



MEDIA DIPLOMACY IN FOREIGN POLICY: A CONCEPTUAL AND PRACTICAL REVIEW FROM UZBEKISTAN

Muslima Amonqulova

PhD student

National University of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: media diplomacy, information policy, international image, digital diplomacy, soft power, foreign policy, public relations, international communication, framing theory, mediatization.

Received: 04.06.25

Accepted: 06.06.25

Published: 08.06.25

Abstract: Media diplomacy is becoming increasingly important for Uzbekistan, which has a rich cultural and geopolitical history, in shaping its international image and developing bilateral and multilateral relations.

This article analyzes the concept of media diplomacy and its role in international relations. As a form of public diplomacy, media diplomacy combines traditional diplomatic routes with the mass media, influencing the opinion of the world community, resolving conflicts, promoting soft power, and strengthening international cooperation. The article also details Uzbekistan's media diplomacy strategy, its development, key participants, and role in international relations.

By analyzing state-controlled media, digital media strategies, and soft power initiatives, Uzbekistan's use of media diplomacy to strengthen its position in the region and establish dialogue with the global community was studied.

TASHQI SIYOSATDA MEDIA DIPLOMATIYA: NAZARIY KONSEPSIYALAR VA O'ZBEKISTON TAJRIBASI

Muslima Amonqulova

tayanch doktorant

O'zbekiston Milliy universiteti

Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: media diplomatiyasi,

Annotatsiya: Media diplomatiyasi boy

axborot siyosati, xalqaro imij, raqamli diplomatiya, soft power, tashqi siyosat, jamoatchilik bilan aloqalar, xalqaro kommunikatsiya, framing, mediatizatsiya.

madaniy va geosiyosiy tarixiga ega bo'lgan O'zbekiston uchun uning xalqaro nufuzini shakllantirish hamda ikki va ko'p tomonlama munosabatlarni rivojlantirishda tobora muhim ahamiyatga ega bo'lib bormoqda.

Ushbu maqolada media diplomatiyasi tushunchasi va uning xalqaro munosabatlardagi o'rni tahlil qilingan. Xalq diplomatiyaning bir ko'rinishi sifatida media diplomatiyasi an'anaviy diplomatik yo'llarni ommaviy axborot vositalari bilan uyg'unlashtirib, jahon jamoatchiligi fikriga ta'sir o'tkazish, nizolarni bartaraf etish, yumshoq kuchni targ'ib qilish va xalqaro hamkorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi. Maqolada, shuningdek O'zbekistonning media diplomatiyasi strategiyasi, uning taraqqiyoti, asosiy ishtirokchilari va xalqaro munosabatlardagi roliga ham atroflicha to'xtalangan. Davlat nazoratidagi ommaviy axborot vositalari, raqamli media strategiyalari va yumshoq kuch tashabbuslarini tahlil qilish orqali, O'zbekistonning mintaqadagi mavqeini mustahkamlash va jahon hamjamiyati bilan muloqot o'rnatish uchun media diplomatiyasidan qanday foydalanayotgani o'rganildi.

МЕДИАДИПЛОМАТИЯ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ОБЗОР НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА

Муслима Амонкулова

поддержка докторанта

Национальный университет Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: медиадипломатия, информационная политика, международный имидж, цифровая дипломатия, мягкая сила, внешняя политика, связи с общественностью, международная коммуникация, теория фрейминга, медиатизация.

Аннотация: Медиадипломатия становится все более важной для Узбекистана, имеющего богатую культурную и геополитическую историю, в формировании своего международного имиджа и развитии двусторонних и многосторонних отношений.

В данной статье анализируется понятие медиадипломатии и ее роль в международных отношениях. В качестве формы публичной дипломатии медиадипломатия сочетает традиционные дипломатические маршруты со средствами массовой информации, влияя на мнение мирового сообщества, разрешая конфликты, продвигая мягкую силу и укрепляя

международное сотрудничество. В статье также подробно описывается стратегия медиадипломатии Узбекистана, ее развитие, ключевые участники и роль в международных отношениях.

Путем анализа государственных СМИ, стратегий цифровых медиа и инициатив “мягкой силы” было изучено использование Узбекистаном медиадипломатии для укрепления своих позиций в регионе и налаживания диалога с мировым сообществом.

