

=====

**ЗАМОНАВИЙ PR ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ТУРИСТИК ИНДУСТРИЯНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ ВА МАМЛАКАТ ИМИЖИНИ ЮКСАЛТИРИШНИНГ
МУҲИМ ОМИЛИ**

Умарбек Эсанмуродов

Халқаро Nordic университети 2-босқич магистранти,

esanmurodovu@gmail.com

**MAQOLA
MALUMOTI**

ANNOTATSIYA:

MAQOLA TARIXI:

Received: 02.06.2026

Revised: 03.06.2026

Accepted: 04.06.2026

KALIT SO'ZLAR:

travel
журналистика,
саёҳат
журналистикаси,
туризм индустрияси,
рақамли
технологиялар,
қонуний ислоҳотлар,
медиа маҳсулот,
медиа контент,
туризм рентаси,
иқтисодий
инклюзивлик, ҳудуди
бренд.

Мазкур мақола глобаллашув ва рақамли жамият шароитида Ўзбекистон туризм индустриясини ривожлантириши ҳамда сайёҳлар оқимини мақсадли бошқаришни ўрганишга қаратилган. Унда travel (саёҳат) журналистикаси ва замонавий PR технологияларининг ҳуқуқий-назарий асослари ҳамда концептуал моделлари тадқиқ қилинган. Қолаверса, миллий қонунчилик иерархик усулда таҳлил этилган. Яъни, тизим Конституция ва янги таҳрирдаги “Туризм тўғрисида”ги қонун билан кафолатланган ҳуқуқий пойдевор сифатида очиб берилган. М.Кастельс, Д.Маквейл, Б.Ж.Пайн ва Ж.Гилмор каби олимларнинг назарий концепцияларига таянган ҳолда, медиа-маконнинг потенциал сайёҳлар онгида ижобий воқеликни шакллантириши ҳамда давлатнинг халқаро имижини ва иқтисодий қийматини оширишидаги роли ўрганилган. Шу билан бирга, “туризм рентаси” ва “иқтисодий инклюзивлик” тамойили чекка ҳудудлар имкониятларини юзага чиқарувчи ҳамда маҳаллий аҳоли фаровонлигини юксалтирувчи стратегик коммуникацион индикатор экани илмий нуқтаи назар баён қилинган. Мақоладан ўрин олинган хулосалар миллий ва хорижий медиа-маконда Ўзбекистоннинг туристик брендини самарали тарғиб қилишга муносиб ҳисса қўшади.

Кириш

Глобаллашув шароитида барча соҳаларда бўлгани каби туризм индустриясида ҳам кўплаб ўзгаришлар амалга оширилди. Уларнинг айримлари табиий равишда такомиллашган бўлса, баъзилари одамларнинг истаклари ва қизиқишларига қараб ўзгариб бормоқда. Эътиборли жиҳати, туризм бугун дунё иқтисодиётида драйвер

вазифасини бажараётган омиллардан бирига айланган. Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Бутунжаҳон туризм ташкилоти (UN Tourism) маълумотларига кўра, пандемиядан кейин глобал туризм ҳажми қисқа вақт ичида тикланиб, дунё ялпи ички маҳсулотининг салмоқли қисмини ташкил этмоқда. Бошқа томондан ушбу соҳа нафақат иқтисодий, балки маданий алмашинув борасида ҳам долзарб аҳамият касб этади ва бу туризмни ривожлантиришда замонавий PR технологияларидан фойдаланиш стратегик ўрин тутишини ифодалайди. Хусусан, бугун travel журналистика, яъни саёҳат журналистикаси медиа-макonda янги концептуал ёндашув сифатида намоён бўлмоқда. Ушбу мақолада соҳанинг ҳуқуқий асослари ва медианинг сайёҳлар оқимига таъсири илмий нуқтаи назардан тадқиқ этилади. Шунингдек, назарий ва амалий жиҳатларни ўрганиш, сайёҳлар оқимини бошқаришда медиа-контентнинг таъсир механизмини аниқлаш изланишнинг долзарблигини белгилайди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Бутунжаҳон туризм ташкилоти Бош Ассамблеяси 25-сессиясидаги нутқида таъкидлаганидек, туризм мамлакатларнинг умумий фаровонлиги ва барқарор тараққиётини таъминлашнинг муҳим омилidir. Шу билан бирга, у халқлар ўртасида маданий алмашувларни кучайтиришда, бағрикенглик тамойилларини мустаҳкамлашда қудратли восита экани қайд этилади. Давлат раҳбари таъбири билан айтганда туризм — бу нафақат даромад, балки мамлакатнинг жаҳон ҳамжамиятидаги нуфузи ва маданий дипломатиясининг кўзгуси саналади⁴.

