



O'ZBEKISTONNING XALQARO IMIJINI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI

Mahmudov Murodjon Alisher o'g'li
O'zDJTU Xalqaro jurnalistika fakulteti talabsi

Annotatsiya. Ushbu maqolada imij tushunchasi va tarixi, xalqaro imijga ega davlatlar, O'zbekiston imijining xalqaro darajadagi o'rni va uni yaxshilash bo'yicha tavsiyalar berib o'tilgan.

Kalit so'zlar: Imijeologiya, auditoriya, tashqi ko'rinish, brendlar, xalqaro maydon, siyosiy va xalqaro imij, etika, OAV, mediamakon, siyosiy jarayon, turizm.

Абстрактный. В статье рассматриваются понятие и история имиджа, страны с международным имиджем, роль имиджа Узбекистана на международном уровне и рекомендации по его улучшению.

Ключевые слова: Имиджология, аудитория, внешний вид, бренды, международная арена, политический и международный имидж, этика, СМИ, медианпространство, политический процесс, туризм.

Abstract. The article examines the concept and history of image, countries with an international image, the role of Uzbekistan's image at the international level and recommendations for its improvement.

Keywords: Imageology, audience, appearance, brands, international arena, political and international image, ethics, media, media space, political process, tourism.

KIRISH



Globallashuv asrida imij atamasiga tez-tez duch kelamiz. Imij faqat tashqi ko'rinishda emas, ichki jarayonlarda ham muhim hisoblanadi. Shaxs yoki brendni ommalashtirish, reklama qilish kabi maqsadlarda odamlarga hissiy-ruhiy ta'sir ko'rsatishni ko'zlab shakllantiriladigan qiyofa imij hisoblanadi. Ingliz tilidan timsol, ko'rinish ma'nolarini bildiruvchi bu so'z o'zida Imijeologiya fanini qamrab oladi. Imijni rivojlantirish orqali shaxsning auditoriyasi kengayadi, kuzatuvchilar soni ortadi, ijtimoiy hayotda o'z o'rniga ega bo'ladi, jamoatchilikda ham iliq fikrlar shakllanadi. Biznes sohasi vakillari, siyosatchilar, partiya a'zolari, madaniyat sohasi vakillari, ijtimoiy harakat faollari muntazam imijlari ustida ishlashadi. Korporativ imij shaxsiy imijdan farqli o'laroq, keng tarmoqli, jamoaviy ishlanadigan, o'z missiyasi va qadriyatlariga ega hisoblanadi. Turli xizmat ko'rsatish firmalari, korxonalar, siyosiy partiyalar, jamoatchilikda o'z o'rniga ega bo'lgan jamoalar guruhini misol qilishimiz mumkin.

Imij quyidagi omillar orqali shakllanadi:



1. Ko‘rinish – tashqi qiyofa va uslub. Kuzatuvchi auditoriyaning e‘tiborini jalb qiladigan birinchi holat bu alabatta tashqi ko‘rinish va yuz holati hisoblanadi. Bunda ko‘zga ko‘rinadigan asosiy elementlar, ya‘ni kiyim ranglarining uyg‘unligi, soch turmaklari bilan ishlanadi.

2. Xatti-harakatlar – muomala madaniyati va etika. Nomzod jamoatchilik oldiga chiqqanda samimiyligi, yuz mimikasi va iliq harakatlari bilan ajralib turishi lozim. Tez-tez auditoriyaga ko‘rinishi, ular bilan muloqot qilishi, muammolar bilan ishlashda faol bo‘lishi uning imijini yaxshilashda yordam beradi.

3. Nutq uslubi – til boyligi va gapirish ohangi. Avvalo, o‘ziga ishonchi yuqori bo‘lishi, so‘zlayotganda ham ohang dadil, qat‘iy va ishonchli bo‘lishi lozim. Ma‘lumotlarni ularni o‘qib emas, biroz nazar bilan tinglovchilarga yuzlangan holda gapirishi uning ijobiy tomonlari shakllantiradi.