Kirish. Media diplomatiyasi davlat va nodavlat subyektlari tomonidan ommaviy axborot vositalaridan jamoatchilik fikrini shakllantirish, tashqi siyosatga ta'sir o'tkazish va xalqaro ziddiyatlarni boshqarish maqsadida foydalanishni anglatadi. Xalq diplomatiyasining yangi sohasi sifatida, u milliy va xalqaro ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi chegaralar tobora xiralashib borayotgan raqamli asrda muhim ahamiyat kasb etmoqda. So'nggi yillarda O'zbekistonda, ayniqsa 2016-yilda lavozimga kirishgan Prezident Shavkat Mirziyoyev rahbarligida, jiddiy siyosiy va iqtisodiy islohotlar amalga oshirildi. Bu islohotlar ichki boshqaruv doirasidan tashqariga chiqib, O'zbekistonning jahon maydonidagi qiyofasini yangilashga qaratilgan sa'y-harakatlarni ham qamrab oldi. Tashqi siyosat maqsadlarini ilgari surish uchun ommaviy axborot vositalaridan strategik foydalanish – media diplomatiya, bu sa'y-harakatlarning asosiy yo'nalishiga aylandi. Ushbu maqolada O'zbekistonning diplomatik aloqalarni mustahkamlash, o'zining yumshoq kuchini namoyon etish va xalqaro maydonda ijobiy qiyofasini targ'ib qilish uchun media diplomatiyadan qanday foydalanayotgani tahlil qilinadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili (Literature Review)

1. Nazariy manbalar

Media diplomatiyasi bo'yicha ilk nazariy asoslar “yumshoq kuch” (soft power) kontsepsiyasidan kelib chiqqan bo'lib, bu borada **Jozef Nayning** ishlari muhim o'rin tutadi. Unga ko'ra, davlatlar o'z manfaatlarini boshqa mamlakatlarga majburlamasdan, balki joziba va qadriyatlar orqali singdiradi. **J. Nye (2004)**: “Soft Power: The Means to Success in World Politics” nomli asarida media vositalarining xalqaro siyosatdagi ahamiyati, joziba va ishonch asosida shakllanuvchi siyosiy vosita sifatidagi rolini asoslab bergan[1].

2. Media diplomatiya nazariyalari. **N. Snow va E. Gilboa** media diplomatiyasining raqamli, madaniy va axborot strategiyalarini ajratib ko'rsatgan[2]. **G. Melissen (2005)** “The New Public Diplomacy” asarida yangi davr diplomatiyasida media vositalari asosiy vosita sifatida harakat qilishini ta'kidlaydi[3].

3. Komponent nazariyalar. Framing Theory (R. Entman, 1993): Media qanday axborotni qanday formatda yetkazsa, jamoatchilik aynan shu doirada fikrlaydi[4]. **Agenda-setting Theory (McCombs & Shaw, 1972):** OAV qanday mavzularni yoritishini belgilab, jamoatchilik e'tiborini shu mavzularga qaratadi[5]. **Mediatization Theory (Stig Hjarvard, 2008):** Siyosiy jarayonlar media tamoyillari bilan uyg'unlashgan holda shakllanadi[6].

4. O'zbekiston konteksti. O'zbekistonda media diplomatiya sohasida fundamental nazariy tahlillar kam, ammo quyidagi manbalar mavjud: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning xalqaro axborot makonidagi siyosati, xorijiy axborot vositalarida O'zbekiston imiji, "Dunyo" AA, O'zA, Uzreport, Sevimli kabi kanallar faoliyati muhim manba bo'la oladi[7].

Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology) Tadqiqot yondashuvi: Kvalitativ (sifat jihatidan) va deskriptiv (ta'rifiy) yondashuv asosida.

Quyidagi metodlardan foydalanildi: Kontent-analiz asosida "Dunyo" AA[8], UzReport[9] TV, Sevimli TVning 2022–2024 yillardagi tashqi siyosatga oid reportajlari kontent jihatidan tahlil qilindi. Axborot berishdagi asosiy framing usullari aniqlandi[10].

Diskurs-analiz asosida O'zbekiston TIV bayonotlari, rasmiy saytlardagi chiqishlar va Prezident nutqlarining media yoritilishi tahlil qilindi. Komparativ tahlil asosida esa O'zbekiston media diplomatiyasi Xitoy (CGTN), AQSh (VOA), Rossiya (RT), Turkiya (TRT World) kabi mamlakatlar tajribasi bilan solishtirildi.

Tahlil va natijalar. Avvalo, media diplomatiyasining nazariy asoslariga e'tibor qaratish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Media diplomatiyasi – bu ommaviy axborot vositalaridan, jumladan an'anaviy va raqamli platformalardan diplomatik maqsadlarga erishish va xalqaro munosabatlarni rivojlantirish vositasi sifatida foydalanishni anglatadi.