Дарҳақиқат, туризм индустриясини ривожлантириш мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ва маданий-гуманитар йўналишдаги муносабатларига самарали таъсир кўрсатмоқда. Бу орқали давлатлараро стратегик ҳамкорлик алоқалари ҳам жадал суръатларда ўсиб бормоқда. Натижада мамлакатимизда туризм индустриясини тубдан ислоҳ қилиш борасида мақсадли чора-тадбирлар йўлга қўйилди. Стартап лойиҳалари амалга оширилиб, хавфсиз туризм бўйича кўплаб амалий ҳаракатлар давом этмоқда. Бироқ баъзи масалаларда ҳамон камчиликлар кўзга ташланади.

Шундан келиб чиқиб соҳани такомиллаштириш ва янгича ёндашувларни амалиётга тадбиқ этишга этиёж бор. Бунинг учун сайёҳлар оқимини мақсадли бошқаришдаги замонавий медиа инструментларидан кенг фойдаланиш зарур. Бироқ travel журналистиканинг имкониятларидан тўлиқ фойдаланилмапти. Одатий роликлар, жозибатор кадрлар ва сўзлар ёки оҳанг уйғунлигидаги медиа-контент одамларга қизиқ бўлмай қолган. Уларга юртимиздаги реал ҳаёт, одамларнинг турмуш тарзи, сайёҳлар учун яратилган имкониятлар, умуман, саёҳат давомидаги “комфорт”, яъни қулайлик муҳим саналади. Бу борадаги ахборотга бўлган эҳтиёжни қондириш учун эса саёҳат журналистикаси имкониятлар самарали фойдаланиш талаб этилади.

⁴ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти (UNWTO) Бош ассамблеяси 25-сессияси очилиш маросимидаги нутқи // Ўзбекистон Республикаси Президентининг расмий веб-сайти. <https://president.uz/uz/lists/view/6763>

Бугунги кунда рақамли жамият тушунчаси тобора ривожланмоқда ва бу ахборот ресурсларини ижтимоий-иқтисодий жараёнларни бошқаришдаги асосий механизмлардан бирига айлантирди. Аини пайтда, глобал ахборот маконида турли мафкуравий таъсирлар кучайди. Шу нуқтаи назардан, ахборот коммуникация технологияларидан давлатнинг барқарор тараққиёти ҳамда нуфузини мустаҳкамлаш мақсадида фойдаланиш муҳим аҳамият касб этмоқда. Зеро, давлатларнинг халқаро майдондаги рақобатбардошлиги фақатгина моддий ресурсларга боғлиқ бўлиб қолмай, аини пайтда унинг имижини шакллантирувчи медиа-стратегияларнинг самарадорлигига қараб баҳоланмоқда.

Хусусан, Ўзбекистон Республикасининг бунёдкор ташаббуслари ва сиёсий позицияси мамлакат манфаатларини илгари суришда ахборот маконидаги мақсадларини аниқ ифодаламақда. Яъни, Ўзбекистон ушбу ресурсни барқарор ривожланиш ва халқаро майдонда конструктив ғояларни илгари суриш учун сафарбар қилмоқда. Ўз навбатида, оммавий ахборот воситалари фаолиятини такомиллаштириш ва замонавий PR технологияларини жорий этиш орқали туризм индустриясини жадал ривожлантириш талаб этилади. Қолаверса, соҳанинг ҳуқуқий асосларини мустаҳкамлаш давлат сиёсатининг устувор йўналиши саналади. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси ушбу жараённинг фундаментал ҳуқуқий асоси бўлиб, унда фуқароларнинг дам олиш ҳуқуқини таъминлаш ҳамда маданий мерос объектларидан фойдаланиш имкониятларини институционал жиҳатдан мустаҳкамлаш кафолатланади⁵.