So‘nggi yillarda keng ko‘lamli demokratik islohotlar, axborot globallashuvi jarayoniga mos ravishda yangi O‘zbekistonning o‘z mukammal qiyofasi, yangicha media imijini yaratish borasida salmoqli ishlar amalga oshirildi. Bu jarayonda mediamakonda O‘zbekiston mavzusining alohida mavqega ko‘tarilgani, mamlakatimizning ichki va tashqi imijini yaxshilash bilan bog‘liq vaziyat ilmiy-amaliy va ijodiy masala sifatida mutaxassislar tomonidan tadqiq etilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Kuzatishlar shuni ko‘rsatadiki, MDH va Sharq mamlakatlari, xususan, Rossiya, Qozog‘iston, Xitoy, Yaponiya, Janubiy Koreya, Singapur, Malayziya, Hindiston, Turkiya, Misr, BAA kabi davlatlarning ommaviy axborot vositalarida O‘zbekistonga doir xabarlar va maqolalar tez-tez e‘lon qilib borilmoqda.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Jahon mediamakonida O‘zbekistonning tutgan o‘rni, o‘ziga xosligi, yutuqlari to‘g‘risida ko‘plab materiallar e‘lon qilinmoqda. Ichki imij negizida tashqi imij barpo etildi. Ta‘kidlamoq zarurki, mamlakatimizda taraqqiyotning o‘ziga xos milliy modelini muvaffaqiyatli amalga oshirish barobarida davlat, davlat rahbari va xalq imiji yaxlit bir jarayon, voqelik sifatida shakllandi, rivojlandi va dunyo jamoatchiligi tomonidan tan olindi. Shuningdek, bu borada O‘zbekiston boshqa davlatlar bilan hamkorlik shartnomalari imzoladi, diplomatik aloqalar yaxshilandi, ishlab chiqarish, biznes, savdo sohasida davlatlar o‘rtasida shartnomalar va kelishuvlar qilindi. “Uch avlod” uchrashuvlari, turizm, sayohat tashriflari o‘tkazilishi anchagina yaxshi yo‘lga qo‘yildi. Shuni alohida ta‘kidlab o‘tish joizki, Prezidentimizning xorijiy mamlakatlarga rasmiy va davlat tashriflari davomida barcha OAVda O‘zbekiston haqida qator materiallar beriladi. Bular, birinchidan, ana shu tashrif uchun informatsiya hisoblansa, ikkinchidan, mazkur materiallar orqali mamlakatimiz hayoti bilan bog‘liq turli yangiliklar, xususan, erishilayotgan olamshumul yutuqlarimiz to‘g‘risida batafsil ma‘lumotlar tarqatiladi. Bu esa, o‘z navbatida, O‘zbekistonni xorijiy mamlakatlar jamoatchiligiga yaqindan tanishtiradi. Qolaversa, davlatimizning xalqaro mediamakondagi nufuzini oshiradi.

Shu o‘rinda muhim bir tahliliy jarayon, ya‘ni davlat xizmatchisining etiketi qanday bo‘lishi kerakligi haqida fikrlar bildiriladi:





Birinchidan, mansabdor shaxslarning ma'naviy fazilatlariga, ularning halolligiga, davlat manfaatlariga xizmat qilishdagi fidoyiligiga bevosita bog'liq. Shu sababli ular o'z mansablarini suite'mol qilishlari, pora olishlari mumkin emas.

Ikkinchidan, davlat xizmatchilarining og'ir axloqsiz qilmishlari jamiyatni beqarorlashtiruvchi, aholining diqqat-e'tiboriga havola etuvchi eng kuchli omil hisoblanadi. Davlat xizmatchisining axloqdan chetga chiqishi – butun tizim obro'sini tushuradi, sha'ni va jamoatchilikdagi ishonchga putur yetkazadi.

Uchinchidan, kasbning o'ziga xos xususiyatlari doimo jamoatchilik e'tiborida bo'lish, aholi bilan ishlash, fuqarolik huquqlarini ma'lum darajada cheklash va boshqalar o'ziga xos ma'naviyatni rivojlantirish zarurligini taqozo etadi. Chunki, davlat xizmatchilari jamoatchilik ko'z o'ngida faoliyat yuritadi. Ular fuqarolar bilan ishlaydi va aholining muammolari bilan bevosita shug'ullanadi. Bunday mas'uliyatli vazifalar esa davlat xizmatchisidan yuksak ma'naviyat, mustahkam fuqarolik pozitsiyasini shakllantirishni zarur etadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekistonning xalqaro maydondagi ijobiy imijini mustahkamlash konsepsiyasi doirasida xalqaro maydonda O'zbekistonning milliy brendini shakllantirish va mustahkamlash va shu orqali mintaqaviy bozorlarda mahalliy tovarlar va xizmatlar eksportini yaxshilash ilgari surildi. O'zbekistonni Osiyoning yetakchi ishbilarmonlik, madaniy va turizm markazlari safiga kiritish borasida ham qator takliflar aytib o'tildi. *Shuningdek, konsepsiyada O'zbekistonning asosiy imij xususiyatlari quyidagilardan iboratligi alohida ko'rsatilgan:*

- boy madaniy, tarixiy, ma'naviy va intellektual meros, davlatchilikning ko'p asrlik tarixi;
- fan va madaniyat, dunyo va islom sivilizatsiyasi rivojiga qo'shgan va tan olingan hissasi;
- an'anaviy va yuqori darajadagi millatlararo hamda konfessiyalararo hamjihatlik, jamiyatdagi ijtimoiy totuvlik va bag'rikenglikka asoslangan dunyoqarash;
- yuqori darajali insoniy potensial, shakllangan davlat va jamoat boshqaruv organlari tizimining mavjudligi;
- katta tabiiy resurslar salohiyati, rivojlangan transport va kommunikatsiya infratuzilmasi.