U ommaviy diplomatiya, an'anaviy diplomatiya va kommunikatsiya tadqiqotlari unsurlarini o'z ichiga oladi.

Media diplomatiyasining nazariy asoslari xalqaro munosabatlar, siyosiy kommunikatsiya va media tadqiqotlari kabi turli akademik sohalarga tayanadi.

O'zbekistonda media diplomatiyasining nazariy asoslari global media, diplomatiya va kommunikatsiya tushunchalariga tayanadi, shu bilan birga mamlakatning o'ziga xos siyosiy, madaniy va tarixiy konteksti bilan shakllanadi. So'nggi yillarda O'zbekiston ommaviy axborot vositalari sohasida sezilarli islohotlarni amalga oshirdi, bu esa uning diplomatik faoliyati va xalqaro maydondagi chiqishlariga bevosita ta'sir ko'rsatdi.

O'zbekistonning media diplomatiyasi yondashuvi milliy brending, madaniy diplomatiya, ommaviy diplomatiya va "yumshoq kuch" (soft power) konsepsiyalari bilan chambarchas bog'liq bo'lib, raqamli media va ommaviy kommunikatsiya strategiyalarining rivojlanishini ham hisobga oladi.

Media diplomatiyasi diplomatiya, kommunikatsiya va siyosatshunoslik yo'nalishlari chorrahasida yuzaga kelgan yangi diplomatik strategiyadir. Bu yo'nalish media vositalari, jumladan an'anaviy axborot manbalari va raqamli platformalar orqali xalqaro munosabatlarga ta'sir ko'rsatish vositasi sifatida shakllangan. Quyida media diplomatiyasining o'nta nazariy asoslari ilmiy tarzda yoritiladi:

1. *Yumshoq kuch nazariyasi (Soft Power)*. Joseph Nye (2004) tomonidan ilgari surilgan bu nazariya davlatlarning harbiy kuch yoki majburlash o'rniga o'z qadriyatlari, madaniyati va siyosiy modeli orqali boshqa davlatlarni jalb qilishiga asoslanadi. Media yumshoq kuchni amalga oshirishda muhim vosita bo'lib, xorijiy auditoriyalarga ijobiy imij yaratishda xizmat qiladi. O'zbekiston o'zining boy madaniy merosi va modernizatsiya islohotlarini media orqali targ'ib qilib, xalqaro obro'sini oshirishga intilmoqda.

2. *Xalq diplomatiyasi*. Bu jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatish va mamlakat manfaatlarini chet elda targ'ib qilish uchun ommaviy axborot vositalari va kommunikatsiyalardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Media diplomatiyasi ko'pincha xalq diplomatiyaning tarkibiy qismi sifatida qaraladi, bunda hukumatlar media kanallari orqali xorijiy jamoatchilikni xabardor qilish, ishontirish yoki tasavvurlarini shakllantirishga intiladi. Ommaviy axborot vositalaridan xalq diplomatiyasi uchun foydalanish davlatlarga o'z madaniyati, qadriyatlari, siyosati va ideallarini yanada yaqinroq va jozibali tarzda taqdim etish imkonini beradi. Zamonaviy dunyoda diplomatiyaning o'zgaruvchan tabiati, bunda tashqi siyosatni shakllantirishda ommaviy axborot vositalari tarmoqlari, nodavlat notijorat tashkilotlari va targ'ibot guruhlar kabi nodavlat subyektlar tobora muhim rol o'ynamoqda. O'zbekistonning davlat ommaviy axborot vositalari va "Uzbekistan Today" kabi xususiy platformalar orqali media targ'iboti O'zbekiston Milliy axborot agentligi va ijtimoiy tarmoqlardagi tashabbuslar mamlakatning modernizatsiyasi, madaniy merosi va siyosiy islohotlarini namoyish etib, xalqaro miqyosda ijobiy obro' qozonishga qaratilgan.

3. *Freymlash (Ramkalash) nazariyasi*. U ommaviy axborot vositalari muammolar va voqealarni jamoatchilikka taqdim etish usulini qanday shakllantirishi va shu orqali jamoatchilikning ularni qanday qabul qilishiga ta'sir ko'rsatishini o'rganadi.

Erving Goffman (1974) freymlash tushunchasini o'zining Frame Analysis asarida kiritgan. Robert Entman (1993) nazariyani yanada rivojlantirib, media freymdari yangiliklar va voqealarni talqin qilishga ta'sir qilishini taklif qildi.