Конституциянинг 53-моддасида эса ҳар кимга маданият ютуқларидан фойдаланиш ҳуқуқи кафолатланган бўлиб, жамият маданий ривожланиши ҳақида давлатнинг ғамхўрлик қилиши белгиланган ва улар соҳанинг ҳуқуқий пойдеворини ташкил этади. Хусусан, ушбу меъёрлар мамлакатдаги маданий мерос объектларидан сайёҳларнинг баҳраманд бўлиши ёхуд илмий-маърифий мақсадлар тарғиботи учун хизмат қилади. Аини пайтда, 61-модда билан Ўзбекистон халқининг тарихий, маънавий ва маданий меросини асраб-авайлаш фуқаролар бурчи экани қайд этилган⁶. Бундан кўринадики, нафақат муҳофаза масаласидаги мажбуриятларнинг ўзаро мутаносиблиги, балки туристик дестинация, яъни манзиллар барқарорлигини таъминлашда ҳам муҳим аҳамият касб этади⁷.

Юқоридаги моддалар давлат ва фуқаролар мажбуриятларини ифодаласа, соҳанинг иқтисодий механизмларини ҳаракатлантирувчи меъёрлар Конституциянинг 67-моддасидан ўрин олган. Унга кўра, давлат қулай инвестициявий ва ишбилармонлик

⁵ Ўзбекистон Республикаси Конституцияси: янги таҳрир. 2023 йил 30 апрель. URL: <https://lex.uz/docs/6445145>

⁶ Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – 53-модда.

⁷ Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – 61-модда.

муҳитини таъминлаши зарур. Асосийси, Ўзбекистон Республикаси ҳудудида хизматлар ва молиявий маблағларнинг эркин ҳаракатланиши кафолатланган⁸.

Қолаверса, хорижий инвесторлар ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши ва туристик хизматлар бозорида ҳалол рақобат муҳитининг қарор топишида ҳам конституциявий кафолат мавжуд. Бундан кўринадики, давлат сиёсатида туризм индустриясининг иқтисодийдаги ролини ошириш ҳам инратузилмани ривожлантириш, ҳам иқтисодий эркинликни соҳага изчил татбиқ этиш орқали амалга оширилади. Зеро, хорижий капиталнинг жалб этилиши иқтисодий самарадорликнинг муҳим шартларидан саналади.

Конституциявий меъёрларнинг мантиқий давоми сифатида, янги таҳрирда қабул қилинган “Туризм тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни соҳадаги давлат бошқаруви ва туристик ресурслардан самарали фойдаланишнинг аниқ ташкилий-ҳуқуқий механизмини белгилаб берди. Айни пайтда, ушбу қонун маданий ҳуқуқлар ва иқтисодий кафолатларнинг амалий ижро усуллари, шунингдек, давлат бошқаруви ва туристик ресурслардан самарали фойдаланишнинг устувор йўналишларини қамраб олади⁹.

Конституцияда тадбиркорлик, хусусан, туризм учун қулай инвестициявий муҳитнинг стратегик йўналиши белгиланган бўлса, ушбу ҳужжат фаолиятни ташкил этиш билан бирга, туристик маҳсулотларни сертификатлаштириш ва хизматлар бозоридаги муносабатларни тартибга солишда амалий ижро механизмлари аниқлаштиришга хизмат қилади.

Жумладан, Қонуннинг 3-моддасида туризм соҳаси иштирокчиларига таъриф берилар экан, ахборот билан ишлаш, хавфсиз саёҳатни таъминлаш, сифатли хизмат кўрсатиш каби жиҳатлар алоҳида қайд этилган¹⁰. Соҳага алоқадор субъектларининг ҳуқуқлари, эркинликлари, қонуний манфаатларини ҳамда хавфсизлигини ҳимоя қилиш эса мазкур қонуннинг асосий принциплари сифатида қайд этилган. 4-моддадан жой олган тамойилларнинг навбатдагиси туризмни барқарор ривожлантириш ва бунинг учун қулай шарт-шароитлар яратишдан иборат бўлса, бу соҳадаги тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб қувватланиши, очиқлик ва ошкоралик, рақобатдарбошлилик каби меъёрлар модданинг бутун мазмунини ифодалайди¹¹.

Сир эмаски, сиёсий тараққиёт учун иқтисодий барқарорлик талаб этилади. Шу нуқтаи назардан, иқтисодий барқарорлик ва инвестициявий жозибадорлик масаласи қонунда устуворлик касб этади. Жумладан, туризмни иқтисодийнинг стратегик тармоғи сифатида ривожлантириш ва инвестицияларни жалб этиш учун қулай

⁸ Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. — 67-модда.

⁹ Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. 18.07.2019 й. ЎРҚ-549-сон. //lex.uz <https://lex.uz/uz/docs/4428097>

¹⁰ “Туризм тўғрисида”ги Қонун. — 3-модда.

¹¹ “Туризм тўғрисида”ги Қонун. — 4-модда.

