

УЎК (УДК, UDC): 002,4,002 (И), 002 (Ўз)
DOI: 10.36078/ 1570169648

ЎЗБЕКИСТОНДАГИ ЕТАКЧИ АХБОРОТ АГЕНТЛИКЛАРИ МАТЕРИЛЛАРИ ТАҲЛИЛИ



Беруний Султонович АЛИМОВ

PhD, доцент

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети

Тошкент, Ўзбекистон

beruniyalimov@gmail.com, beruniyalimov.uz

Аннотация

Мамлакат имижини ривожлантириш жараёнида ахборот агентликлари муҳим аҳамият касб этади. Чунки улар аудитория қамрови ва тарқатилаётган контентнинг салмоғи, кўтарилаётган мавзуларнинг жиддийлиги билан бошқа миллий ОАВ платформаларидан фарқ қилади. Уларни, образли қилиб айтганда, “асосий ахборот фабрикалари” деб аташ мумкин.

Ушбу мақолада Ўзбекистондаги етакчи ахборот агентликлари материаллари мамлакат имижига таъсири нуқтаи назаридан таҳлил қилинади.

Калит сўзлар: имиж; мамлакат; ахборот агентлиги; интернет; медиамакон; материаллар; хорижий тиллар; когнитивлик аспекти.

АНАЛИЗ МАТЕРИАЛОВ ВЕДУЩИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ УЗБЕКИСТАНА

Беруний Султонович АЛИМОВ

PhD, доцент

Узбекский государственный университет

мировых языков

Ташкент, Узбекистан

beruniyalimov@gmail.com, beruniyalimov.uz

Аннотация

Информационные агентства играют ключевую роль в развитии имиджа страны, потому что они отличаются от других национальных медийных платформ охватом аудитории, контентом распространяемого материала и серьезностью поднятых вопросов. Их можно назвать «основными информационными фабриками». В данной статье анализируются материалы ведущих информационных агентств Узбекистана с точки зрения их влияния на имидж страны.

Ключевые слова: имидж; страна; информационное агентство; интернет; медиaprостранство; материалы; иностранные языки; когнитивный аспект.

ANALYSIS OF MATERIALS FROM LEADING NEWS AGENCIES OF UZBEKISTAN

Beruniy Sultonovich ALIMOV

PhD, docent

Uzbekistan State World Languages University

Tashkent, Uzbekistan

beruniyalimov@gmail.com, beruniyalimov.uz

Abstract

Information agencies play a key role in the development of the country's image. Because they differ from other national media platforms, audience coverage, content of distributed content and the seriousness of the issues raised. They can be called «main information factories». This article analyzes the materials of the leading news agencies of Uzbekistan in terms of their influence on the image of the country.

Keywords: image; country; news agency; Internet; media space; materials; foreign languages; cognitive aspect.

Филология фанлари доктори Х. Дўстмухамедов қайт этганидек, “уч асрким, анъанавий босма матбуот нашрлари, қарийб бир асрким, радио ва телевидениедек имкониятлари бепоён ва қамровли ОАВнинг ҳар бири шу борада тинимсиз кураш олиб бормоқда, яъни мумкин қадар кўпроқ, кўпроқ ва янада кўпроқ муштарийни ўзи томон оғдириш йўллариини изламоқда (теграсида жипслаштиришга ҳаракат қилмоқда) ва ХХІ асрга келиб ниҳоят бутун қурраи замин аҳолисини бирлаштиришга қодир қудратли восита – ахборот эканлиги аён бўлди” (2, 39). Шу маънода ўзбек олими ҳозирги кишилиқ цивилизациясида ахборотнинг нақадар муҳим ўрин тутиши, унинг қуч-қудратига алоҳида эътибор қаратади.

Айни пайтда, жамиятнинг ахборотлашуви жадаллашиб, глобаллашув таъсирининг кенгая бориши шароитида халқаро алоқалар ривожланишининг дихотомик жиҳатида, яъни, бир-бирига боғлиқ бўлмаган икки томонига эътибор қаратиш зарурати туғилмоқда (6). Бир томондан, халқаро сиёсат субъектларининг умумий қадриятлар, халқаро қонун-қоидалар ва принципларни қабул қилиши қучаймоқда. Иккинчи томондан эса ана шу субъектлар ўртасида ўзлигини, миллий қадриятларини ва маданиятини сақлаб қолиш учун кураш кетмоқда. Ўзаро босим ўтказиш билан боғлиқ ушбу курашда давлатлар барча имкониятларни, хусусан, ОАВ, нодавлат ташкилотлар, тармоқ ташкилотлари, трансмиллий ҳаракатлар, интернет, СМС ва ХХІ асрнинг бошқа “гаджет”ларини сафарбар этмоқдалар.

Энг муҳими, аудитория онгига ахборот орқали таъсир этишга жиддий эътиборга қаратилмоқда. Шу маънода медиаимижнинг когнитивлик аспекти кўзга кўринади.

2016 йилнинг 1 январида Ўзбекистондаги оммавий ахборот воситаларининг умумий сони 1437тага етди. ОАВ тури сифатида рўйхатдан ўтган 332та веб-сайт ҳам фаолият олиб борган бўлса (8), 2019 йилнинг 1 июнига келиб ушбу кўрсаткичлар динамик тарзда ўзгарганлигини кузатиш мумкин. Яъни умумий ОАВ сони 1726, шулардан 533таси янгича ахборот сайтларидан иборат бўлди. Ахборот агентликлари миқдори эса жами 5тани ташкил этмоқда.