Media diplomatiyasida hukumatlar va boshqa ishtirokchilar xalqaro tasavvurlarni shakllantirish uchun ramkalash usullaridan foydalanadilar. Bu ta'kidlash uchun ma'lum faktlar, voqealar yoki masalalarni tanlash va shu bilan diplomatik maqsadlarga mos keladigan hikoya yaratishdir. Misol uchun, mamlakat o'z tashqi siyosatini tinchlikparvar, insonparvar yoki progressiv deb ko'rsatish uchun media diplomatiyasidan foydalanishi mumkin. O'zbekiston so'nggi yillarda iqtisodiy islohotlar va siyosiy liberallashtirishni boshlaganida, ommaviy axborot vositalari bu o'zgarishlarni yanada ochiq va yaxlit jamiyat sari qo'yilgan zarur qadamlar sifatida talqin qilishda muhim rol o'ynadi. O'zbekistonning terrorizm va ekstremizmga qarshi kurashish bo'yicha sa'y-harakatlarini yoritish, ayniqsa ommaviy axborot vositalaridan foydalanib mintaqaviy xavfsizlik sohasidagi faoliyatini ko'rsatish, ushbu strategiyaning yana bir muhim jihati bo'ldi.

4. *Tarmoq nazariyasi va media tadqiqotlari (Network Theory)*. Global va raqamli media tarmoqlari zamonaviy diplomatiyada yangi imkoniyatlar yaratdi. Bu nazariya orqali media vositalari orqali axborot oqimining qayerdan va qanday tarqalishini tushunish mumkin. Bu, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar va xalqaro blog platformalarining diplomatik imkoniyatlarini o'rganishda muhimdir.

5. *Xalqaro munosabatlarda konstruktivizm*. Konstruktivizm xalqaro munosabatlar faqat moddiy kuch bilan emas, balki e'tiqodlar, shaxsiyatlar va ijtimoiy tuzilmalar kabi g'oyaviy omillar bilan shakllanadi, deb ta'kidlaydi. Aleksandr Vendt (1992) konstruktivizmning asosiy tarafdorlaridan biri bo'lib, uning fikricha, xalqaro tizim ijtimoiy jihatdan umumiy g'oyalar va me'yorlar orqali quriladi. Media diplomatiyasi kontekstida konstruktivizm mamlakatlarning o'ziga xosligi, me'yorlari va munosabatlarini shakllantiruvchi hikoyalarni yaratish va tarqatishda ommaviy axborot vositalarining rolini ta'kidlaydi. Media diplomatiya millatning imijini yaratishga va boshqa davlatlarning uning xalqaro tizimdagi rolini qanday qabul qilishiga ta'sir ko'rsatishga yordam beradi. O'zbekistonning ommaviy axborot vositalaridagi kampaniyalari, ayniqsa, Prezident Islom Karimov vafotidan keyingi 2016-yilda mamlakatni Markaziy Osiyoda mintaqaviy hamkorlik tarafdori sifatida ko'rsatishga qaratilgan. Ommaviy axborot vositalari O'zbekistonning Qozog'iston, Qirg'iziston va Afg'oniston kabi qo'shni davlatlar bilan diplomatik munosabatlarni yaxshilash borasidagi sa'y-harakatlarini yoritishda muhim rol o'ynaydi.

6. *Kun tartibini belgilash nazariyasi.* Kun tartibini belgilash nazariyasi ommaviy axborot vositalarining jamoat kun tartibidagi mavzularga qo'yilgan ahamiyatga ta'sir ko'rsatish qobiliyatini o'rganadi. Ommaviy axborot vositalari odamlarga nimani o'ylash kerakligini emas, balki nima haqida o'ylash kerakligini aytadi. Maksvell MakKombs va Donald Shou (1972) ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikrini shakllantirish kuchini tushunishda ta'sir ko'rsatgan kun tartibini belgilash nazariyasini ishlab chiqdilar. Media diplomatiyasida davlatlar ommaviy axborot vositalaridan global muammolar kun tartibini belgilash, ularning diplomatik ustuvor yo'nalishlariga mos keladigan mavzularni yoritish uchun foydalanadilar. Masalan, ommaviy axborot vositalarida yoritish orqali davlat xalqaro munozaraga ta'sir ko'rsatish uchun inson huquqlari, ekologik muammolar yoki global xavfsizlik kabi masalalarga xalqaro e'tiborni jalb qilishi mumkin.