шароитлар яратиш белгиланган. Мазкур норма тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқий ҳимоя механизмини мустаҳкамлайди.

Давлат сиёсатининг муҳим йўналишларидан яна бири фуқароларнинг саёҳат қилишга бўлган ҳуқуқларини амалга оширишдан иборат. Демак, туризмни ривожлантириш бизнес ёки даромаддан ташқари, жамиятнинг маданий савиясини юксалтиришга қаратилган ижтимоий ҳаракатлардан биридир. Хужжатда қайд этилган ички туризмни ривожлантиришга оид шартлар билан фикримизни асослаймиз. Яъни, болалар, ёшлар, кексалар, ногиронлиги бўлган шахслар ва кам таъминланган кишилар учун туризм ҳамда экскурсияларни ташкил этишда муносиб шароитлар яратилиши белгиланган. Бу давлат сиёсатида жамиятда тенглик ва ижтимоий адолатни таъминлаш устувор масала эканини ифодалайди¹².

Давлат бошқарувининг янги босқичида, мамлакат Президенти яъни 2016 йил 2 декабрда “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”¹³ги фармонни имзолади ва хужжат билан туризмга иқтисодиётнинг стратегик тармоғи мақоми берилди. Кейинчалик ушбу тарихий қадамнинг аҳамияти ортиб борди ва мавзуга алоқадор фармон ҳамда қарорлар, турли учрашувлар, йирик тадбирлар ўтказиш анъана тусини олди. Муҳими, уларнинг ҳар бири давлат сиёсатида салмоқли ўзгаришларга, миллий иқтисодиётда поғонама-поғона кўтарилишга замин ҳозирлади.

Давлат раҳбари ушбу масаланинг таҳлилига қаратилган йиғилишда соҳанинг стратегик аҳамиятини белгилаб берар экан, туризм бу янги иш ўринлари, инвестиция оқими эканини таъкидлаган эди¹⁴. Туризм соҳасини ривожлантириш масалаларига бағишланган видеоселектор йиғилишда давлат раҳбари илк бор туризмни иқтисодиётнинг стратегик тармоғи сифатида нафақат даромад, балки ижтимоий ва сиёсий аҳамиятини мана шундай юқори баҳолаган эди.

Қолаверса, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғиб қилиш орқали Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантиришга оид кўплаб масалалар қамраб олинган. Хусусан, хорижий давлатларда туризм ваколатхоналарини очиш ва интернет тармоғи имкониятларини сафарбар этиш орқали Ўзбекистоннинг туристик жозибадорлигини ошириш масалалари илгари сурилган.

Юқоридаги амалий ҳаракатларнинг натижадорлиги бевосита мамлакатнинг халқаро ҳамжамиятдаги очиклик сиёсатида алоқадор саналади. Мазкур вазиятда виза тизимининг либераллаштирилиши шубҳасиз Ўзбекистоннинг туристик ва

¹² Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. 18.07.2019 й. ЎРҚ-549-сон. //lex.uz <https://lex.uz/uz/docs/4428097> 6-модда.

¹³ ЎЗР ПФ “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сон Фармони 02.12.2016 й. //Lex.uz — URL: <https://lex.uz/docs/3077025>

¹⁴ Мирзиёев Ш.М. Видеоселектор йиғилишидаги нутқи, 22.02.2018 й. // president.uz

инвестициявий жоизбадорлигига катта ҳисса қўшади. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти яна муҳим ҳужжатни имзолади. Яъни, “Ўзбекистон Республикасига хорижий фуқароларнинг кириши тартибини оптималлаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”¹⁵ги қарори ва унда белгиланган чора-тадбирлар давлат сиёсатидаги кескин ислохотларга хизмат қилиш билан бирга, соҳа ривожига янги давр бошланишига асос бўлди.

Хусусан, 2018 йилдан электрон виза тизими ишга туширилди ва бу Ўзбекистоннинг халқаро туристик имиджини “энг очик ва дўстона манзил”га айлантирди. Шунингдек, республиканинг туризм имкониятлари ва салоҳиятини янада кенгайтиришга йўналтирилган комплекс чора-тадбирлар ҳаётга тадбиқ этилди. Ҳаракатлар стратегиясига мувофиқ йўлга қўйилган бу тизим хорижий фуқароларнинг кириши учун рухсат берувчи ҳужжатларни расмийлаштириш тартибини оптималлаштиришга олиб келди. Ўз навбатида, миллий иқтисодиётнинг муҳим тармоқларидан бирига бўлган соҳанинг ривожланиши, маданий-тарихий мерос, табиий бойликлар ва анъаналарни тарғиб қилиш имконини оширди¹⁶.

