенные Арабские Эмираты, Египет) в основном печатаются положительные статьи³¹. Исходя из этого образцы материалов местных и зарубежных СМИ о медиа имидже Узбекистана сгруппированы согласно сравнительному анализу по странам Запада, СНГ и Азии.

Вторая глава диссертации называется **«Тенденции возникновения темы молодой независимой страны в международной медиа среде»**, где изучаются вопросы возникновения темы независимого узбекского государства в зарубежной медиа среде, принципы, закономерности интеграционных процессов, усиления места и роли национальной журналистики в повышении имиджа страны в международной медиа среде. Говоря о возникновении новых государств на геополитической карте мира в 90-х годах XX века, ведущий научный сотрудник Пакистанского национального института управления обществом А. Шакур подчеркнул: «В мировой истории еще не было такого множества изменений за очень короткий срок»³².

Обосновывается тот факт, что в период активной глобализации могут всесторонне развиваться не те общества, которые отrekliсь от своей независимости и государственности, а те государства, которые формировались как полноценное государство, четко обозначили свое единое лицо, свой имидж, территорию, пути и направления развития. Этим фактом указывается на необходимость обращения пристального внимания к повышению международного медиа имиджа молодого независимого Узбекистана.

Корреспондент газеты «Комсомольская правда» в Каире А. Шумилин анализирует вопросы имиджа молодого государства исходя из аспекта религиозных убеждений. Обозреватель приходит к мнению, что недавно получившие свою независимость республики Центральной Азии не могут

²⁹ Байгин Ш. “Разъяренная многотысячная толпа громит товарный склад, бьет стекла, переворачивает автомобили”. 03.11.2004. Рейтер. (Коканд). <http://www.materick.ru/index.php?bulid=95&bulsectionid>

=8584§ion=analitics

³⁰ Граждане Узбекистана чаще всех нарушают миграционные законы в Приморье. // РИА Новости 25.11.2013 <http://ria.ru/vl/20131125/979390280.html>

³¹ “Turkiye’nin sesi” O’zbekiston tanlagan o’z taraqqiyot yo’lining samaradorligi haqida. 23.02.2015 http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo_nigohi/trkiyenin_sesi_ozbekiston_tanlagan_oz_taraqqiyot_yolining_samara_dorligi_haqida-4646446.mgr/.

³² Shakoor A. O’rta Osiyo: Amerikaning manfaat tushunchasi va xavfsizlik siyosati. / Avrasiya etyudlari. 1995, 2-son. - B14.

существовать без поддержки «большого брата», поэтому они будут признавать в роли такого «большого брата» Турцию и Иран. К республикам Центральной Азии он также добавляет Азербайджан и Афганистан. Главным аргументом автора в данном случае является тот факт, что основная часть населения перечисленных молодых независимых государств исповедует ислам³³.

И сегодня одним из основных задач специалистов, журналистов и других авторов, работающих во внутренней и внешней информационной арене является предотвращение попыток подрыва международного авторитета нашего государства и народа. Узбекистан показал себя государством, которое готов к развитию сотрудничества и связей, основанных на взаимное уважение и равенство с любим иностранным и соседним государством.

В первый период формирования демократического Узбекистана, когда наше государство находилось в процессе перехода из одной системы в другую, создание положительного имиджа страны происходило очень трудно. Реформы, связанные с рыночной экономикой, изменения формы собственности, процессы приватизации осуществлялись не сами по себе. Теперь, когда социально-экономические условия внутри страны улучшились, вопросы имиджа Узбекистана становятся еще более актуальными.

Позитивный имидж государства является важным фактором повышения эффективности внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности. Особенно в период глобализации средства массовой информации выходят на арену как оружие, влияющие на информационное пространство и имидж государства.

Процесс формирования государственности независимого Узбекистана происходил в гармонии с совершенствованием системы сотрудничества с иностранными государствами, а также расширением границ разносторонних связей. Параллельно с развитием механизма такого взаимного сотрудничества Узбекистана с зарубежными странами формировался и его имидж. Со временем он усовершенствовался в соответствии с внешней средой.

По мнению исследователя судьбу имиджа страны на международном медиа пространстве решают средства массовой информации зарубежных стран, но вопросы использования внутренних возможностей, в том числе национальной журналистики не должны отходить на второй план.

Время требует реформирования внутреннего информационного пространства страны, его превращения в неотъемлемую часть мирового информационного пространства и тем самым поднятия на новый, более высокий

³³ См: Шумилин А. Исламский передел. // Комсомольская правда. 14 января 1992.

уровень участия системы национальной журналистики и национальных СМИ в формировании внешнего имиджа государства. Перестройка сферы национальной журналистики в соответствии демократическими ценностями, в том числе, децентрализация, разгосударствление, положить конец цензуре в прессе, подготовка высококвалифицированных и отвечающих современным требованиям кадров, также, оснащение всех сфер отрасли современными технологиями стали одним из приоритетных направлений государственной политики. Результаты всех этих нововведений коренным образом обновили систему национальной СМИ, формировали информационное пространство страны, открыли путь к превращению национального информационного пространства в неотъемлемую часть мирового информационного пространства. Вместе с этим, дифференциальное отношение дало возможность развития медиа имиджа страны, определения его перспектив, уточнения условий адаптации по конструктивным механизмам.

Не допущение превращения зарубежных журналистических сетей в генератор негативного имиджа Узбекистана, не быть безразличным к использованию средств массовой информации зарубежных стран в корыстных целях необъективными идеологами является одним из важнейших задач.

В таких условиях очень важно разработка научно обоснованных предложений и рекомендаций по активизации борьбы против неверной трактовки имиджа страны и его фальсификации, особенно стратегии имиджа страны. Увеличение объема позитивных материалов улучшающих имидж Узбекистана и в национальных, и в зарубежных средствах массовой информации является очень важной задачей.

Значить, учитывая место национальной журналистики в формировании имиджа Узбекистана, постоянное повышение их эффективности имеет важное значение.

