



**Беруний АЛИМОВ**  
исследователь  
Национальный университет Узбекистана  
им. М. Улугбека  
[b\\_alimov@mail.ru](mailto:b_alimov@mail.ru)

### РОЛЬ ИМИДЖА СТРАНЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Мақолада Ўзбекистон Республикасининг жаҳон медиа маконидаги имижини янада оширишда, чет элларда давлатимиз ҳақида ижобий тасаввурларни шакллантириш, турли давлатлар билан самимий ва ўзаро хурматга асосланган дўстлик алоқаларини ўрнатишда миллий журналистиканинг ўрни, мамлакатнинг халқаро медиа имижини ривожлантириш мақсадида давлат ташкилотларининг мамлакатдаги оммавий ахборот воситаларига таъсири масаласи кўриб чиқилган.

В статье рассматриваются вопросы повышения имиджа Республики Узбекистан в мировом медиапространстве, формирования позитивных взглядов, места национальной журналистики в установлении дружественных отношений, основанных на взаимном уважении, влияния государственных организаций страны на средства массовой информации в целях повышения международного медиаимиджа государства.

The article deals with improving the image of the Republic of Uzbekistan in the global media space, the formation of positive attitudes, the place of the national journalism in establishing friendly relations based on mutual respect, the impact of state organizations to the national media in order to enhance the country's international media image.

**Калит сўзлар:** имиж, медиамакон, ахборот макони, ахборот хавфсизлиги, ОАВ, миллий журналистика, ахборот агентлиги.

**Ключевые слова:** имиж, медиапространство, информационное пространство, информационная безопасность, СМИ, национальная журналистика, информационное агентство.

**Key word:** image, media space, information space, information security, mass media, national journalism, information agency.

Бытует мнение, что имидж страны в международном медиапространстве определяют зарубежные средства массовой информации. Но это неправильное, ошибочное мнение. В большинстве случаев использование

национальной журналистики отходит как бы на второй план. По этому поводу у комментатора телерадиокомпании Цзоу Цзюньчже народного правительства Шенси в Китае такое мнение: «Сотрудники национальных средств массовой информации являются лицом страны и нации. Я горжусь тем, что являюсь китайским корреспондентом» (из личной беседы с комментатором китайского телевидения Цзоу Цзюньчже 01.04.2016 г.).

Приобретение независимости нашей республикой пришлось на период развития процессов глобализации в мире. Данный процесс в корне изменил те системы, которые считались незыблемыми. Даже развитые страны пришли в замешательство от этих процессов обновления. А перед молодыми независимыми государствами стояли вопросы решения проблем значительно больших.

В период перехода от одной системы к другой формирование демократического Узбекистана не было легким. В таких условиях формирование положительного имиджа страны происходило очень сложно. Потому что реформы, связанные со сложной рыночной экономикой, изменением формы собственности, процессами приватизации, осуществлялись с трудом. Теперь, когда внутренние социально-экономические условия в стране улучшились, еще большую актуальность приобретают вопросы имиджа Узбекистана. Процесс формирования государственности независимой республики происходил в гармонии с развитием сотрудничества с различными иностранными государствами, а также расширением связей, охватывающих различные отрасли. Вместе с развитием механизма совместного сотрудничества с зарубежными странами формировался и имидж Узбекистана. Со временем он стал развиваться в соответствии с внешней средой.

Время поставило на повестку дня вопросы реформирования внутренней информационной среды страны, превращения ее в неотъемлемую часть мировой информационной среды. Таким образом предполагается поднять на новый качественный уровень участие национальной журналистики и национальных СМИ в формировании внешнего имиджа государства. Надо подчеркнуть, что и при осуществлении данных реформ был использован принцип поэтапного осуществления реформ, который разработан Президентом Узбекистана. На основе демократических ценностей, в том числе децентрализации, отчуждения от государственной собственности, ликвидации практики цензуры прессы, которая осталась в наследство от советского периода, подготовки высококвалифицированных и отвечающих современным требованиям специалистов, а также вооружения всех систем отрасли самыми

современными технологиями, стали одним из приоритетных направлений государственной политики.