Халқаро миқёсда тан олинган ва кенг қўлланиладиган амалиёт Ўзбекистон учун янги тизимга асос солиши баробарида элчихоналарда навбат кутишдек эскирган усулдан воз кечиш имконини берди. Бу қулайлик хорижий сайёҳларнинг Ўзбекистонга бўлган қизиқиши ортишида алоҳида аҳамият касб этади. Илмий таҳлиллар шуни кўрсатадики, виза режимининг соддалаштирилиши фақатгина техник жараён эмас, балки туризм индустриясига хорижий инвестициялар ва сайёҳлар оқимини жалб этувчи энг устувор омиллардан бири саналади.

Ўзбекистонда ортга қайтмас тус олган ислохотларнинг амалий ифодаси бўлган “очик эшиклар” сиёсати туризм тармоғида ҳам туб бурилишларга сабаб бўлди. Иқтисодиётни либераллаштириш, аҳолининг турмуш даражасини юксалтиришга қаратилган чора-тадбирлар натижасида мамлакатнинг халқаро майдондаги нуфузи ҳам ортиб бормоқда. Визасиз режимнинг жорий этилиши иқтисодиётнинг диверсификациялашуви, валюта тушумларининг кескин ортиши ва миллий туризм маҳсулотининг жаҳон бозоридаги рақобатбардошлигига салмоқли ҳисса қўшди. Бу эса дастлабки қўйилган қадамларнинг тўғри эканини тасдиқловчи реал натижа саналади.

Ўйлашимизча, мамлакатнинг халқаро имижини мустаҳкамлаш ҳамда аҳоли фаровонлигини оширишда асосий коммуникацион драйвер туризм иқтисодиёти ва медиа тизимининг интеграциялашуви натижасида юзага келади. Ахборотни

¹⁵ Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасига хорижий фуқароларнинг кириши тартибини оптималлаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори. 04.07.2018 йил. ПҚ-3836-сон.

¹⁶ Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасига хорижий фуқароларнинг кириши тартибини оптималлаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори. 04.07.2018 йил. ПҚ-3836-сон

иқтисодий қийматга айлантирувчи асосий восита эса travel журналистика саналади. Галдаги муҳим вазифа ушбу назарияларнинг амалиётда қандай қўлланилаётгани, хусусан, миллий ва хорижий медиа-макондаги ифода усуллари, ушбу жараёнларда замонавий журналистиканинг ролини таҳлил қилишдан иборатдир.

Назариядан кўринадики, Ўзбекистоннинг туристик жозибадорлигини ошириш фақатгина иқтисодий ислохотлар ёки ҳуқуқий имтиёзлар билан чекланиб қолмайди. Ушбу жараёнларнинг ОАВда қандай талқин қилиниши кўзланган мақсад сари самарали йўл саналади. Шу маънода даставвал туризмнинг иқтисодий драйвер сифатидаги назарий асослари ва концепцияларига урғу берилди. Навбатдаги масала уларнинг амалиётда, яъни миллий ва хорижий медиа-маконда қандай ифодаланаётганини ўрганишдан иборат. Зеро, Ўзбекистонда амалга оширилаётган стратегик ислохотларнинг амалий натижадорлигини таъминлашда маҳаллий ва хорижий оммавий ахборот воситаларининг аҳамияти катта.

Мануэль Кастельснинг “Communication Power”, яъни “Коммуникация кучи” асари замонавий медиа-тадқиқотлар учун дастуриламал манба бўлиб хизмат қилади. Олимнинг “тармоқли жамият” назариясига кўра, ахборот бу куч, ахборот оқимини бошқариш эса уни иқтисодий қийматга айлантирувчи стратегик тизим саналади. Унинг фикрича, ҳокимиятнинг энг фундаментал шакли — бу онгни шакллантириш кучидир. Инсонларнинг ҳис қилиши ва фикрлаши индивидуал бўлиш билан бирга, жамоавий ҳаракатларни ҳам белгилашда иштирок этади. Фикрлаш тарзи эса коммуникация муҳити томонидан шартланади¹⁷. Бундан келиб чиқадики, тревел-журналистика бу шунчаки бир мақола ёки аудиовизуал контент эмас. Аксинча, миллионлаб одамларнинг онги ва руҳига таъсир кўрсатиш хусусиятига эга бўлган, уларнинг қарорларини шакллантирувчи механизм вазифасини бажаради.