Третья глава диссертации называется **«Место и значение национальных средств массовой коммуникации в создании международного имиджа страны»**. По рассмотренным в данной главе вопросам разработаны предложения и рекомендации. Здесь под средствами массовой коммуникации (анг. mass communications) понимается термин, с широким охватом и сферой влияния чем традиционные средства массовой информации, то есть газеты и журналы, телевидение и радио, объединяющий в себе новые понятия и дифференции из современных электронных средств связи. В главе анализируется значение национальных интернет газет в формировании имиджа Узбекистана в

международной медиа пространстве, увеличение доли аудиовизуальной журналистики в развитии имиджа страны (на примере сайтов mtrk.uz, mediabay.uz), а также развитие и перспективы национального on-line информационного сегмента (на примере сайтов uza.uz, jahonnews.uz). Автором диссертационной работы указывается на то, что данные издания несколько устраняют имеющуюся информационный дефицит об Узбекистане внутри и вне страны, удовлетворяется потребность читателей на срочную и достоверную информацию. А также, указывается, что существенно уменьшился интерес граждан по обращениям в зарубежные информационные источники в поисках не достоверной, ложной, негативной информации.

В последние годы последовательно развиваются интернет издания. Они усовершенствовались с профессиональной точки зрения. Общение между редакциями и читателями приобрели скоростной, современный, виртуальный облик. Резко увеличилось качество и охват интерактивности. Отдельное внимание уделялось и специализации интернет-газет.

Быстро распространились возникшие как возможность веб технологии - система Веб 2.0 (Web 2.0) и Блог (Blog). Как утверждал Х. Досмухаммедов “вместе с усилением информационное течение теперь еще не знает границ”.³⁴ Исходя из того, что некоторые блог-сайты работают быстрее многих сайтов распространяющих официальную информацию, их начали называть Ньюс 2.0 (News.2). В будущем Ньюс 2.0 (News.2) станет журналистикой или нет, это отдельный вопрос, но несмотря на это, в системе блогов увеличивается число сайтов (например, сайты www.binafsha.uz, www.Itishnir.uz, www.nargis.uz, www.blog.fonus.uz, www.blog.uzinfocom.uz, www.ayol.uz и другие).

Творческое мастерство создания журналистических материалов в электронных СМИ предназначенных для зарубежной аудитории требует отдельного внимания. К. Исмаилова, специализирующееся на исследованиях в сфере радиожурналистики, отдельно указывает на тот факт, что в деятельности радиоканалов, предназначенных для зарубежных слушателей защита интересов Родины постоянно стоит во главе угла, и рассуждает о необходимости обращения пристального внимания свойствам стиля и языка³⁵. Хотя, рассуждения данного

³⁴ Дўстмухаммад Х.Н. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришининг демократик андозалари. – Т., Ўзбекистон, 2005 йил. – Б. 25.

³⁵ Исмаилова К. Современные проявления направленности материалов зарубежную аудиторию в сфере международного радиовещания. Глобаллашув шароитида ахборот хавфсизлиги масалалари. Республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. – Т., 2016. – Б.21.

исследователя относятся к материалам радиожурналистики, можно сказать, что они в равной мере касаются и деятельности интернет-изданий.

Изучены вопросы соединения национальных аудиовизуальных СМИ к интернету, и влияние данного фактора на развитие отрасли, а также на расширение постоянной аудитории. Автором доказывается, что глобальная система привел к важным изменениям в деятельности радио и телеканалов Узбекистана.

Онлайн вещание теле и радиопередач прежде всего предназначается для зарубежной местной аудитории. Но если обратит внимание на опыт ряда зарубежных стран, в том числе России, Китая, Турции данный вопрос приобретает еще более глубокий смысл. Например, проправительственные телеканалы России прямой трансляцией своих передач посредством виртуального пространства обеспечивают поддержание связей миллионами россиян, проживающих за рубежом со своей исторической Родиной, национальной культурой. А по сути, основной целью является формирование среди населения всего мира положительного имиджа России, показать ее политическую и экономическую мощь, пропаганда русской культуры (телепередачи «SophieCo», «RT репортаж», «Эксклюзивное интервью» телеканала «Russia today»). В деятельности телеканалов «Россия 24», «РТР Планета», «Культура» входящих в структуру ВГТРК (Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания) данная цель четко проявляется.

Соединение национальной аудиовизуальной СМИ к интернету создает благоприятные условия для развития сферы и расширения постоянной аудитории. Так, глобальная сеть принес в деятельность теле и радиоканалов Узбекистана две существенные изменения.

Во-первых, ежедневный оборот информации по миру был поднят до уровня on-line, то есть появилась возможность быстро отправить информацию одновременно во все регионы мира.

Во-вторых, существенно сократились ограничения в общении между телерадиоканалами и постоянной аудиторией. Здесь активизировалось интерактивность, прямые общения с многочисленными зрителями и слушателями поднялись на качественно новый уровень.

На конкретных примерах анализируется деятельность ведущих информационных агентств нашей страны в сфере эффективного использования возможностей интернета. За последний годы, если так можно сказать «основными производителями информации» – информационными агентствами УзА и «Жахон» в этом направлении проделаны определенные практические работы. Например,

такие традиционные жанры журналистики, как новости, вести, репортажи, статьи и фото сюжеты совершенствуются исходя из требований сегодняшнего дня. В тоже время, отдельное внимание уделяется их переводу на иностранные языки. Важно и то, что при их передаче в страны мира используются новые технологические навыки и уже имеются первые результаты в данном направлении.

Сегодня, в условиях, когда ускоряются темпы информатизации общества, расширяется влияние глобализации необходимо уделять внимание дипломатической стороне, то есть не связанного между собой двум сторонам развития международных связей.

С одной стороны, усиливается принятие субъектами международной политики общих ценностей, международных норм и принципов.

С другой стороны, между этими субъектами идет борьба за сохранение самобытности, национальных ценностей и культуры. К этой борьбе связанного с проведением взаимного давления, государства привлекают все средства, в том числе, СМИ, негосударственные организации, сетевые организации, транснациональные движения, интернет, СМС и другие «гаджеты» XXI века.

Четвертая глава диссертации называется **«Вопросы творческого мастерства и объективности при создании имиджа независимого Узбекистана на международном медиа пространстве»** и в ней исследуются вопросы жанрового, языкового и визуального мастерства при создании имиджа страны, а также условия и нормы объективности при создании медиа имиджа молодых независимых субъектов, нормы профессиональной этики журналиста.