Эти новшества привели к коренному обновлению системы национальных СМИ, формированию информационной среды в стране и превращению ее в неотъемлемую часть мирового информационного пространства. Обращая внимание на то, что отечественной журналистике необходимо занять прочные позиции в международной медиасреде, Первый Президент Ислам Каримов подчеркнул: «Когда мы ставим перед собой огромную и благородную задачу по вхождению в ряд развитых демократических государств мира, основным условием и залогом достижения этой высокой цели видим всестороннюю способность нашей страны противостоять процессам жесткой конкуренции на мировой арене. Поэтому занятие нашей национальной журналистикой прочного места в международной медиасреде является основной актуальной задачей» (Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. <http://uza.uz/oz/politics/matbuot-va-ommaviy-akhborot-vositolari-khodimlariga-26-06-2015>). Как подчеркивал руководитель страны, чтобы противостоять жестокой конкуренции в мировой среде необходимо поэтапное осуществление комплекса мер по отрасли. С осуществлением таких реформ, как разработка единой политико-идеологической политики системы СМИ действующих в национальной медиасреде, определение тенденции и способности информационного фактора для обеспечения национальной безопасности, повышение материально-технического потенциала СМИ до уровня мировых стандартов, создание новых методов, направленных на повышение роли национальных СМИ в повышении имиджа страны, объединение сил, ведущих борьбу с недобросовестной информацией, наносящей ущерб имиджу нашей страны зарубежом, ускоряется превращение национальной журналистики в средство борьбы за внутренний и внешний имидж. В таких условиях важное значение приобретает разработка научно обоснованных предложений и рекомендаций по еще большей активизации борьбы против неправильного толкования и фальсификации имиджа республики, а также создание стратегии развития имиджа страны. Расширение объема позитивных материалов и в национальных, и в зарубежных средствах массовой информации, повышающих имидж Узбекистана, является важной задачей.

Ф.А. Муминов подчеркнул, что «в формировании характера национальной информационной среды важной значение имеет государственная политика. Основной задачей государственной программы в данной отрасли является организация внутреннего и внешнего обмена информацией, подготовка программистов и других

высококвалифицированных специалистов в сфере информационных технологий, их умелое использование» (2, 18–19).

Необходимо поднять на новый качественный уровень национальные СМИ. Это особенно важно для телевидения. Безусловно, нужно подчеркнуть новшества в содержании и смысле национальных телепередач. Вместе с этим нельзя закрывать глаза на то, что большую часть эфирного времени занимают зарубежные сериалы, телешоу и дискуссии. Хотим мы этого или нет, но для завоевания умов нашей молодежи, отвлечения их внимания от зарубежных телеканалов наши национальные телепередачи должны коренным образом измениться и укрепить свою конкурентоспособность, как этого требует время.

Широкое внедрение зарубежного опыта в сфере использования национальных СМИ в интересах государства имеет свои плюсы. В условиях глобализации высокий уровень положительного имиджа государства еще выполняет и функцию обеспечения граждан страны информацией и их воспитания. Имидж страны свидетельствует о ее экономической мощи, силе, богатстве, уровне развития культуры. Имидж является символом престижа, авторитета страны перед глазами зарубежной общественности, успеха ее международной политики.

Второй вопрос является органическим продолжением первого. То есть это вопрос принятия материалов нашей национальной печати, национальных журналистов зарубежной аудиторией. Как известно, расширяются возможности и механизмы доведения до международной информационной среды внутренней информации. Деятельность периодических печатных изданий, телерадиоканалов, информационных агентств, в том числе Национального информационного агентства Узбекистана – УЗА и информационного агентства «Жахон» в данном направлении имеет большое значение. Ими осуществляется ряд мер по большому развитию данной сферы. Так, такие традиционные жанры, как новости, информация, репортаж, статья, а также фото- и видеосюжеты, передаваемые этими информационными агентствами в страны всего мира, совершенствуются поэтапно. Как показывают наблюдения, нижеприведенные темы могут открыть новые возможности для нашей национальной журналистики в деле определения своего места в мировой информационной среде:

- внутренние проблемы (демократизация общества, либерализация экономики, торговля людьми, экология, проблемы Аральского моря и другие);
- внешние проблемы (международный терроризм, события в Таджикистане, Афганистане, Оше, мировой финансовый кризис и другие).

Сегодня одной из основных задач является формирование в зарубежных странах положительных представлений об Узбекистане, установление с

различными странами дружественных отношений, основанных на взаимоуважении. Разъяснение сути внутренней политики государства в зарубежных странах, последовательное проведение мер, способствующих росту имиджа страны, доведение до мировой общественности правдивой информации – должны стать неотъемлемой частью мероприятий в данной сфере. Необходимо подчеркнуть, что вопрос оказания воздействия на мнение зарубежной общественности путем большего развития каналов передачи информации из Узбекистана в зарубежные страны (спутники, Интернет) все еще остается актуальным.

В основе стратегического планирования действий по формированию имиджа государства лежат два важных вопроса: во-первых, трудность точной и конкретной демонстрации реальных результатов, эффективность проводимых работ и их оценки. Потому что международный имидж того или иного государства является относительно широким понятием. Во-вторых, вопрос замены традиционной государственной агитации, которая теряет свою эффективность, на новые методы, основанные на двухстороннем диалоге, в том числе механизм “soft power” (soft power – в отличие от насильственной политической власти, форма политической власти, основанная на достижении любого результата путем добровольного участия). Для того чтобы правильно воспользоваться этими новыми приемами, необходимы специалисты, имеющие международную квалификацию и многолетний опыт (Данаева З. Имидж страны. Страновой брендинг. – электронное издание//www.zakon.kz).