Кастельснинг яна бир назариясига кўра, туризмда давлатнинг образи рақамли тармоқларда қандай тасвирланса, унинг иқтисодий қиймати ҳам шунча юксалади. Тревел-журналистиканинг сайёҳларда ижобий таассурот уйғотиш қобилияти ушбу тушунчага мос келади. Натижада ижтимоий тармоқлар ва медиа-маконнинг имкониятлари иқтисодий ресурсларни ҳаракатга келтирувчи куч, деб баҳолаш мумкин. Тревел-журналистика ҳам Ўзбекистон туризм индустриясини ҳаракатга келтирувчи ўша “коммуникацион куч” вазифасини ўтайди, десак янглишмаган бўламиз. Зеро, эндиликда фақат қурол ёки пулдан кўра кучлироқ таъсир ҳамда бошқарув воситаси мавжуд ва бу коммуникация тармоқлари орқали амалга ошириладиган ахборотлар оқими саналади. Глобал жамиятда ахборот шунчаки янгилик эмас, ҳам ижтимоий, ҳам иқтисодий, ҳам сиёсий капитал сифатида энг таъсирли қуролга айланди.

Табийки, Ўзбекистон Республикаси ҳам ушбу жараёнда ўзига хос стратегик йўлни белгилаб олган ва уни ҳуқуқий асосини қонун йўли билан тасдиқлаб қўйган.

¹⁷ Castells, M. (2009). Communication Power. Oxford: Oxford University Press.

Жумладан, “Туризм тўғрисида”ги қонун ва “Ўзбекистон – 2030” стратегиясида белгиланган мамлакатнинг туристик жозибадорлигини ошириш ва хорижий сайёҳлар оқимини кескин кўпайтириш билан боғлиқ чора-тадбирлар ўз навбатида, профессионал медиа-маҳсулотлар яратишга ишора қилади. Журналистиканинг ушбу ихтисослиги ҳам бир неча йўл билан амалга оширилади.

Тадқиқот натижасида бугунги даврда тревел-журналистиканинг концептуал моделини шакллантиришда иккита асосий ёндашувга дуч келдик. Биринчиси бу ахборот-таълимий модель бўлиб, журналистика сайёҳ учун йўл кўрсатувчи, яъни гид вазифасини бажаради. Тайёрланган материалда бирор бир жой ва макон ҳақида ахборотлар берилди, унинг имкониятлари объектив ёритилди. Бу ҳақида Денис Маквейлнинг “McQuail’s Mass Communication Theory” асарида таъкидлайди. Асарда туризм сиёсатининг оммавий ахборот воситаларида ёритилиш масаласи коммуникация моделлари призмаси орқали таҳлил қилинади. Маквейлга кўра, медиа воқеликка очилган “дераза” сифатида сайёҳнинг мамлакат ҳақидаги илк тасавурларини шакллантиради¹⁸. Ўзбекистон мисолида оладиган бўлсак, бу “дераза” хорижлик аудитория учун хавфсиз туристик манзил, меҳмондўст халқ, ижтимоий инфратузилмаси юқори ва иқтисодий мустаҳкам давлат сифатида таассурот уйғотиши лозим.

Шу билан бирга, туризм сиёсати доирасида амалга оширилаётган ислохотлар, хусусан, визасиз режим, янги туристик манзиллардан хабарлар ташкил этилиши, замонавий коммуникацион имкониятларнинг мавжудлиги медиа-контент орқали сайёҳнинг онгида аввало ишонса бўладиган ва албатта жозибали манзил образини шакллантиради. Маквейл таъбири билан айтганда, медиа воситачиси сифатида давлатнинг туристик стратегиясини сайёҳнинг шахсий эҳтиёжлари билан мувофиқлаштиради. Алалоқибат, сайёҳнинг онгида қарор қабул қилиш масаласидаги ноаниқликлар камаяди. Чунки медиа-контент инсонларда ижтимоий воқеликни турли элементлар ёрдамида ё салбий ёки ижобий тушунча ҳосил қилади. Шу сабабли контент тайёрлашда воқеликни яратиш санъати ҳам устуворликка эга. Айтайлик, журналист Самарқанд ҳақидаги материалда уни “Шарқ гавҳари” сифатида тасвирлайди, тараққиёт тамаддунига кўшган ҳиссаси ва бугунги кундаги устунликларига, замонавий ўзига хослигига урғу беради. Шунингдек, инсон омили орқали уни тасвирлаши керак бўлади. Бу орқали у сайёҳ онгида янги бир ижобий воқеликни шакллантиради.