Русский ученый А. Гусякова различия при передаче информации между печатными и электронными СМИ разделяет на 3 вида. Это:

1. Разница между экстралингвистическими параметрами передачи информации.
2. Разница между печатными и электронными медиатекстами.
3. Разница в общих темах медиатекстов³⁶.

Как доказывает автор исследования, если раньше в неязыковые компоненты письменных текстов включались в основном графические средства, то сегодня в связи с появлением электронных текстов необходимо эффективное использование паралингвистических элементов. Отдельно подчеркивается, что теперь они не ограничиваются только графикой, а обобщают в себе аудио и видео материалы тоже.

³⁶ Гусякова А.В. Типологические характеристики способов передачи Информации в печатных и электронных СМИ XXI века // Вестник ЧГПУ. 2011. №8.

Также в их состав входят:

1. Иконические, то есть графические средства: картины, фотографии, таблицы, формулы, знаки;
2. Аудио средства (аудиоречь, музыка);
3. Видео средства (видеоречь, видеоизображение);
3. Современные мультимедийные средства, возникшие из интеграции графики, звука и динамики³⁷.

При формировании внешнего имиджа страны через СМИ, в том числе в процессе умелой подаче информационных текстов и аудиовизуальных материалов паралингвистика играет важную роль. Потому что электронная информация обладает силой быстрого влияния на сознание читателей.

Автор исследования указывает на необходимость внедрения современных жанров и форм информации, когда сегодняшняя узбекская журналистика входит в архитектуру мирового информационного пространства как структурное подразделение.

Когда речь идет о создании и формировании медиа имиджа появившихся в мировой геополитической карте новых независимых государств, в том числе Узбекистана, серьезной проблемой являются критерии объективности. Естественно, отношения к любому государству, особенно молодому независимому государству, который еще полностью не включился в мировое сообщество, полностью не приобрел стабильности во внутренней и внешней политике, будут разными. И причин этого множество. Вообще-то, всякое отношение начинается от интересов, а объективность отношений первым делом отражается в прессе.

При столкновении триады правдивость – национальный интерес – профессиональная этика важное значение приобретает творческое мастерство, стиль размышления, ритм изложения своего отношения журналиста (обозревателя) и самое главное, его истинная цель. Журналист с благими намерениями никогда не нанесет ущерба национальному интересу, но и не пойдет вопреки правдивости.

Доктор филологических наук Х. Досмухаммедов свзывает этику корреспондентов с их профессиональным мастерством: «Как в тардиционной журналистике, в интернет журналистике тоже положение и способности журналиста определяют его мастерство отбирать нужную и объективную информацию из «моря» информации»³⁸.

³⁷ Компанцева Л.Ф. Специфика нормы и узуса в Интернет-дискурсе // technology.ru/public/uzus/html/

³⁸ Дўстмухаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари. – Т., Янги аср авлоди. 2007. – Б. 71.

По мнению российского колумниста А. Архангельского, «объективность прессы» объясняется совокупностью субъективных мнений принципиально различающихся друг от друга; существованием разных газет, журналов и телеканалов³⁹. Одностороннее освещение спорной темы считается признаком не демократической, а тоталитарной журналистики⁴⁰. Если исходить из этих и других теоретических принципов объективности, можно заметить, что в процессе формирования имиджа страны в СМИ требования, вопросы объективности воплощают в себе несколько сложных и серьёзных проблем.

По мнению автора исследования, особенно сегодня, в период информационных атак и противостояний правдивость источников или культура отбора фактов является серьёзным фактором объективности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам диссертационной работы разработаны нижеследующие научные заключения, предложения, а также практические рекомендации:

1. Изменение имиджа Республики Узбекистан на мировом медиа пространстве за годы независимости в позитивную сторону дала возможность предотвращению внутренних и внешних угроз негативно влияющих на имидж страны, в том числе, накоплению определенного опыта в борьбе против вымышленных, не объективных информационных течений.

2. Требуется систематизация сотрудничества с мировым сообществом, средствами массовой информации зарубежных стран, некоммерческими организациями и исследовательскими центрами по формированию имиджа Узбекистана как, идущего по пути демократии, экономически развивающегося суверенного государства, освещения в СМИ имеющих историческое значение весомых работ.

3. Так как для повышения международного авторитета молодого независимого Узбекистана важную роль играет мировое информационное пространство, в том числе средства массовой информации, требуется разработка предложений о том, что основным фактором создания, формирования и развития имиджа нашей страны и народа станут выступления прессы о нашей республике.

4. В условия глобализации бросаются в глаза стремления завоевания мирового информационного пространства, абсолютного владения им. Это требует

³⁹ Архангельский А. Два мифа о журналистике // <http://vz.ru/columns/2008/4/7/157655.html>

⁴⁰ Арндт Х. Истоки тоталитаризма. Х. Арндт; Пер. с англ. / Под ред. М.С. Ковалевой, Д.М. Носова. – М., ЦентрКом, 1996. – С. 672.

определения факторов, которые могут возникнуть в результате монополизации информации в мировом медиа пространстве, а в некоторых случаях, не принятия во внимание интересов молодых независимых и развивающихся стран сильными государствами, и негативно повлияют на имидж страны.

5. Хотя теория имиджа, имеющиеся в журналистике, PR и рекламе не похожи друг на друга, в большинстве случаев они неразрывно связаны с общей темой, лицом, имиджем территории или товара, что показывает на необходимость постоянного мониторинга состояния имиджа страны в зарубежном медиапространстве, и своевременного внесения изменений в информационную политику.

6. Принимая во внимание разнообразность упомянутых теоретических взглядов, невозможность прямого принятия определенного их вида или применения в любых условиях требует сопоставления теоретических и практических вопросов формирования имиджа любого государства, особенно таких молодых независимых государств как Узбекистан.

7. Теоретические стороны и сегодняшние процессы связей с общественностью в условиях Узбекистана также разработаны специалистами, и определенным образом систематизированы, что показывает на необходимость еще более глубокого изучения теоретических вопросов связей с общественностью нашей национальной школой.

