



System and typology of materials dedicated to coverage of international tourism in the national press

Gulrukh NEMATOVA ¹

Alfraganus University

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 2023

Received in revised form

10 December 2023

Accepted 25 January 2024

Available online

25 March 2024

Keywords:

advertising,

national mass media,

print,

platform,

administration,

California Travel and

Tourism Commission (CTTC),

media company,

travel,

technology.

ABSTRACT

This article describes the analysis of journalistic, analytical, and critical articles on international tourism from the pages of our national press.

2181-3663/© 2024 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-3701-vol2-iss1-pp143-147>

This is an open-access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Milliy matbuotda xalqaro turizmni yoritishga bag'ishlangan materiallar tizimi va tipologiyasi

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

reklama,

milliy OAV,

platforma,

milliy matbuot,

ma'muriyat,

Kaliforniya Sayohat va

Turizm Komissiyasi (CTTC),

media kompaniya,

sayohat,

texnologiya.

Ushbu maqolada xalqaro turizmga oid milliy matbuotimiz sahifalaridan joy olgan jurnalistik, publitsistik, tahliliy va tanqidiy maqolalar tahlili bayon etilgan.

¹ Teacher, Department of Oriental Philology, Alfraganus University. E-mail: gulruh.nematova@mail.ru

Система и типология материалов, посвященных освещению международного туризма в отечественной прессе

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

реклама,
национальные СМИ,
платформа,
Национальная пресса,
администрация,
Калифорнийская
комиссия по
путешествиям и туризму
(СТТС),
медиакомпания,
путешествия,
технологии

В данной статье описан анализ публицистических, аналитических и критических статей о международном туризме со страниц нашей национальной прессы.

Kirish. Milliy matbuot tizimi jamoatchilik muhokamasi uchun sharoit yaratadi. Milliy jurnalistika tizimi odamlarga mahalliy va xalqaro miqyosda turli masalalar bo'yicha o'z fikrlarini bildirish imkonini beradi. Bu axborot va g'oyalarning erkin oqimini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. "To'rtinchi hokimiyat: yangiliklarga ichki qarash" kitobi mualliflari Bill Kovach va Tom Rosenstiel bu haqida shunday yozadi: "Milliy ommaviy axborot vositalari yangiliklar va voqealar haqida xabar berish orqali jamoatchilik fikrini shakllantiradi va ko'p hollarda mukammal rivojlanish strategiyasining asosini tashkil etadi. Buning sababi shundaki, ommaviy axborot vositalari odamlar qanday ma'lumotlarga duchor bo'lishini aniqlashda muhim rol o'ynaydi".

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Milliy matbuotning mamlakatlar hayotidagi ahamiyati bo'yicha ko'plab kitoblar mualliflari Uilyam Bennett va Stefan Livingston ommaviy axborot vositalarining tarixi, funksiyalari va ta'sirini muhokama qilib, zamonaviy medianing umumiy ko'rinishini taqdim etadilar. Shuningdek, XXI asrda axborot bilan ishlovchi korxonalar oldida turgan muammolar, masalan, ijtimoiy tarmoqlarning kuchayishi va matbuotga ishonchning pasayishi kabi masalalarni muhokama qilib, jarayonda milliy matbuot tizimlarining ahamiyati juda muhim ekanligini qayd etadilar.

Rodni Benson va Devid K. Elmer olib borgan tadqiqotlarning natijalariga ko'ra: "Ba'zi odamlar jamoatchilikni axborot bilan ta'minlash va milliy birlikni targ'ib qilish uchun zarur deb hisoblasa, boshqalari so'z erkinligi va demokratiyaga tahdid, deb ta'kidlaydilar. Ikkala holatda ham davlatning matbuot tizimida davlat nashrlarining ahamiyati sezilarli bo'ladi". Masalan, Kaliforniya Sayohat va Turizm Komissiyasi (CTTC) 2019-yilda shtatda turizmni rivojlantirish uchun milliy ommaviy axborot vositalarida 100 million dollarlik reklama kampaniyasini boshladi. "Kaliforniya, katta orzular" deb nomlangan kampaniyada Kaliforniyaning Oltin darvoza ko'prigi, Yosemite milliy bog'i va Disneylend kabi diqqatga sazovor joylari tasvirlari namoyish etildi.