В развитии имиджа страны отдельное место и значение имеет и деятельность местных экспертов. Потому что их сфера влияния на внешнюю информационную среду является относительно солидной. Поэтому при оценке деятельности независимых экспертов и исследовательских центров, действующих в стране, в первую очередь необходимо обратить внимание на качество и количество их статей, опубликованных в зарубежных СМИ. К сожалению, работы в данном направлении не ведутся системно. Вообще для поощрения плодотворно работающих узбекских экспертов их можно было бы отправить на краткосрочные курсы повышения квалификации в развитые страны, через информационное агентство «Жахон» или в рамках обмена специалистами. По нашему мнению, было бы целесообразным создание крупного медиа-холдинга на базе Национального агентства Узбекистана – УзА за счет государственного и частного капитала. В его состав войдут: телевидение, международное радио «Голос Узбекистана», правительственные газеты «Халқ сўзи – Народное слово», «Правда Востока», а также еженедельник “Uzbekistan today”, журнал “Uzbekistan”, иноязычные Интернет порталы и другие. Каждый из них должен выйти на ведущие позиции в

мировом медиапространстве для обеспечения имиджа Узбекистана. Кроме этого, необходимо создать спутниковый телеканал, вещающий на нескольких иностранных языках, отдельный национальный цифровой новостной Интернет портал, тесно сотрудничающий с национальными и зарубежными СМИ, информационное агентство «Туркистон-пресс» превратить в специальный центр по технологическому приспособлению к новым условиям, ускорению процессов конвергенции печатных СМИ республики. При помощи данного центра можно будет выпускать on-line и mobile версии газет и журналов. В результате у печатных средств массовой информации республики появится возможность активного участия в контрпропагандистской деятельности.

Анализ воздействия государственных органов на средства массовой информации страны с целью развития международного медиаимиджа Узбекистана дает возможность выдвинуть следующие предложения:

- имидж страны в национальных СМИ должен основываться на реальных условиях, адекватно отражать социально-экономические, политические, историко-культурные компоненты, а его формирование должно быть процессом, осуществляемым по конкретному плану. Одноразовые PR кампании не дадут ожидаемого результата;

- возникает необходимость упорядочивания информации об Узбекистане, не нарушая свободы слова, усовершенствования законодательной базы о системе сотрудничества между предоставляющими информацию и распространителями информации, а также ее контролирующими;

- необходимо искать пути достижения доминантности национальных СМИ не только во внутренней, но и во внешней медиасреде. Для этого нужно оживить работу нашей журналистики по обеспечению высококвалифицированными кадрами;

- встречаются случаи, когда наша национальная журналистика, т.е. телеканалы и газеты, наносят ущерб имиджу Узбекистана за рубежом. Для предотвращения этого их необходимо объединять в рамках единых информационно-идеологических правил;

- основываясь на Конституции Республики Узбекистан и национальном законодательстве, необходимо определить доминирующие планы работ по воздействию на мнение населения иностранных государств. Для осуществления такой задачи у национальных СМИ должна быть определенная четкая гражданская позиция;

- для укрепления позитивного имиджа Узбекистана предлагается в несколько раз повысить активность электронных СМИ, в том числе Интернета страны;

– в основе двусторонних и многосторонних соглашений (в том числе в рамках СНГ, ШОС, ЕС) необходимо расширить место и охват СМИ Узбекистана в информационной среде зарубежных стран;

– на основе национальных и международных правовых норм необходимо положить конец деятельности иностранных информационных субъектов, которые могут нанести вред имиджу нашей страны в информационной среде Узбекистана;

– с целью широкого и эффективного распространения положительных материалов о жизни нашей республики использовать системы СМИ третьих стран;

– осуществление постоянного мониторинга положения, связанного с имиджем страны в международной медиасреде, и своевременное внесение изменений и поправок в имеющуюся информационную политику.

### ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Каримов И. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. <http://uza.uz/oz/politics/matbuot-va-ommaviy-akhborot-vositalari-khodimlariga-26-06-2015>.
2. Мўминов Ф. Ахборот хавфсизлиги ва ижтимоий тараққиёт// Ўзбекистон матбуоти, 2007 й. 5-сон, 18-19 б.
3. Данаева З. Имидж страны. Страновой брендинг. – электронное издание//[www.zakon.kz](http://www.zakon.kz)