8. Как показал анализ проблемы не соответствия друг другу отношения средств массовой информации зарубежных стран, а также результаты наблюдений автора данного исследования, которых он проводил за 25 лет независимости нашего государства в более чем 20 странах мира, в средствах массовой информации Западных стран преобладают критические материалы, корреспонденты СМИ стран СНГ меняют свое отношения исходя из “погоды”, а в газетах Азии в основном печатаются положительные статьи. Подчеркивая тот факт, что такие тенденции зарубежных СМИ все еще не меняются, это дает возможность внедрить медиа мероприятий против подобных действий.

9. Сейчас мировым информационным пространством правят крупные информационные центры. В таких тяжелых условиях, с одной стороны, велика вероятность направленности информационного обеспечения на определенные цели и ее односторонности, с другой, информация предоставляется мировому обществу в таком виде и трактовке, каким хотят их видеть владельцы этих СМИ. Такое положение дел нанесет ущерб не только внешнему, но и внутреннему

имиджу страны, что требует разработки предложений по снижению такого негативного влияния посредством национальных СМИ.

10. За прошедший период в международных средствах массовой информации имидж Узбекистана изменился в эволюционном виде. Если в первые годы независимости мировое сообщество представляло нашу страну как простую республику вышедшую из бывшей советской системы, с неразвитой промышленностью, то за последние годы она стала устойчиво развивающейся в экономическом и политическом плане государством, что требует совершенствования работ по созданию и укреплению такого имиджа Узбекистана.

11. Из за использования возможностей современных мультимедийных систем наблюдается некоторое расширение географии читателей республиканских, областных и районных газет, а также постоянное использование интернет материалов печатными периодическими изданиями. Но, в нашей республике радио и телевидение больше пользуются услугами интернета, чем печатные СМИ, что требует повышения активности газет в Интернете.

12. Охват веб аудитории состоит не только из узбекистанцев, но и из представителей братских наций, а также зарубежных слушателей, поэтому широкое распространение радиопередач через Интернет дает возможность ознакомлению мирового сообщества богатой историей и культурой нашего народа.

13. Анализ развития и перспектив национального информационного сегмента на примере информационных агентств uza.uz и jahnnews.uz, а также мнения экспертов показывают на необходимость осуществления некоторых дополнительных технологических и методических работ, в том числе, нововведений отвечающих требованиям современников.

14. С повышением места и роли социальных сетей в формировании имиджа страны, в широкой пропаганде в мировом медиа пространстве больших достижений нашего независимого государства, указывает на необходимость совершенствования проводимых в данном направлении работ.

15. Повышение общей эффективности при создании имиджа страны посредством жанра, стиля, языка и средств изображения, качественная подготовка материалов повышающих и формирующих имидж страны в международном медиа пространстве требует от любого автора высокого творческого мастерства.

16. Требуется пересмотрение и анализ материалов каждого национального СМИ вешающих на иностранных языках по жанру, языку и стилю, систематическое воспользованием услугами редакторов говорящих на иностранных языках.

17. Подчеркивается необходимость распространения на мировом медиа пространстве информации связанных с имиджем Узбекистана, организация всех работ в данном направлении согласно общепринятым и профессиональным этическим нормам.

18. Узбекистан имеет необходимые силы и средства для формирования своего положительного имиджа в мировом медиа пространстве. Так, пришло время поднятия на концептуально новый уровень имеющиеся отношение к данному направлению. Это требует пересмотра деятельности информационных служб государственных органов управления, различных министерств, ведомств и организаций направленной на формирование имиджа страны в медиа пространстве, их оценки, еще более активации их деятельности согласно соответствующим заключениями и опыту.

**ONE-OFF SCIENTIFIC COUNCIL UNDER THE SCIENTIFIC COUNCIL
AWARDING SCIENTIFIC DEGREES Dsc.27.06.2017.Fil.21.01 AT TASHKENT
STATE INSTITUTE OF ORIENTAL STUDIES, UZBEKISTAN STATE WORLD
LANGUAGES UNIVERSITY,
NATIONAL UNIVERSITY OF UZBEKISTAN
UZBEKISTAN STATE WORLD LANGUAGES UNIVERSITY**

ALIMOV BERUNIY SULTONOVICH

**PRINCIPLES AND PERSPECTIVES OF FORMATION OF UZBEKISTAN'S
IMAGE IN THE FOREIGN AND NATIONAL MASS MEDIA (in the case of
media materials during the period of 1991-2017)**

10.00.09 – Journalism (sciences of filology)

**DISSERTATION ABSTRACT FOR THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD IN
PHILOLOGICAL SCIENCES)**

Tashkent - 2018

The theme of the doctoral thesis is registered by Supreme Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of Republic of Uzbekistan in number B2017.1.PhD/Fil101

The doctoral thesis carried out at the Tashkent State Institute of Oriental Studies.

The abstract of the dissertation in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) is placed on the web page www.tashgiv.uz of the Scientific Council and information-educational portal “ZiyoNet” www.ziyo.net.uz.

Scientific supervisor: **Dosmuhamedov Hurshid Nabievich**
Doctor of Philology

Official opponents: **Irnazarov Quدرات Tuganovich**
Doctor of History
Babajanova Gulnara Nadjimovna
Doctor of Philosophy

Leading organization: Karakalpak state university named after Berdak

Defense of dissertation will take place on “___” _____ 2018 at ___ at the meeting of the Scientific Council awarding Scientific degrees DSc 27/06/2017.Fil/21/01 at the Tashkent State Institute of Oriental Studies, Uzbekistan State World Languages University, National University of Uzbekistan (address: 100047, Tashkent city, Shakhrisabz street, 16. Phone number: (99871) 233-45-21; Fax: (99871) 233-52-24; e-mail: sharq_ilmiy@mail.ru)

Doctoral dissertation could be reviewed in the Information Resource Centre of the Tashkent State Institute of Oriental Studies. (Registration number ____). Address: 100047, Tashkent city, Shakhrisabz street, 16. Phone number: (99871) 233-45-21.

Abstract of dissertation sent out on “___” _____ 2018.
Protocol at the register № ____ of “___” _____ 2018.