Ta'kidlab o'tish joizki, davlat imiji yaxshillanishi orqasidan xalqaro miqyosida ishonch ortadi, boshqa davlatlar bilan hamkorliklar ko'payadi, xorijiy investorlar, tadbirkorlarning loyihalari mamlakat tashqi siyosatni ham rivojlantiradi. Yaxshi shakllangan imijda iqtisodiy tomonlama ham, ta'lim sohasida ham, sog'liqni saqlash borasida ham ustuvorlik yuqori bo'ladi.

Taqdilotlar davomida, ayrim davlatlar o'zining imijini brendga aylantirgani borasida ham o'rganishlar qilindi. Jumladan, Shveysariyada bank-moliya tizmi, mashhur soatlari, Yaponiya kuchli texnologiya va IT markazi, Italiyada moda, dizayni, Germaniyada





zamonaviy texnikalari bilan dunyo bozorini egallagan. Bu orqali davlatlar xalqaro maydonda iqtisodiy, siyosiy, madaniy ustunlikka erishgan. Brendlar faqat tashqi reklama emas, balki chuqur siyosat, madaniyat va strategik boshqaruv bilan ham bog'liqdir.

Xalqaro imijni rivojlantirishda bir necha bosqichli texnologiyalar amalga oshirilishi lozim. Birinchi o'rinda tahlil va tadqiqot, ya'ni avvalo auditoriyaning fikri o'rganiladi. Jamoatchilikning bunga yondashuvi, munosabati baholanadi. So'ng Pr va kommunikatsiya rejasi puxta ishlab chiqilib, dastlabki targ'ibot ishlari amalga oshiriladi. Ijtimoiy tarmoqlarda ichki targ'iboti o'tkaziladi. Shundan keyin, natijalar tahlil qilinadi. Bunda barcha OAV monitoringdan o'tkaziladi va imijning jamoatchilik orasidagi qabul qilinishi ijobiy yoki sabiyli baholanadi. Bunda ommaviy kommunikatsiya – ijtimoiy axborotni tarqatish va boshqarish tizimi bo'lib, imidjologiyaning asosi hisoblanadi. Imidjni shakllantirishda OAV (televizor, radio, gazeta, jurnal), internet, marketing kompaniyalari, rahbarlar va taniqli shaxslarning chiqishlari, logotiplarlarning o'rni juda katta. Chunki, asosan, ular orqali imij rivojlanadi.

XULOSA

Xorijda maqsadli targ'ibot tadbirlarini tashkil etish masalasi ham e'tibordan chetda qolmagan. Xususan, "O'zbekiston madaniyat kunlari", davra suhbatlari, ko'rgazmalar va festivallar o'tkazish bilan bog'liq tashkiliy ishlarga alohida etibor qaratilgan. O'zbekistonning barcha sohalaridagi yutuqlari haqida xorijiy ommaviy axborot vositalarida muntazam ravishda videofilmlar namoyishlarini tashkillashtirish zarurati qayd etilgan. Muallif tomonidan mavzu doirasida quyidagi takliflar berib o'tiladi:

- ta'lim sifatini oshirish, xalqaro loyihalarda faol ishtirok etish, chet ellik talabalarning ta'lim tizimini qo'llab quvvatlash va mos shart-sharoitlar yaratib berish;
- milliy madaniyat va turizm sohasida yangiliklar kiritish, hududlarni yanada kengaytirish;
- xalqaro konferensiyalar va press-turlarni samarali tashil etish;
- milliy va xalqaro ommaviy axborot vositalarida O'zbekiston siyosati haqida yoritilishini ta'minlash;
- bozor iqtisodiyotida milliylik brendini va "Made in Uzbekistan" brendi ostidagi tovarlarni dunyo bozorlariga olib chiqish;

Davlat imijini yaxshilashda har bir fuqaro o'zining xulq-atvori, madaniyati, mehnati, kasbiy yutuqlari orqali davlat nomini sharaflashi, o'z yurti haqida ijobiy taassurot qoldirishi mumkin. Bu nafaqat tashqi siyosat, balki ichki ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va axloqiy holatlarning o'zaro uyg'unlashgan ifodasidir. Yaxshi imij – bu xalqaro maydonda hurmat, iqtisodiy hamkorlikda ishonch, turizmga joziba, fuqarolarda g'urur demakdir. Bunday ijobiy qiyofa esa har qanday davlat uchun taraqqiyotning qudratli yo'lini ochadi.





FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. “O‘zbekistonning xalqaro maydondagi ijobiy imijini mustahkamlash konsepsiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston respublikasi Prezident qarori.
2. “Yangi O‘zbekiston imiji xalqaro maydonda qanday yuksaladi?” maqolasi. Yangi media ta’lim markazi direktori, filologiya fanlari doktori Beruniy Alimov.
3. Imijeologiya <https://oyina.uz/uz/teahause/1660>