2021-yilda Florida shtatida turizmni targ'ib qilish maqsadida milliy ommaviy axborot vositalarida "Keling, o'zingiz ko'ring" kampaniyasi ish boshladi. Kampaniya Floridaga tashrif buyurgan taniqli shaxslar va ta'sir o'tkazuvchilarning guvohliklarini taqdim etdi. Florida iqtisodiy imkoniyatlar departamenti (DEO) 2021-yilda shtatda

turizmni rivojlantirish uchun milliy ommaviy axborot vositalarida 50 million dollarlik reklama kampaniyasini boshladi. “Keling, o‘zingiz ko‘ring” deb nomlangan kampaniya Floridaga tashrif buyurgan Shaquille O’Nil, Lindsey Vonn va Ty Burrell kabi taniqli shaxslar va ta’sirchanlarning guvohliklarini taqdim etdi.

Milliy jurnalistika tizimi odamlarga mahalliy va xalqaro miqyosda turli masalalar bo‘yicha o‘z fikrlarini bildirish imkonini beradi. Bu axborot va g‘oyalarning erkin oqimini ta’minlashda muhim ahamiyatga ega. U hukumatni javobgarlikka tortadi. Masalan, 2017-yilda Yaponiya hukumati hukumatga ma’lumotlarni “maxfiy” deb tasniflash va maxfiy ma’lumotlarni oshkor qilganlarni jazolash imkonini beruvchi munozarali qonunni qabul qildi. Shinbun Kyokai (Yaponiya gazeta noshirlari va muharrirlari assotsiatsiyasi) bu qonunni qattiq tanqid qilib, u jamoatchilik muhokamasiga tashladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Jay Rosen tizimlashtirilgan matbuot haqida quyidagicha fikr bildiradi: “Milliy matbuot tizimi hukumat harakatlarini sinchiklab tekshirib, ularni javobgarlikka tortish orqali kuzatuvchi rolini o‘ynashi mumkin. Bu davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining shaffofligi va xalq oldida hisobdorligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi”. Umuman olganda, milliy matbuot tizimlarining iqtisodiy daromad keltirishi uning siyosiy va ijtimoiy foydalari oldida arzimastir. Bu demokratiya va fuqarolik faolligini targ‘ib qiladi. Milliy matbuot tizimi odamlarga o‘z fikrlarini bildirish, siyosiy jarayonda ishtirok etish uchun platforma yaratish orqali demokratiya va fuqarolik faolligini oshirishga yordam berishi mumkin. Bu barcha fuqarolarning ovozini eshitishda muhim ahamiyatga ega. Masalan, 2023-yil O‘zbekistonda bo‘lib o‘tgan referendum arafasida respublika bo‘ylab “Konstitutsiya — o‘zimizniki” shiori ostida targ‘ibot tadbirlari, konsert dasturlari o‘tkazilib, bunda mahalliy OAV faol qatnashdi. Bu tom ma’noda aholining barcha qatlamlari fikrini aks ettirdi.

Milliy matbuot tizimining ahamiyatiga ta’sir ko‘rsatadigan ba’zi omillar ham mavjud bo‘lib, ularni inkor etib bo‘lmaydi. Daniel K. Hallin va Paolo Mancini tomonidan taqdim etilgan “Yangiliklar mediasi va milliy boshqaruv tizimlari” nomli kitobda 11 davlat, jumladan AQSh, Buyuk Britaniya, Germaniya, Italiya va Yaponiyaning milliy matbuot tizimi solishtiriladi. Ularning ta’kidlashicha, har bir davlatning matbuot tizimi uning siyosiy, iqtisodiy va madaniy tarixi bilan shakllanadi.

Tahlil va natijalar. Turli mamlakatlarda matbuot erkinligi darajasi har xil. Ba’zi mamlakatlarda matbuot juda cheklangan, jurnalistlar senzura, qo‘rqitish va hatto nozik mavzularda xabar berganliklari uchun qamoqqa tashlanishi mumkin. Boshqa mamlakatlarda matbuot nisbatan erkin bo‘lib, jurnalistlar oqibatlaridan qo‘rqmay, keng ko‘lamli mavzularda xabar bera oladi. Milliy matbuot tizimining o‘z vazifasini samarali bajara olishi uchun matbuot erkinligi darajasi muhim ahamiyatga ega.