A.M. Mannonov
Chairman of the Scientific Council awarding
Scientific degrees, Doctor of Philology,
professor

Q.Sh.Omonov
Scientific Secretary of the Scientific Council
awarding Scientific degrees, Doctor of
Philology

F.A. Muminov
Chairman of the Scientific Seminar at the
Scientific Council awarding Scientific
degrees, Doctor of Philology

INTRODUCTION (abstract of (PhD) thesis)

The aim of the study is to improve the principles of creating an image of Uzbekistan through foreign and national media.

The object of the study is the media image of independent Uzbekistan in foreign and national media.

The subject of the study was the views, tendencies, approaches and principles of the country's image in foreign and national media in the years of independence.

The scientific novelty of the research is manifested in the following:

On the basis of a stable constant, they were improved on the historical, social, political, cultural and educational criteria for creating and forming a media image of the country;

On the basis of the differential approach, the prospects, the development of the country's media image and the conditions for adaptation are determined according to the constructive mechanism;

Foreign and national media materials on the formation of the media image of Uzbekistan are grouped by means of a sapostatic analysis with similar examples from the countries of the West, Asia and the CIS;

On the basis of the conceptual approach, the peculiarity of the «regional image» in the conditions of Uzbekistan is determined, and also taking into account national, religious and economic characteristics such as the «capital of Islamic culture», the «cradle of the ancient civilization», the «heavenly gate», and the «new industrial center».

Approbation of research results. The results of the research are approved and discussed in the form of papers in more than 20 scientific and practical conferences and seminars, including 5 international and 17 republican scientific and practical conferences.

Composition and volume of the dissertation. The work consists of an introduction, 10 paragraphs, four chapters, a conclusion, a list of references (123 titles) and an appendix. The volume of the thesis is 140 pages.

The first chapter of the thesis is called «**The Basics of Forming the Image of an Independent Uzbekistan in Foreign Journalism**». It explores the theoretical and methodological foundations for the formation of the country's image, comprehensively explored questions of the emergence of the concept of «state image» and its significance, the means for forming the media image of independent Uzbekistan and their theoretical foundations, as well as the diversity of relations between foreign media

and reforms in Uzbekistan. In historical sources, the first image specialist mentions the assistant to the ruler of Moses, the priest Aaron (1445 BC)⁴¹. Politician and Commander J. Caesar (102-44 years BC) was a genius in the art of influencing the masses. His «art» of inciting the people to his side with appeals to military campaigns and various stage performances was unmatched. A well-known Italian writer and politician considered in his teachings as a supporter of the creation of a strong state, N. Machiavelli (1469-1527), is drying up one of the first image theorists, that is, he is recognized as possessing a high «image sense» or high «image thinking»⁴². The essence of such thinking consisted in thinking among the masses of people and influencing them, in anticipating the desires of others, in establishing warm relations with people.

According to the results of direct observations conducted in more than 20 countries, the author of this study found that in the media of Western countries (Great Britain, Germany, the United States)⁴³ there is a tendency to transfer unilateral, critical materials, while correspondents from CIS (Russia, Kazakhstan, Tajikistan, Kyrgyzstan and Azerbaijan) are changing according to the situation⁴⁴, in the newspapers of the Asian countries (Japan, China, South Korea, India, Turkey, the United Arab Emirates, Egypt) are mostly printed positive articles⁴⁵.

The second chapter of the thesis is titled «**Trends in the emergence of the theme of a young independent country in the international media environment**», where the issues of the emergence of the theme of an independent Uzbek state in a foreign media environment, the principles, patterns of integration processes, the strengthening of the place and role of national journalism in enhancing the country's image in the international media environment are studied. Speaking about the emergence of new states on the geopolitical map of the world in the 1990s, A. Shakoor, a leading researcher at the Pakistan National Institute of Society Management, said: «There have not been so many changes in world history in a very short time»⁴⁶.

⁴¹ Утлик Э.П. Практическая психология имиджа. // Вестник университета. Сер. Социология и психология управления. – М., ГУУ, 1999. С.47.

⁴² Макиавелли Н. Государь. Минск. 1998. С 35.

⁴³ Байгин Ш. “Разъяренная многотысячная толпа громит товарный склад, бьет стекла, переворачивает автомобили”. 03.11.2004. Рейтер. (Коканд). <http://www.materick.ru/index.php?bulid=95&bulsectionid>

=8584§ion=analitics

⁴⁴ Граждане Узбекистана чаще всех нарушают миграционные законы в Приморье. // РИА Новости 25.11.2013 <http://ria.ru/vl/20131125/979390280.html>

⁴⁵ “Turkiye'nin sesi” O'zbekiston tanlagan o'z taraqqiyot yo'lining samaradorligi haqida. 23.02.2015 http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo_nigohi/trkiyenin_sesi_ozbekiston_tanlagan_oz_taraqqiyot_yolining_samara_dorligi_haqida-4646446.mgr/.

⁴⁶ Shakoor A. O'rta Osiyo: Amerikaning manfaat tushunchasi va xavfsizlik siyosati. / Avrasiya etyudlari. 1995, 2-son. - B14.

It is justified the fact that in the period of active globalization, not all societies that have renounced their independence and statehood can develop comprehensively, and those states that were formed as a full-fledged state clearly defined their identity, image, territory, ways and directions of development. This fact points to the need to pay close attention to the enhancement of the international media image of a young independent Uzbekistan.

The third chapter of the thesis is called «**The place and importance of national mass media in creating an international image of the country**». On the issues discussed in this chapter, proposals and recommendations have been developed. Here, mass communication means a term with a broad scope and sphere of influence than traditional media, that is, newspapers and magazines, television and radio, which combines new concepts and differentiations from modern electronic means of communication. The chapter analyzes the importance of national Internet newspapers in shaping Uzbekistan's image in the international media space, increasing the share of audiovisual journalism in the development of the country's image (for example, mtrk.uz, mediabay.uz), as well as the development and prospects of the national on-line information segment (in the sample uza.uz, jahonnews.uz). The author of the dissertational work points out that these publications somewhat eliminate the existing information deficit about Uzbekistan inside and outside the country, the readers' need for urgent and reliable information is being met. And also, it is pointed out that the interest of citizens in appealing to foreign information sources has decreased significantly in the search for unreliable, fake, negative information.