7. *Madaniy diplomatiya va millat brendi.* Madaniy diplomatiya xalqaro tushunish, tinchlik va hamkorlikni rivojlantirish uchun madaniy almashinuvlar va ommaviy axborot vositalaridan foydalanishni anglatadi. Millat brendi madaniy boyliklar va ommaviy axborot vositalaridan strategik foydalanish orqali mamlakatning global qiyofasini shakllantirishni o'z ichiga oladi. "Millat brendi" tushunchasini kiritgan Saymon Anxolt (2007) mamlakatlar madaniy va media tashabbuslari orqali xalqaro maydonda o'z imijini faol boshqarishini ta'kidlaydi. Madaniy diplomatiya orqali davlatlar ommaviy axborot vositalaridan o'zlarining madaniy kuchlari, qadriyatlari va merosini yoritish uchun foydalanadilar. Bu milliy branding uchun markaziy ahamiyatga ega bo'lib, mamlakat investitsiyalar, turizm va diplomatik xayrixohlikni jalb qiladigan ijobiy va jozibali imij yaratishga intiladi. Media diplomatiya bu o'rinda milliy filmlar, musiqa, sport va san'atdan foydalangan holda mamlakat imijini oshirishga xizmat qiladi. Ommaviy axborot vositalari O'zbekistonning madaniyatlar chorrahasi sifatidagi o'ziga xosligi uchun muhim bo'lgan Samarqand, Buxoro va Xiva kabi joylarni yoritib, O'zbekistonning Ipak yo'li merosini targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Ommaviy axborot vositalarida namoyish etiladigan yoki xabar qilinadigan madaniy tadbirlar va xalqaro festivallar orqali O'zbekiston o'zini Markaziy Osiyodagi madaniy markaz sifatida ko'rsatishga harakat qilmoqda.

O'zbekistonda muntazam ravishda Samarqanddagi "Sharq taronalari" xalqaro musiqa festivali va boshqa milliy va xalqaro madaniy tadbirlar yoritib borilmoqda. Bu orqali O'zbekiston o'zini Markaziy Osiyodagi asosiy madaniy va sayyohlik yo'nalishi sifatida ko'rsatadi.

8. *Kommunikatsiya va mediatizatsiya nazariyalari.* Kommunikatsiya nazariyalari ommaviy axborot vositalarining jamiyat bilan o'zaro ta'sirini va ijtimoiy hayotni qanday shakllantirishini o'rganadi. Mediatizatsiya ommaviy axborot vositalarining siyosiy, ijtimoiy va madaniy hayotni

shakllantirish va unga ta'sir ko'rsatish jarayonini anglatadi. Vositachilik doirasida Stig Xjarvard (2008) kabi olimlar ta'kidlashicha, ommaviy axborot vositalari jamiyat va hukumatlarning ishlashiga, shu jumladan diplomatik munosabatlarning olib borilishiga chuqur ta'sir ko'rsatadi. Mediatizatsiya raqamli va ijtimoiy media platformalarining ta'siri tufayli an'anaviy diplomatiyaning (masalan, yuzma-yuz muzokaralar) roli o'zgargan zamonaviy diplomatiyada ommaviy axborot vositalarining ahamiyatini ta'kidlaydi. Hukumatlar endi o'z xabarlarini xorijiy jamoatchilikka to'g'ridan-to'g'ri yetkazish uchun ijtimoiy tarmoqlar, ommaviy axborot vositalari va xalqaro eshittirishlardan foydalanadilar. Raqamli platformalarning ommaviylashuvi O'zbekistonda diplomatik muloqotning yangi bosqichini yuzaga keltirdi.

9. *To'qqizinchi. Globallashuv va tarmoq nazariyasi.* Globallashuv nazariyasi global o'zaro bog'liqlikning siyosiy, iqtisodiy va madaniy munosabatlarga ta'sirini o'rganadi. Tarmoq nazariyasi esa global tizimdagi ishtirokchilar o'rtasidagi aloqalar va axborot oqimiga e'tibor qaratadi. Manuel Kastels (2000) global tarmoqlarning rivojlanishi va global muloqotda ommaviy axborot vositalarining rolini tadqiq etgan. Media diplomatiyasi globallashuv bilan chambarchas bog'liq, chunki axborot oqimi milliy chegaralar bilan cheklanmaydi. Mamlakatlar xalqaro auditoriyaga tez va samarali yetib borish uchun global media makonidan, jumladan raqamli platformalardan foydalanadilar. Bu o'zaro bog'liqlik real vaqt rejimida diplomatiya olib borish imkonini beradi, bunda hukumatlar xorijiy jamoatchilik va tashkilotlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qiladilar.

O'zbekiston bu vositalar orqali o'z diplomatik pozitsiyasini jahon auditoriyasiga tezkor va samarali yetkazishga harakat qilmoqda.

