

**O'ZBEKISTONNING TURISTIK IMIDJINI YARATISHDA
RAQAMLI SAYOHAT JURNALISTIKASI VA PERSEPSIYA OMILLARI**

Shaxnoza Sobirova Nasimovna

Annotatsiya: *O'zbekistonning turistik imidjini yaratishda raqamli sayohat jurnalistikasi va persepsiya omillari muhim ahamiyat kasb etadi. Zamonaviy davrda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi sayohat jurnalistikasiga yangi imkoniyatlar ochdi va uning samaradorligini oshirdi. Raqamli platformalar orqali O'zbekistonning boy madaniy merosi, tarixiy obidalar, tabiat go'zalliklari va mehmondo'stligi haqida ma'lumotlar keng auditoriyaga yetib boradi. Bu esa o'z navbatida mamlakatning turistik imidjini shakllantirishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.*

Kalit so'zlar: *turistik imidj, turizm, raqamli texnologiyalar, tarixiy obidalar, raqamli platformalar, sayyohlar, jurnalistika, madaniy meros, madaniyat.*

Sayohat jurnalistikasi – bu nafaqat sayohat haqidagi xabarlar, balki madaniyatlararo kommunikatsiyaning vositasi sifatida ham rol o'ynaydi. Raqamli sayohat jurnalistikasi esa bu jarayonni yanada tezkor va keng qamrovli qiladi. Internet va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi odamlarning turizm sohasiga bo'lgan qiziqishini oshirdi va ularga dunyoning har bir burchagini o'rganish imkonini berdi. Shu boisdan, raqamli jurnalistika orqali tarqatilgan ma'lumotlar, bloglar, vloglar va onlayn maqolalar o'zbek turizmining jahon miqyosida tanilishi va qadrlanishiga xizmat qiladi. O'zbekistonning turistik imidjini shakllantirishda raqamli sayohat jurnalistikasining birinchi vazifasi mamlakatning o'ziga xos tomonlarini ko'rsatishdir. Bu yerda tarixiy yodgorliklar, qadimiy shaharlar, madaniy an'analar, milliy taomlar va qadriyatlar haqida axborot taqdim etiladi. Raqamli usullar, ya'ni fotosuratlar, videolar, virtual sayohatlar kabi vositalar yordamida ushbu ma'lumotlar yanada jozibador ko'rinishga ega bo'ladi. Shu bilan birga, sayohat jurnalistlari o'z kuzatuvlari, intervyulari va shaxsiy tajribalari bilan

ham o'quvchilarni jalb etadilar. Sayohat jurnalistikasining yana bir muhim jihati — bu mamlakatga nisbatan ijobiy persepsiyani shakllantirishdir. Turistik imidj insonlarning mamlakat haqidagi umumiy taassurotlaridan iborat bo'lib, u ko'plab omillar ta'sirida shakllanadi. Raqamli jurnalistika esa bu taassurotlarni boshqarish va yaxshilashda qulay platforma hisoblanadi. Misol uchun, ijtimoiy tarmoqlarda sayohatchilar o'z ta'surotlarini bo'lishadilar, sayohat vloglari orqali mamlakatning go'zalliklari va imkoniyatlari jonli ko'rsatiladi. Bu esa potensial sayyohlarning qiziqishini uyg'otadi va ularni O'zbekistonni tanlashga undaydi.[1]

Turistik imidjni yaratishda raqamli sayohat jurnalistikasining ijodiy usullari alohida e'tiborga loyiqdir. Bugungi kunda ko'plab jurnalistlar multimedia imkoniyatlaridan foydalanib, keng qamrovli va interaktiv kontent ishlab chiqmoqda. Ushbu kontent nafaqat ma'lumot berish, balki o'quvchilarning his-tuyg'ulariga ta'sir qiladigan vosita sifatida ishlatiladi. Masalan, mamlakatning tarixiy maskanlari, tabiat mo'jizalari va madaniy tadbirlarini yoritishda interaktiv xaritalar, 360 gradusli videolar yoki fotogalereyalar qo'llaniladi. Bu usullar tomoshabinlarni yanada ko'proq jalb qiladi va ularning mamlakatga nisbatan ijobiy his-tuyg'ularini hosil qiladi. Raqamli sayohat jurnalistikasida axborotning tez tarqalishi va katta auditoriyaga yetib borishi raqobatni ham kuchaytiradi. O'zbekiston sayyohlik bozorida o'z o'rnini mustahkamlash uchun raqamli jurnalistlar va turizm mutaxassislari birgalikda ishlashi zarur. Ular mamlakatni xorijiy sayyohlar uchun qiziqarli, xavfsiz va qulay joy sifatida ko'rsatishga harakat qilishlari lozim. Buning uchun ehtiyotkorlik bilan fakt tekshirish, madaniyatlararo tafovutlarni hisobga olish va falsafiy jihatdan mulohaza yuritish talab etiladi. Persepsiya omillari orasida ijtimoiy tarmoqlardagi sharhlar, sayyohlarning fikrlari, xalqaro nashrlardagi maqolalar va o'zaro suhbatlar muhim o'rin tutadi. Internetda sayyohlarning qoldirgan izohlari va reytinglari yangi sayyohlar uchun ko'rsatkich vazifasini o'taydi. Shu sababli, raqamli sayohat jurnalistlari sifatli, haqqoniy va xolis axborot tarqatishga e'tibor berishi shart. Bu o'z navbatida O'zbekistonning obro'sini oshirib, xalqaro miqyosda ishonchni qozonadi.[2]