The fourth chapter of the thesis is entitled «**Questions of creative mastership and objectivity in creating the image of independent Uzbekistan in the international media space**» and it explores the issues of genre, language and visual skill in creating the image of the country, as well as the conditions and standards of objectivity when creating media image of young independent subjects, norms of professional journalist ethics.

Russian scientist A. Guslyakova divides the differences in the transfer of information between print and electronic media divided into 3 types. It is a:

1. Difference between extralinguistic parameters of information transfer.
2. Difference between print and electronic media texts.
3. Difference in general topics of media texts⁴⁷.

⁴⁷ Гуслиякова А.В. Типологические характеристики способов передачи Информации в печатных и электронных СМИ XXI века // Вестник ЧГПУ. 2011. №8.

As the author of the research proves, if in the past non-linguistic components of written texts included mainly graphic means, today, in connection with the appearance of electronic texts, the effective use of paralinguistic elements is necessary. It is separately emphasized that now they are not limited only to graphics, but they generalize in themselves audio and video materials too.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (1 часть, part 1)

1. Алимов Б.С. Интернет элчихона. 3D шаклидаги дипломатик миссия, у қандай фаолият юритади? // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2012. – №1-2. – Б. 42-45 (10.00.00; № 5).
2. Алимов Б.С. Ахборот соҳасидаги янги ислохотлар // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2012. – №3. – Б. 14-18 (10.00.00; № 5).
3. Алимов Б.С. Мухбир – АКТ дизайнери // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2012. – №4-6. – Б. 28-30 (10.00.00; № 5).
4. Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида Ўзбекистон имижини // Ўзбекистон матбуоти. – Т.:, 2013. – №1. – Б. 28-31 (10.00.00; № 5).
5. Алимов Б.С. Оммавий ахборот воситаларининг миллий домендаги шаклланиши // Ўзбекистон Миллий университети хабарлари, – Т.:, 2013. – №1. – Б. 32-35 (10.00.00; № 15).
6. Алимов Б.С. Ахборот хизматида пресс-релизнинг туган ўрни ва роли // Ўзбекистон матбуоти. – Т.:, 2013. – №3. – Б. 47-51 (10.00.00; № 5).
7. Алимов Б.С. Халқаро ахборот макони: оммага тезкор, холис ва ҳаққоний хабарлар етказишда журналист ихтисослашувининг долзарб масалалари // Ўзбекистон Миллий университети хабарлари, – Т.:, 2013. – №4/1. –Б. 222-226 (10.00.00; № 15).
8. Алимов Б.С. Телерадиоканаллар ва Интернетда ўзбек тили тарғиботи // Til va adabiyot ta'limi, – Т.:, 2013. – №12. – Б. 47-48 (10.00.00; № 9).
9. Алимов Б.С. Глобаллашув жараёнида ёш мухбирларнинг ўқув-амалиёт кўникмалари // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2013. – №5. – Б. 24-25 (10.00.00; № 5).
10. Алимов Б.С. Замонавий журналистиканинг биринчи талаби // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2013. – №6. – Б. 5-6 (10.00.00; № 5).

11. Alimov B.S. Portrayals of Uzbekistan's image in the global media space // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz. – Т.:, 2014. – №1 (1). (10.00.00; № 17).
12. Алимов Б.С. Ахборот глобаллашувида жанр, тил, тасвир маҳорати // Til va adabiyot ta'limi, – Т.:, 2014 йил, – №5. – Б. 39-41 (10.00.00; № 9)
13. Алимов Б.С. Халқаро имижни оширишда профессионал этика нормаларининг ўрни ва роли // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2014 йил. – №2. 18-20 б., – №3. – Б. 68-69 (10.00.00; № 5).
14. Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида мамлакат медиа имижини мустаҳкамлашнинг иқтисодий-ташкилий асослари // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz. – Т.:, 2014 йил. – №4. – Б. 108-117 (10.00.00; № 17).
15. Alimov B.S. Portrayal of Uzbekistan's Image in the Global Media Space // Contemporary Central Asia, volume XVIII. May-December, New Delhi, 2014. Jawaharlal Nehru University, India. ISSN: 0973-5690. – P. 25-31 (10.00.00; № 12).
16. Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида мамлакат имижини оширишда миллий журналистиканинг ўрни // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2015. – №2. – Б. 60-63 (10.00.00; № 5).
17. Алимов Б.С. Давлатчилик ва унга раҳнамолик ҳақидаги қарашлар силсиласи // Қарақалпақ давлат университети хабаршысы, ҚҚДУ, Нукус, 2015. – №2. – Б. 61-66 (10.00.00; № 12).
18. Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида мамлакат медиа имижини мустаҳкамлашнинг иқтисодий-ташкилий асослари // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz, – Т.:, 2015. – №4 (махсус сон). – Б. 138-148 (10.00.00; № 17).
19. Алимов Б.С. Роль социальных сетей в повышении имиджа страны в мировом медиа пространстве // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2015. – №4. – Б. 48-51 (10.00.00; № 5).
20. Алимов Б.С. Ижтимоий тармоқлар ва уларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги ўрни // Ўзбекистон Миллий университети хабарлари, – Т.:, 2015. – №3. – Б. 286-290 (10.00.00; № 15).