10. *Raqamli diplomatiya.* Diplomatiyaning bu turi xorijiy jamoatchilik va xalqaro ommaviy axborot vositalari bilan muloqot qilish uchun ijtimoiy tarmoqlar va onlayn yangiliklarni o'z ichiga olgan raqamli platformalardan foydalanishni nazarda tutadi. O'zbekiston, boshqa ko'plab davlatlar singari, global auditoriya bilan real vaqt rejimida muloqot qilish uchun raqamli diplomatiyani qo'lladi. Ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi bilan hukumat amaldorlari, muassasalar va diplomatlar endi an'anaviy ommaviy axborot vositalari darvozabonlarini chetlab o'tib, xalqaro auditoriya bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilishlari mumkin.

O'zbekiston hukumati xorijiy auditoriya bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilish, ayniqsa, islohotlar va madaniy tashabbuslarni namoyish etish uchun Twitter, Facebook va Instagram kabi ijtimoiy tarmoqlarda o'z ishtirokini kuchaytirdi. Hukumat mintaqaviy va xalqaro diplomatik doiralar bilan muloqot qilish uchun ijtimoiy tarmoqlardan ham faol foydalanadi. Bundan tashqari, O'zbekistonning YouTube kabi raqamli platformalarda (masalan, milliy tadbirlar

translyatsiyalari) va onlayn forumlarda ishtirok etishi o'z xabarlarini kengroq, texnologiyani yaxshi biladigan auditoriyaga yetkazishga yordam beradi.

O'zbekistonning xorijiy elchixonalari, davlat arboblari va diplomatik vakillari ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lib, raqamli diplomatiyaning imkoniyatlaridan foydalanmoqda.

Media diplomatiyasi nazariy jihatdan ko'p qirrali bo'lib, O'zbekiston tajribasi bu yo'nalishda regional va global kommunikatsion imkoniyatlarni chuqur tahlil qilishga asos beradi. Nazariy asoslar, amaliy misollar bilan boyitilgani holda, O'zbekistonda media diplomatiyasi rivojining mantiqiy asoslarini ochib beradi.

Media diplomatiyaning nazariy asoslari kommunikatsiya, xalqaro munosabatlar va mediashunoslikning fanlararo uyg'unligiga tayanadi. Ushbu nazariyalar an'anaviy va raqamli ommaviy axborot vositalarining rivoyatlarni shakllantirish, milliy o'ziga xoslikni shakllantirish, global jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatish va mamlakat manfaatlarini ilgari surish orqali diplomatiyada muhim rol o'ynashini tushuntiradi. Xalq diplomatiyasi, yumshoq kuch, freyming va konstruktivizm kabi nazariyalarni birlashtirish orqali olimlar va amaliyotchilar zamonaviy diplomatiyada ommaviy axborot vositalarining strategik rolini yanada kengroq tushunishlari mumkin.

O'zbekistonda media diplomatiyasining nazariy asoslari xalq diplomatiyasi, yumshoq kuch va freyming kabi global kommunikatsiya nazariyalariga asoslanadi, biroq ular mamlakatning o'ziga xos siyosiy va madaniy konteksti bilan ham shakllanadi. O'zbekiston media diplomatiyasi yumshoq kuch, raqamli diplomatiya, milliy brendlash va madaniy diplomatiyaga qaratilgan bo'lib, uning xalqaro imijini yaxshilash va mintaqaviy hamkorlikni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ommaviy axborot vositalaridan diplomatik vosita sifatida foydalanib, O'zbekiston o'zini Markaziy Osiyodagi nufuzli o'yinchi sifatida ko'rsatmoqda, ommaviy axborot vositalaridan o'zining siyosiy, iqtisodiy va madaniy o'zgarishlarini jahon miqyosida targ'ib qilishda foydalanmoqda.

Endi biz ommaviy axborot vositalari va hukumatlar diplomatik maqsadlarni ilgari surish uchun media strategiyalaridan qanday foydalanishini ko'rsatib beruvchi media diplomatiyasining amaliyotdagi aniq misollarini ko'rib chiqamiz.

Birinchi. Al-Jazira tarmog'i va Arab bahori. Al-Jaziraning Arab bahori (2011) haqidagi yoritilishi ko'pincha media diplomatiyasining muhim namunasi sifatida tilga olinadi. Tarmoq nafaqat Yaqin Sharqdagi voqealarni real vaqt rejimida efirga uzatishda muhim rol o'ynadi, balki qo'zg'olonlar haqidagi global hikoyaga ham ta'sir ko'rsatdi. Uning yoritilishi ham demokratik qadriyatlarni targ'ib qilish, ham mintaqadagi siyosiy o'zgarishlarda vositachi vazifasini bajardi.