Навбатдаги модель бевосита Б.Ж.Пайн ва Ж.Гилморнинг “Таассуротлар иқтисодиёти” концепциясига таяниб, эмоционал-маркетинг модели сифатида талқин қилинади. Мазкур ёндашувда медиа-материаллар потенциал сайёҳда муайян йўналишга нисбатан психологик эҳтиёж ва кучли ҳиссий иштиёқ уйғотишга урғу берилди. Пайн ва Гилморнинг таъкидлашича, жаҳон иқтисодиёти хизмат кўрсатиш

¹⁸ Pine, B. J., & Gilmore, J. H. Welcome to the Experience Economy. Harvard Business Review, 2010, 6.81.

босқичидан таассуротлар ва тажрибалар босқичига ўтди. Улар тажриба — бу шунчаки хизмат эмас, балки инсон ичида рўй берадиган воқелик бўлиб, унда истеъмолчи ҳиссий, жисмоний, интеллектуал ёки маънавий даражада иштирок этишини таъкидлайди¹⁹.

Ушбу концепция замонавий журналистикада туризм тарғиботининг энг самарали усулларида саналади. Давлат томонидан Самарқанд, Бухоро ёки Хивада амалга оширилаётган ислохотлар шунчаки объект эмас, балки сайёҳ учун яратилган махсус манзил эканига эътибор қаратиш лозим. Масалан, “Боқий шаҳар” мажмуасининг қурилиши, “Афсоналар боғи”нинг бошқа жойда учрамайдиган устуворликлари сайёҳларнинг диққатини тортади. ОАВ бу жараёнда “ижтимоий воқеликни конструктив яратувчи” сифатида майдонга чиқади.

Юқорида тилга олинган тадқиқотчиларнинг назарияларига кўра айтиш мумкинки, travel-журналистика мамлакатнинг туристик имкониятларини “эмоционал таъсир кучига эга маҳсулот” сифатида бозорга олиб чиқишга хизмат қилувчи воситадир. Яъни, ОАВ сайёҳ учун нафақат маълумот берувчи, балки унинг келажақдаги саёҳатининг сценарийсини олдида тузишга ундайдиган субъект вазифасини ўтайди.

Бунда нафақат анъанавий усуллар, балки замонавий маркетинг ва кенг қўламли реклама-ахборот фаолиятидан фойдаланиш стратегиясини белгилаш зарур. Таҳлил қилинган масалалар ОАВ зиммасига нафақат ахборот бериш, балки иқтисодий жараёнларни мафкуравий қўллаб-қувватлаш вазифасини ҳам юклайди. Бундан кўринадики, тревел журналистиканинг аҳамияти ва ундан самарали фойдаланишга оид масала янада долзарблик касб этади.

Унутмаслик керакки, туризм сиёсатининг иқтисодий самарадорлигини оширишда коммуникация қанчалар аҳамиятли бўлса, ҳудудий брендингнинг ўрни ҳам шу қадар бекиёсдир. Масалан, юртимизнинг тарихий обидаларини шунчаки маданий мерос ёхуд моддий инфратузилма сифатида кўриш мумкин эмас. Уларни айна пайтда халқаро бозорда “сотиладиган, ҳаридоргир” маҳсулот сифатида баҳолаш лозим. Ушбу бозорнинг бир қанча иштирокчиси бўлиб, сотиб олишга бўлган иштиёкни ошириш бевосита медиа маҳсулотларнинг сифатига боғлиқдир. Котлернинг қарашлари билан боғлайдиган бўлсак, Ўзбекистоннинг бой тарихий мероси фақатгина илмий ёндашув ва тизимли медиа-маркетинг орқали иқтисодий қийматга эга бўлади, деган хулосага келиш мумкин. Ушбу йўналишдаги ислохотларга эса янги таҳрирда қабул қилинган “Туризм тўғрисида”²⁰ги қонун ҳуқуқий асос бўлади. Ундаги белгиланган меъёрлар соҳада давлат-хусусий шерикчилигини мустақкамлаш ва инвестиция муҳитини яхшилашда ҳуқуқий кафолат бўлиб хизмат қилмоқда.

Қонунчиликни такомиллаштириш ва медиа тизимини ривожлантириш билан бир қаторда хорижий экспертларнинг концептуал қарашларини ўрганиш янги ғояларга,

¹⁹ Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. Harvard Business Review.

²⁰ “Туризм тўғрисида”ги Қонун. — 4-5-боб.