21. Алимов Б.С. Хорижий ОАВда Ўзбекистонда кечаётган ислохотларга муносабатларнинг хилма-хиллиги муаммоси // Қарақалпақ давлат университети хабаршысы, ҚҚДУ, Нукус. – Т.: 2015. – №3. – Б. 106-111 (10.00.00; № 12).
22. Алимов Б.С. On the Diversity of Attitudes in the Foreign Mass Media towards the Reforms in Uzbekistan // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz, – Т.: 2015. – №4 (8). – Б. 138-147 (10.00.00; № 17).
23. Алимов Б.С. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлашда социал тармоқлар аспекти // Ўзбекистон матбуоти, – Т.: 2015. – №5-6. – Б.10-11 (10.00.00; № 5).
24. Alimov B.S. Theoretical foundations of shaping the media image of the newly independent states and the problem of disputable cases // International Journal of Multidisciplinary Research and Development. New Delhi, 2015, № 7. Volume: 2, Issue: 7, – P. 433-437. www.allsubjectjournal.com, ISSN: 2349-4182. (5) Global Impact Factor. 0.543.
25. Алимов Б.С. Роль имиджа страны в международном медиапространстве // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz, – Т.: 2016. – №4. – Б. 151-157 (10.00.00; № 17).
26. Алимов Б.С. Значение СМИ Узбекистана в формировании имиджа государства на мировой арене // Ўзбекистон матбуоти, – Т.: 2016. – №3. – Б. 48-51 (10.00.00; № 5).
27. Алимов Б.С. Маҳаллий матбуот нашрлари: «ҳа»ми ёки «йўқ» // Ўзбекистон матбуоти, – Т.: 2016. – №4. –Б. 10-11 (10.00.00; № 5).
28. Алимов Б.С. Журналистика таълими: халқаро ҳамкорликнинг янги босқичи // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz, – Т.: 2016. – №5. – Б. 246-250 (10.00.00; № 17).
29. Alimov B.S., Wontai S. Uzbekistan's Image Portrayed by World Media. // Ўзбекистонда хорижий тиллар, fledu.uz, – Т.: 2017. – №2. – Б. 151-166 (10.00.00; № 17).
30. Алимов Б.С. Ўзбекистон журналистикаси тарихий босқичлар кесимида // Ўзбекистон матбуоти, – Т.: 2017. № 2-3 сон. –Б. 10-15 (10.00.00; № 5).

31.Алимов Б.С. Ахборот – янги нефть // Ўзбекистон матбуоти, – Т.:, 2017. № 4-6 сон. –Б. 30-34 (10.00.00; № 5).

II бўлим (2 часть, part 2)

32.Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида мамлакат имижини ривожлантириш имкониятлари ва журналистикада маҳорат масалалари. Ахборот хизматлари ходимлари, ОАВ вакиллари, журналистика факультетларида таҳсил олаётган талабалар учун назарий-услубий қўлланма. – Т., 2015. – Б. 136.

33.Алимов Б.С. Мамлакат медиа имижини ривожлантиришда миллий оммавий коммуникация воситаларининг ўрни: назарий ва амалий аспектлар. Журналистика факультетларида таҳсил олаётган талабалар, ОАВ вакиллари, ахборот хизматлари ходимлари ва тадқиқотчилар учун илмий-назарий қўлланма. – Т., 2015. – Б. 108.

34.Alimov B.S. Uzbek culture and superstitions. Indian Institute of Mass Communications // «Echo» magazine. New Delhi, 1994. – P. 17-20.

35.Alimov B.S. Uzbekistan is a country of original traditions and culture // Uzbekistan at the doorstep of the third millennium. Budapest, 1998. – P 277-287.

36.Алимов Б.С. «Узбекская модель» в очередной раз подтвердила свою жизнеспособность и эффективность // 18 лет Государственной Независимости Республики Узбекистан. Москва, 2009 г. Издатель – «Параллель». – С. 40-41.

37.Алимов Б.С. Импульс развитию ШОС // Ислам Каримов о 19-летию Независимости. Москва, 2010. Издатель – «Параллель». – С. 19-20.

38.Алимов Б.С. Узбекистан: шаг к широким возможностям // Республика Узбекистан. Москва, 2011. Издатель – «Параллель». – С. 8-15.

39.Алимов Б.С. Узбекистан-Россия: углубление стратегического развития // Республика Узбекистан. Москва, 2012. Издатель – «Параллель». – С 16-19.

40.Алимов Б.С. Олий журналистика курсларида ўқув-амалиёт кўникмалари // «Олий журналистика курсларида ихтисослашув масалалари» мавзуида I

илмий-амалий семинар материаллари тўплами. «Ўзбекистон» нашриёти. – Т.: 2012, 11 декабрь. – Б. 24-26.

41. Алимов Б.С. Ўзбек тилидаги аудиовизуал материалларнинг дунё медиа майдонига тарқатилишида Интернетнинг ўрни // Тележурналистика масалалари бўйича илмий анжуман материаллар тўплами. – Т.: 2013, апрель. «Шарқ» нашриёти. – Б. 54-60.
42. Алимов Б.С. Жамоатчилик алоқаларини бошқариш воситалари. Пресс-релиз, анонс, шарҳ ҳамда маълумотларни ёзиш қоидалари // Тошкент давлат юридик институтининг «Давлат тили: муаммо ва ечимлар» номли илмий мақолалар тўплами, – Т.: 2013 йил, май. – №3. – Б. 218-225.
43. Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида Ўзбекистон имижини яратиш масалалари // XXI асрда медиа-тадқиқотлар. Илмий мақолалар тўплами. – Т.: 2013, 12 июнь. «Ўзбекистон» нашриёти. – Б. 221-226.
44. Алимов Б.С. Проблемы имиджа Узбекистана в мировом медиа-пространстве // Сборник тезисов международной конференции «Современные социальные коммуникации в системе цивилизации и культуры». Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права. 18-19 ноября 2013г. – С. 9.
45. Алимов Б.С. Глобаллашув жараёнида ёш журналистларнинг ўқув-амалиёт кўникмалари // «Олий журналистика курсларида ихтисослашув масалалари» мавзуида II илмий-амалий семинар материаллари тўплами. Тошкент. Ғафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи. – Т.: 2013, 27 ноябрь. – Б. 36-40.
46. Alimov B.S. Das image Usbekistans im globalen informationsraum // «Wostok» magazine. Berlin, 2013, Issue №4. – P. 48-50.
47. Алимов Б.С. Аҳолига тезкор, холис ва ҳаққоний ахборот етказишда журналист ихтисослашувининг долзарб масалалари // Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти устидан жамоатчилик назоратини таъминлашда ОАВ масъулиятини ошириш масалалари мавзусида ташкил этилган конференция маърузалари тўплами. Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди. I тўплам. – Т.: 2013. – Б. 68-76.