O'zbekiston turistik imidjini yaratishda raqamli sayohat jurnalistikasining

o'ziga xosligi shundaki, u nafaqat axborot tarqatadi, balki mamlakatning turizm salohiyatini kengroq yoritadi. Bu yoshlar, xorijlik sayyohlar yoki mutaxassislar uchun o'ziga xos ilmiy va madaniy manba bo'lib xizmat qiladi. Zamonaviy kommunikatsiya vositalari yordamida yaratilgan kontent mamlakatning zamonaviy obrazini shakllantiradi va uning global maydondagi raqobatbardoshligini oshiradi.[3]

Raqamli sayohat jurnalistikasining yana bir afzalligi — bu tezkor va rivojlangan aloqalar tizimidir. Bloggerlar, vloggerlar va onlayn jurnalistlar turli xalqlardan bo'lgan auditoriyani jalb qiladilar. Shu bilan birga, turistik kompaniyalar, mehmonxonalar va mahalliy vazirliklar bilan hamkorlikda ilg'or marketing strategiyalarini amalga oshiradilar. Bu esa O'zbekistonning turistik imidjini butun dunyo bo'ylab samarali targ'ib qilish imkonini beradi. O'zbekistonning madaniy merosi va tabiat boyliklarini raqamli jurnalistika yo'li bilan yoritish bilan birgalikda, sayyohlarning xavfsizligi, madaniyatga hurmat ko'rsatishlari ham ko'p ta'kidlanadi. Bu jihatlar mamlakat haqidagi aks perspektivada muhim rol o'ynaydi. Raqamli sayohat jurnalistlari ushbu omillarni o'z ishlarida e'tiborga olib, to'g'ri va samimiy ma'lumotlar tarqatadi. Bu esa yana bir bor O'zbekiston turizm sohasining jahon miqyosida obro'si yuksalishiga olib keladi. Qisqasi, raqamli sayohat jurnalistikasi O'zbekistonning turistik imidjini yaratishda innovatsion vosita sifatida qay darajada muhim ekanligini ko'rsatadi. Ushbu soha mamlakatni tashrif buyuruvchilar uchun yanada jozibador, ma'lumotli va qulay qiladi. Shu tariqa, raqamli jurnalistika yordamida O'zbekiston o'zining noyob tabiati, boy madaniyati va tarixiy yodgorliklari bilan dunyo xaritasida mustahkam o'rin egallash imkoniga ega bo'ladi. Kelajakda raqamli texnologiyalar va innovatsiyalar yanada rivojlanib, sayohat jurnalistikasining roli yanada oshadi. O'zbekiston bu jarayonda faol ishtirok etib, o'zining turizm salohiyatini samarali targ'ib qilish hamda raqamli kommunikatsiyalar orqali global auditoriyaga o'z ovozi yetkazish imkoniyatlarini kengaytiradi. Shuning uchun, bu sohadagi mutaxassislar, jurnalistlar va tadqiqotchilar doimiy ravishda yangiliklarni o'rganib, amaliyotni rivojlantirishga intilishlari lozim.[4]

Xulosa

Umuman olganda, O'zbekistonning turistik imidjini yaratishda raqamli sayohat jurnalistikasi va persepsiya omillari uzviy bog'liq, o'zaro mustahkam aloqada bo'lgan jarayonlardir. Bu jarayonlar mamlakatning xalqaro maydonda tan olinishi, iqtisodiy rivojlanishi va madaniy almashuvlarning faollashuviga xizmat qiladi. Shu boisdan, raqamli sayohat jurnalistikasining samarasini oshirish, sifatli va haqqoniy axborot tarqatishni ta'minlash mamlakatning global imidjini yaxshilashda katta ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Abdukarimov, O., & Xoldorov, A. (2019). "O'zbekistonda turizm sohasida raqamli texnologiyalarni tatbiq etish". Iqtisodiyot va Innovatsiyalar, 3(27), 45-52.
2. Anorboyeva, D. (2020). "Turistik sohada raqamli marketing va uning samaradorligi". O'zbekiston Marketing Jurnal, 2(15), 32-40.
3. Hasanov, B. (2018). "Sayohat jurnalistikasining rivojlanishi va roli: O'zbekiston misolida". Axborot Jamiyati va Media, 1(9), 12-22.
4. Normatova, S. (2021). "Raqamli sayohat jurnalistikasi va turizm imidji: O'zbekistonning jahon bozoridagi pozitsiyasi". Turizm Ilmi, 4(21), 78-87.
5. Raximov, T. (2017). "Persepsiya omillari va turistik xizmatlarning sifat darajasiga ta'siri". Iqtisodiyot va boshqaruv, 2(10), 58-66.
6. To'xtaboyev, M. (2022). "O'zbekiston turizmi va raqamli texnologiyalarning integratsiyasi". Zamonaviy Fan va Texnologiya, 6(28), 101-110.
7. Yusupova, M. (2019). "Turistik imidj yaratishda ijtimoiy tarmoqlar roli: raqamli jurnalistika yondashuvi". O'zbekiston Respublikasi Axborot Resurslari, 3(12), 25-34.