ташаббусларга ҳисса қўшади. Замонавий туризмнинг асоси — визуал истеъмол, яъни кўриш орқали идрок этиш ҳисобланади. Сайёҳлар маълум бир жойга боришдан олдин уни ОАВдаги фотосуратлар ва роликлар орқали кўриб бўлади. Агар ана шу воситалар ёрдамида реал тарзда ўша жойга бориш истаги юзага келса, мақсадга эришилади. Ушбу назария travel-журналистлар яратаётган визуал контент, яъни видео, фото, постлар сайёҳнинг қарор қабул қилишидаги бош омил эканини илмий асослайди.

Шундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, “манзил брендинги” стратегияси доирасида амалга оширилаётган ислохотлар мамлакатнинг глобал рақобатбардошлигини таъминловчи муҳим омил ҳисобланади. Президент Шавкат Мирзиёев таъкидлаганидек²¹, туризм соҳаси орқали “иқтисодий инклюзивлик” таъминланади. Яъни, тизимни ривожлантириш нафақат йирик туристик марказлар, балки чекка қишлоқ ва овулларни ҳам ягона иқтисодий занжирга боғлайдиган восита вазифасини ўтайди. Ушбу ташаббусда сайёҳлар келиши йирик туроператорлар ёки авиакомпаниялар, меҳмонхонаю транспорт хизмати кўрсатувчилар билан бирга аҳолининг чўнтагига ҳам қўшимча даромад манбаи бўлиши керак, деган ғоя илгари сурилган.

Хусусан, ҳар бир ҳудуд ўз имкониятларидан самарали фойдаланиш орқали “туризм рентаси”ни ҳосил қилади ва у маҳаллий аҳоли даромадларига тўғридан-тўғри таъсир кўрсатади. Илмий асосларга кўра, туристик ресурсларнинг ноёблиги ва чекланган бўлишига қарамай, иқтисодий фойда олиш имкониятини қўллаш “туризм рентаси” саналади. Унинг маҳаллий аҳоли фаровонлигига, даромадига таъсири эса ижтимоий инклюзивлик тамойили асосида баҳоланади.

Хулоса қилиш мумкинки, туризм соҳаси миллий иқтисодиётнинг драйвери, “туризм рентаси” эса аҳоли даромадларининг манбаи сифатида намоён бўлса, travel-журналистика ушбу рентани юзага чиқарувчи коммуникацион индикатор вазифасини ўтайди. Ҳудудларнинг яширин туристик салоҳиятини медиа-маконда кенг ёйиш орқали маҳаллий аҳоли фаровонлигига ҳисса қўшиши мумкин бўлган барқарор иқтисодий занжирни шакллантиришда журналист марказий субъект сифатида намоён бўлади. Демак, туризм сиёсатини ёритишда ОАВнинг стратегик жиҳатдан муҳим сектор саналади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. — Тошкент : Ўзбекистон, 2023. — 80 б.
2. Туризм тўғрисида: Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. //Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси (Lex.uz).

²¹ Ш.М. Мирзиёевнинг UNWTO 25-сессиясидаги нутқи, 16.10.2023 й. // president.uz2022.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, 02.12.2016 йилдаги ПФ-4861-сон // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси (Lex.uz).

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасига хорижий фуқароларнинг кириши тартибини оптималлаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси (Lex.uz).

5. “Ўзбекистон — 2030” стратегияси. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги ПФ-158-сон Фармони билан тасдиқланган.

6. Ш.М.Мирзиёев Бутунжаҳон туризм ташкилоти (UNWTO) Бош Ассамблеясининг 25-сессияси очилиш маросимидаги нутқи // Халқ сўзи. — 2023. — 17 октябрь.

7. Кастельс М. Власть коммуникации : учеб. пособие // М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 с. (Инглизча асл нусхаси: Castells M. Communication Power. — Oxford; New York: Oxford University Press, 2009).

8. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы // Ф.Котлер, К.Асплунд, И.Рейн, Д.Хайдер. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 376 с.

9. Пайн Д.Б. Экономика впечатлений: работа — это театр, а каждый бизнес — сцена // Д. Б. Пайн, Д. Х. Гилмор. — М. : Вильямс, 2005. — 304 с. (Инглизча асл нусхаси: Pine B. J., Gilmore J. H. The Experience Economy. — Harvard Business Review Press, 1999).

10. McQuail D. McQuail’s Mass Communication Theory. — 6th ed. — London; Thousand Oaks: SAGE Publications, 2010. — 622 p.