48. Алимов Б.С. Ахборот хизматини бошқариш воситалари – Пресс-релиз, анонс, шарҳ ҳамда маълумотларни ёзиш қоидалари // Ахборот хизматларининг ОАВ билан ўзрао алоқаларини мустаҳкамлашнинг долзарб масалалари мавзусида ташкил этилган тадбир маърузалари тўплами. Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди. III тўплам. – Т.: 2013. – Б. 4-16.
49. Алимов Б.С. Проблемы имиджа Узбекистана в мировом медиапространстве // «Казахстан. Спектр» (КИСИ – Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте Республики Казахстан) научный журнал. Астана, 2014, – №1. – С. 95-101.
50. Alimov B.S. Shifting sands // Open Central Asia. London, 2014 summer issue, – P. 12-14.
51. Алимов Б.С. Перекрёсток прогресса: Новый Узбекистан. Perleme yollarinin kesisme noktasi: Yeni Ozbekistan // Журнал «Diyalog Avrasia». Стамбул, 2014. – №42. 2014г., – С. 72-75.
52. Алимов Б.С. Халқаро журналист кадрларни тайёрлашда медиатаълим ва медиа-имиж масалаларининг уйғунлиги // ЎзДЖТУ Халқаро журналистика факультетида «Глобаллашув жараёнида медиатаълим муаммолари» мавзуида ўтказилган республика илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Т.: 2014, 12 декабрь. – Б. 20-24.
53. Алимов Б.С. Сайов кунида ОАВ фаолияти // «Оммавий ахборот воситаларида сайлов жараёнларини ёритиш масалалари». – Т.: 2014, 7-12 июль. Конференция материаллари тўплами. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги давлат бошқаруви академияси. – Т., 2015, февраль. – Б. 102-110.
54. Алимов Б.С. Проблемы имиджа Узбекистана в мировом медиа-пространстве // «Миллий Интернет-журналистикасини ривожлантиришнинг долзарб масалалари». 2014 йил 18-19 сентябрь. Республика илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами. Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди. – Т.: 2015, февраль. – Б. 67-74.

55. Alimov B.S. Dunya medyasinda Ozbekistan'in imaji // Евросиё ёзувчилари уюшмасининг «Qardes qalemler» журнали. Ankara, 2015, №3. – Б. 91-94.
56. Алимов Б.С. Имкониятлар ва истаклар ҳамоҳанглиги давом этади // «Халқ оғзаки ижоди ёшлар ва хорижликлар нигоҳида». Халқаро илмий-амалий конференция «Сарҳад билмас дўстлик» мақолалар тўплами. – Т.: 2015 йил 8 апрель. Темурийлар тарихи Давлат музейи. Ўзбекистон Фанлар Академияси. «Ўзбекистон-Ҳиндистон» дўстлик жамияти. – Б.19-20.
57. Алимов Б.С. Modern aspects of teaching broadcast journalism // «Аудиовизуал журналистиканинг назарияси ва амалиёти: таълим, билим ва амалий тажриба масалалари». Республика II илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами. ЎзМУ журналистика факультети «Телевидение ва радиоэшиттиришлар» кафедраси. – Т.: 2015, 4 июнь. – Б.29-31.
58. Алимов Б.С. Дунёни англаш ва глобализациянинг тарихий илдизлари // Маданий мерос давати. Ф-1-114 рақамли фундаментал грантнинг илмий очерк ва мақолалар тўплами. – Т.: 2015, май. – Б.105-111.
59. Алимов Б.С. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклигини ижтимоий тармоқлар орқали таъминлаш // «Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги – ахборот олишда фуқароларнинг конституциявий ҳуқуқи таъминланишининг муҳим кафолати: Ўзбекистон тажрибаси». Халқаро конференция материаллари тўплами. Самарқанд, 2015, 17 сентябрь.– Б.109-112.
60. Алимов Б.С. The world public relations as an instrument of frank relations // Международная научно-практическая конференция «Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия». Прага, 2015, 15-16 октября. – С. 98-104.
61. Алимов Б.С. Ахборот глобаллашуви жараёнида журналистиканинг янги вазифалари // ЎзДЖТУ халқаро журналистика факультетида ташкил қилинган «Ахборотлашган жамиятда ёшлар медиа саводхонлигини оширишнинг долзарб муаммолари» мавзусидаги республика илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами. – Т.: 2015, 18 декабрь. – Б. 53-58.
62. Алимов Б.С. «Modern aspects of teaching broadcasting journalism» // «Таълим ва фан – барқарор ривожланиш манфаатлари йўлида» номли халқаро илмий-

амалий конференция материаллари тўплами. – Т.: 2016, 6-8 апрель, ЎзМУ. – Б. 49-50.

63. Алимов Б.С. Жаҳон медиа маконида халқаро журналистиканинг ўрни, нуфузи ва аҳамияти // «Глобаллашув жараёни ва оммавий ахборот воситалари фаолияти» республика илмий-амалий конференцияси тўплами. ҚҚДУ. Нукус, 2016, 6 май, – Б. 27-32.
64. Алимов Б.С. Марказий Осиё минтақаси мавзусининг вужудга келиш жараёни // «Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари» мавзуидаги республика IV илмий-амалий конференция материаллари. ЎзМУ. – Т.: 2016, 13 май, – Б. 20-24.
65. Алимов Б.С. Мамлакат имижини оширишда аудиовизуал журналистиканинг аҳамияти // «Телевидение ва замон» республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. ЎзМУ. – Т.: 2016, 10 июнь, – Б. 50-54.
66. Алимов Б.С. Электрон ҳукумат ва имиж ҳамоҳанглиги // «Онлайн журналистика: кеча ва бугун» республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. ЎзДЖТУ. – Т.: 2018, – Б. 47-50.

Автореферат «Ўзбекистонда хорижий тиллар» журналида таҳрирдан ўтказилди
(«___» март 2018 йил).

Босишга рухсат этилди: _____ 2018 йил
Бичими 60x44 1/16 , «Times New Roman»
гарнитурда рақамли босма усулида босилди.
Шартли босма табағи 3,2. Адади: 100. Буюртма: № _____.

Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси,
100197, Тошкент, Интизор кўчаси, 68

«АКАДЕМИЯ НОШИРЛИК МАРКАЗИ»
Давлат унитар корхонасида чоп этилди.