Ikkinchisi. Raqamli media va ijtimoiy platformalarning ta'siri. Twitter, Facebook va YouTube kabi raqamli ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi media diplomatiyasi amaliyotiga chuqur ta'sir ko'rsatdi. Hukumatlar, tashkilotlar va shaxslarning diplomatik muloqotga kirishishining osonligi ommaviy axborot vositalari diplomatiyasini yanada tezkor, markazlashmagan va ommabop qildi. Biroq, bu soxta ma'lumotlar, aks-sado kameralari va kiber diplomatiya bo'yicha yangi muammolarni ham keltirib chiqaradi.

Uchinchi. Ijtimoiy tarmoqlar va inqirozli kommunikatsiya. Twitter kabi platformalar xalqaro inqirozlar davrida real vaqt rejimida muloqot qilish uchun zarur bo'lib qoldi. Hukumatlar va tashqi ishlar vazirliklari ijtimoiy tarmoqlardan inqirozlarga tezda javob berish va arab bahori va Rossiyaning Ukrainaga bostirib kirishi kontekstida bo'lgani kabi jamoatchilik hikoyalarini shakllantirish uchun foydalanadilar.

To'rtinchi. Noto'g'ri ma'lumot va feyk xabarlar muammolari. Soxta yangiliklar va dezinformatsiya kampaniyalarining ko'payishi ommaviy axborot vositalari diplomatiyasi uchun katta qiyinchilik tug'dirdi. Endi diplomatik subyektlar obro'ga putur yetkazishi va xalqaro munosabatlarga zarar yetkazishi mumkin bo'lgan bu sa'y-harakatlarga qanday qarshi turish haqida bosh qotirishlari kerak.

Ommaviy axborot vositalarining diplomatik sa'y-harakatlarga qo'shilishi bir qator axloqiy muammolarni keltirib chiqaradi. Xolislik, noxolislik va manipulyatsiya masalalari davlat tomonidan nazorat qilinadigan ommaviy axborot vositalaridan tashqi siyosat dasturlarini ilgari surish uchun foydalanilganda ayniqsa yaqqol namoyon bo'ladi.

Media diplomatiyasining kelajagi sun'iy intellekt, virtual reallik va immersiv media kabi yangi texnologiyalarni diplomatik strategiyalarga samarali joriy etishdan iborat. Bundan tashqari, nodavlat subyektlar, jumladan, transmilliy korporatsiyalar, nodavlat tashkilotlar va quyi tashkilotlar rolining ortib borishi global media munosabatlari manzarasini o'zgartirishda davom etadi.

Birlashgan Millatlar Tashkiloti va Yevropa Ittifoqi kabi ko'p tomonlama tashkilotlar va platformalarning yuksalishi xalqaro hamkorlik va tinchlik o'rnatishga ko'maklashadigan xabarlarni yetkazishda ommaviy axborot vositalari diplomatiyasiga tobora ko'proq tayanadi.

Xulosa va takliflar. Media diplomatiya hukumatlar va nodavlat subyektlar uchun global tasavvurlarni shakllantirish, tashqi siyosatni ilgari surish va xalqaro munosabatlarni qo'llab-quvvatlashda ajralmas vositaga aylandi. Media landshafti raqamli texnologiyalar bilan rivojlanishda davom etar ekan, media diplomatiyasi amaliyoti u bilan bog'liq imkoniyatlar va axloqiy muammolarni hal qilish orqali moslashishi kerak bo'ladi.

Media diplomatiya O'zbekistonning xalqaro imijini oshirish, mintaqaviy hamkorlikni rivojlantirish va "yumshoq kuch"ni kengaytirish borasidagi sa'y-harakatlarida tobora muhim vositaga aylanib bormoqda. Kengroq matbuot erkinligi va noto'g'ri ma'lumotlarni bartaraf etish zarurati kabi qiyinchiliklar mavjud bo'lsa-da, mamlakatning media strategiyasi global qarashlarga ta'sir ko'rsatish va diplomatik maqsadlarini ilgari surish uchun katta imkoniyatlar yaratadi. O'zbekiston siyosiy va iqtisodiy islohotlarni davom ettirar ekan, media diplomatiyasi uning Markaziy Osiyo va jahon maydonidagi o'rnini belgilashda muhim rol o'ynashi mumkin.