Kuchli demokratiya an’analari va so‘z erkinligi mavjud mamlakatlarda matbuot o‘zining hukumat va aholi o‘rtasidagi ko‘prik vazifasini to‘laqonli bajara oladi. Xususan turizm va matbuot erkinligi to‘g‘risida ilmiy tadqiqotlar olib borgan mashhur olimlar Devid Uiver va Lars Uilnatning “Tourism and Press Freedom: A Global Perspective” kitobida “Turizm industriyasining rivojlanish darajasi mamlakat siyosiy tizimi hamda medianing jamiyatdagi o‘rni kabi qator omillarga bog‘liq holda o‘z ta’sirini ko‘rsatadi”, - deydi mualliflar.

An’anaviy ommaviy axborot vositalari daromadlarini yo‘qotgani sababli, ular yangiliklar yig‘ish va hisobot berish xodimlarini qisqartirishga majbur bo‘lishmoqda. Bu xabarlar sifatining pasayishiga olib keldi, chunki jurnalistlar kamroq manbalar bilan

ko'proq hikoyalar tayyorlash uchun bosim ostida ishlashlariga to'g'ri keladi. Masalan, "Chegara bilmas muxbirlar" (RSF) tashkiloti dunyo bo'ylab matbuot erkinligi holatiga oid yillik hisobotini e'lon qiladi. 2022-yilgi hisobotda matbuot erkinligi darajasi ketma-ket uchinchi yil pasayganini aniqladi. Bu reyting umumiy ma'noda aniq manzarani ifodalab bera olmasa-da, ko'plab sayyohlar aynan matbuot tizimlari erkin mamlakatlarga sayohat qilishni ko'proq ma'qul ko'rishadi.

Matbuotdagi xilma-xillik mamlakatdagi siyosiy va ijtimoiy turli xil qarashlarning mavjudligini anglatadi. "Medianing keng qamrovliligi bir qator sabablarga ko'ra muhimdir. Birinchidan, bu jamoatchilikning muhim masalalar bo'yicha turli xil nuqtayi nazarlarga ega bo'lishini ta'minlashga yordam beradi deydi Ketlin Xoll Jeymison va Jozef N. Kapella o'zlarining "The Media and Diversity: Framing, Priming, and Pluralism" kitobida.

O'zbekistonda ham milliy jurnalistika tizimi onlayn nashrlar (kun.uz, daryo.uz, gazeta.uz, xabar.uz), 10 mingdan ortiq adadda nashr etiladigan "Yangi O'zbekiston", "Milliy tiklanish", "Erk" kabi gazetalar, "O'zbekiston ovozi", "Karavan" kabi jurnallar mamlakatimizdagi xilma-xillikni ta'minlamogda.

Milliy matbuot tizimida turfa xillikning bo'lishi feyk axborot tarqalishining oldini olishga yordam beradi. Ommaviy axborot vositalarida faqat bir yoki ikkita ovoz mavjud bo'lsa, bu ovozlari e'tirozlarsiz noto'g'ri ma'lumotlarni tarqatishlari osonroq bo'ladi. Shuningdek, turli xil matbuot tizimi ommaviy axborot vositalariga ishonchni mustahkamlashga yordam beradi. Odamlar ommaviy axborot vositalari turli nuqtai nazarlarni ifodalashga tayyorligini ko'rganlarida, ular OAVning to'g'ri va adolatli ekanligiga ko'proq ishonishadi. Misol uchun, "Pew Research Center" tomonidan 2021-yilgi tadqiqot shuni ko'rsatdiki, ommaviy axborot vositalari odatda adolatli va to'g'ri deb hisoblaydigan odamlar ko'proq yangiliklar OAVga dolzarb voqealar haqida aniq ma'lumot berishga ishonishlarini aytishadi.