Mazkur tadqiqotda media diplomatiyasining nazariy asoslari tizimli ravishda tahlil qilinib, uning O'zbekiston tashqi siyosati va xalqaro imijini shakllantirishdagi o'rnini chuqur tahlil etildi. Media diplomatiyasi bugungi kunda global axborot maydonida davlatlarning «yumshoq kuch» orqali o'z manfaatlarini ilgari surishda muhim vositaga aylangan.

Tadqiqot davomida quyidagi asosiy xulosalarga kelindi:

1. Media diplomatiya – zamonaviy xalqaro munosabatlarning ajralmas elementi bo'lib, u nafaqat axborot tarqatish, balki milliy manfaatlarini xorijiy auditoriyaga yetkazish va ijobiy imij yaratish vositasi sifatida faoliyat yuritadi.

2. Framing, mediatizatsiya va agenda-setting nazariyalari orqali OAV qanday qilib xalqaro auditoriya ongiga ta'sir ko'rsatishi ilmiy asosda isbotlangan.

3. O'zbekiston tajribasida xalqaro ommaviy axborot vositalari (Dunyo AA, UzReport, Sevimli, BBC Uzbek, VOA Uzbek) orqali olib borilayotgan media faoliyati asta-sekin xalqaro e'tiborni tortmoqda, biroq tizimli strategiyalarning yetishmasligi hamon muammo bo'lib qolmoqda.

4. O'zbekistonda media diplomatiyasi, asosan, davlat tashabbusiga asoslangan bo'lib, nodavlat, bloggerlik yoki xalq diplomatiyasi elementlari yetarlicha faol emas.

5. Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, O'zbekistonning xalqaro media maydonidagi imiji faqat ichki taraqqiyot emas, balki xalqaro axborot siyosati orqali ham mustahkamlanishi lozim.

Takliflar (Recommendations)

1. Milliy media diplomatiya strategiyasini ishlab chiqish:

- Tashqi ishlar vazirligi, OAV va bloggerlar o'rtasida integratsiyalashgan strategiya ishlab chiqilishi lozim. Bu strategiya xorijiy auditoriyani nishonga olgan kontentlar yaratishni nazarda tutishi kerak.

2. Xalqaro OAVda faol ishtirokni kuchaytirish:

- O'zbekistonlik ekspertlar, jurnalistlar va rasmiylar xalqaro ommaviy axborot vositalarida (Al Jazeera, BBC, CGTN, TRT World) muntazam chiqishlar qilishi zarur.

3. Raqamli media diplomatlarini tayyorlash:

- Jurnalistika, xalqaro munosabatlar va axborot texnologiyalari yo‘nalishida o‘qiyotgan talabalar uchun «Media diplomatiya» maxsus kurslari tashkil etilishi kerak.

4. Kontent sifatini oshirish:

- Ingliz, rus, arab, turk, fransuz tillarida O‘zbekiston haqida yuqori sifatli video, maqola va infografik materiallar tayyorlashni moliyalashtirish lozim.

5. Nodavlat media institutlarini qo‘llab-quvvatlash:

- Bloggerlar, nodavlat media va fuqarolik jamiyati institutlari orqali xalq diplomatiyasi faoliyatini media orqali kuchaytirish zarur.

6. O‘zbekistonning xalqaro media reytinglarida ishtirokini oshirish:

- Global Media Index, Press Freedom Index kabi reytinglarda ishtirokni kuchaytirish, shaffoflik va axborotga ochiqlikni ta’minlash lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
2. Snow, N., & Taylor, P. M. (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Routledge.
3. Gilboa, E. (2008). “Searching for a Theory of Public Diplomacy.” *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77.
4. Melissen, J. (Ed.). (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan.
5. Entman, R. M. (1993). “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.” *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
6. McCombs, M., & Shaw, D. (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media.” *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
7. Hjarvard, S. (2008). “The Mediatization of Society.” *Nordicom Review*, 29(2), 105–134.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyev nutqlari va bayonotlari (2020–2024). www.president.uz
9. “Dunyo” axborot agentligi: www.dunyo.info
10. “UzReport” TV va UzReport News Portal: www.uzreport.news
11. O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi (TIV) rasmiy veb-sayti: www.mfa.uz
12. Cull, N. J. (2009). “Public Diplomacy: Lessons from the Past”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31-51.
13. Nordenstreng, K., & Varis, T. (1974). *Television and the World: A Comparative Analysis of the Role of Television in International Communication*. UNESCO.
14. Hampton, M. P. (2010). *The Globalization of Media and Communications: Analyzing the Trends and Implications for Global Media Diplomacy*. Routledge.