2022-yil Qatarda o'tkazilgan Jahon chempionatiga "Iwash" blogerlari mustaqil jurnalistlar sifatida O'zbekiston turizmini targ'ib qilish maqsadida yo'l oldi. Bu Turizm va sportni rivojlantirish vazirligi tashabbusi asosida sodir bo'lganini ham alohida e'tirof etish mumkin. Qatarga yo'l olgan media jamoasi ijtimoiy tarmoqlar orqali kunlik hikoyalarini bo'lishib bordi.

Maykl K. Mak va Devid S. Koen o'zlarining "The Digital Media Ecosystem: Audiences, Business Models, and Content" tadqiqot kitobida "So'nggi yillarda Internet va ijtimoiy media kabi yangi texnologiyalarning rivojlanishi tufayli ommaviy axborot vositalarining ta'sir doirasi keskin oshdi", - deb fikr bildiradi. Ushbu texnologiyalar ommaviy axborot vositalariga o'z xabarlarini bilan global auditoriyani qamrab olish imkonini berdi. Milliy matbuot tizimi o'zining demokratik vazifasini bajarishi uchun keng ommani qamrab olishi kerak. Shu sababli ham hukumatning xalq oldidagi mas'uliyatini oshirishda ommaviy axborot vositalari muhim o'rin tutadi. U buni hukumat faoliyati haqida hisobot berish va jamoatchilik muhokamasi uchun forum yaratish orqali amalga oshiradi.

Milliy matbuot tizimining samarali ishlashi uchun ommaviy axborot vositalarining keng qamrovli bo'lishi zarur. Milliy matbuot tizimida xususiy va nodavlat ommaviy axborot vositalarining o'rni va ahamiyatiga aniq misollar Robin Mansel va Nisrin El-Khurining "Non-Governmental Media and Global Communication" kitobida keltiriladi.

Xulosa va takliflar. Turizm va matbuot erkinligi to'g'risida ilmiy tadqiqotlar olib borgan mashhur olimlar Devid Uiver va Lars Uilnatning "Tourism and Press Freedom: A Global Perspective" kitobida "Turizm industriyasining rivojlanish darajasi mamlakat

siyosiy tizimi hamda medianing jamiyatdagi o'ri kabi qator omillarga bog'liq holda o'z ta'sirini ko'rsatadi", deydi mualliflar .

Milliy ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlik qilish orqali davlat turizm agentliklari keng auditoriyani qamrab olishi, jamoatchilik fikrini shakllantirishi, qimmatli ma'lumotlarni taqdim etishi va turizm sanoati haqida xabardorligini oshirishi mumkin. Milliy ommaviy axborot vositalaridan tashqari, davlat turizm agentliklari turizmni rivojlantirish uchun ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama va jamoatchilik bilan aloqalar kabi boshqa kanallardan ham foydalanishadi. Kanallarning eng yaxshi aralashmasi turizm agentligining aniq maqsadlariga va maqsadli auditoriyaga qarab o'zgaradi. Milliy matbuot nashrlari bu turizmning eng muhim targ'ibotchisidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Richards, Greg and Raymond, C. "Creative Tourism." ATLAS News 23. 2000. 16-b.
2. Higham, J., & Lück, M. Media Coverage of Ecotourism in Australia: A Content Analysis. Journal of Sustainable Tourism, 11(4), 2003. 325-b.
3. "Educational Tourism." World Tourism Organization. Accessed August 28th, 2023. <https://www.unwto.org/our-work/education-and-training/educational-tourism>.
4. Rahman, M. A., & Hossain, M. A. The Role of Media in the Expansion of Educational Tourism. Journal of Tourism Research & Hospitality, 6(4), (2017). 3-b.
5. Ivanov, B., Dillingham, L. L., Parker, K. A., Rains, S. A., Burchett, M., & Geegan, S. Sustainable attitudes: Protecting tourism with inoculation messages. Annals of Tourism Research, 73, 2018. 26-34-b.
6. "Cultural Tourism." European Travel Commission. Accessed August 28th, 2023. <https://etc-corporate.org/cultural-tourism/>
7. "Cultural Routes." Council of Europe. Accessed August 28th, 2023. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/home>
8. Becker, D., & Egger, R. (2019). Pro-Poor Tourism: A Critical Analysis. Journal of Sustainable Tourism, 27(7), 745-b.