Демак, мана шунча оммавий ахборот воситаси томонидан республикаимиз қўлга киритаётган оламшумул ютуқлар тўғрисида бутун жаҳон аҳлига тезкор ахборотлар тарқатишга ҳаракат қилинмоқда. Бу жараёнда оммавий ахборот воситаларимиз замонавий технологиялар, хусусан, интернет ва сунъий йўлдош имкониятларини ишга солмоқдалар.

Мазкур тадқиқотимизда мамлакатимиздаги энг етакчи агентликлар – Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги — ЎЗА ҳамда “Дунё” (“Жаҳон”) агентликлари расмий сайтларида тарқатилаётган материалларнинг мамлакат имижига таъсирини ўрганамиз.

Интернет имкониятларидан самарали фойдаланиш борасида биз ўрганаётган ушбу етакчи ахборот агентликлари, жумладан, Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги — uza.uz фаолияти алоҳида эътиборга молик.

Сўнгги йиллари, таъбир жоиз бўлса, ЎЗА ва “Дунё” ахборот агентлиги каби “хабар ишлаб чиқарувчи асосий фабрикаларимиз” томонидан соҳани ривожлантириш бўйича бир қанча амалий ишлар йўлга қўйилди. Масалан, янгиликлар, хабарлар, репортажлар, мақолалар ва фотолавҳа каби журналистиканинг анъанавий жанрлари бугунги кун талаблари даражасида мукаммаллашиб бормоқда. Шунингдек, уларни хорижий тилларга таржима қилишга ҳам жиддий эътибор қаратилмоқда. Яна бир муҳим жиҳати шундаки, уларни дунё мамлакатларига бевосита узатиш жараёнида янгича технологик кўникмаларга ўрин берилиб, дастлабки натижаларга эришилмоқда ҳам.

Айни пайтда, жаҳон бўйлаб кенг тарқатилаётган ана шу хабар, мақола ва материалларнинг ёзилиш услуби, тили ижодий маҳорат нуқтаи назаридан бугунги халқаро стандартларга, мезонларга, истак ва эҳтиёжларга мос келмоқдами, деган ҳақли савол туғилмоқда. Шу борада қандай ютуқларга эришилди-ю, қандай камчиликлар ўз ечимини кутиб қолмоқда? Мазкур масалаларда хорижлик мутахассислар, қолаверса, оддий мухлислар қандай фикр-мулоҳазалар билдирмоқдалар?

Айни шу маънода миллий ахборот агентликларимизнинг интернетдаги расмий веб-саҳифалари ёрдамида мавжуд ютуқ ва камчиликларни қисман бўлса-да таҳлил қилиб ўтиш мумкин.

Эътироф этиш керак, ЎЗА сайти етакчи хорижий тиллар сонининг кўплиги билан анча илгарилаб кетди. Бу ерда ҳозирги даврда республикамиз ҳаётига доир долзарб хабарлар ўзбек тилидан ташқари рус, инглиз, француз, немис, испан, араб ва хитой, яъни БМТнинг барча расмий тилларида бутун жаҳонга тарқатилмоқда. Айтиш мумкинки, uza.uz саҳифасининг дизайни ҳам замонавий талабларга деярли жавоб беради. Муҳими, фойдаланишга анча қулай. Уни такомиллаштириш бўйича мунтазам бажарилаётган ишлар эътирофга сазовор.

ЎЗАнинг муҳим ютуқлари каторида, сайтнинг оммабоп ижтимоий тармоқлардан бири *Twitter*га бевосита уланганлиги унинг ўқувчилар ичига чуқурроқ кириб бориш имкониятини яратди, дейиш мумкин. Яна бир муҳим қадам – мана бир неча йилдирки, мазкур веб-саҳифанинг мобил версияси ҳам мунтазам фаолият олиб бормоқда. Бу ўринда агентлик уяли алоқа телефонлари ва кичик гаджетларга хабар узатувчи Ўзбекистондаги санокли оммавий ахборот воситаларидан бири эканлигига алоҳида эътибор қаратиш керак.

“Дунё” ахборот агентлигининг сайти (1) рус, инглиз, ўзбек (араб — 2015 йилнинг апрель ойигача) тилларида фаолият юритмоқда. Сайтда Президент, қонунчилик, мультимедиа, пресс-релизлар, сиёсат, иқтисодиёт, жамият, илм-фан, муҳим воқеалар ва саналар, маданият, спорт, сайёҳлик, экология рукнлари мавжуд. Булардан ташқари, ўзбек халқининг буюк адиблари ҳақида алоҳида маълумотлар келтирилган.

Сайт дизайни бир неча бор қайта ишланди, модернизация қилинди. Бу ерда умумий хабарлар оқими ЎЗАга нисбатан камроқ бўлса-да, ўз йўналиши, халқаро муносабатлар мавзусидаги материаллар қамрови жуда кенг. Мақола ва материаллар орасида ёрқин муаллифлик ишлари, айниқса, халқаро сиёсий масалалар кўтарилган шарҳларнинг бериб борилиши муҳим аҳамиятга эга. Бироқ юқоридаги агентликлар сайтларида “навбатчи” мақолалар ҳам йўқ эмас. Шунингдек, айрим хабарларда ҳозиржавоблик (оперативлик) етишмайди.

Дунёда содир бўлаётган муҳим сиёсий янгиланишлар, ўзгаришлар ёки оламшумул воқеаларга нисбатан билдирилган муносабатларни ушбу веб-саҳифада ҳар доим ҳам кузатишнинг имконияти йўқ.

Назарий жиҳатдан маълумки, америкалик олим Г. Лассуэлл 1948 йили ахборот коммуникацион ҳаракатнинг ўзига хос моделини (Lasswell's model)

яратган (10). Унга кўра ҳар қандай ахборот бир-бирига боғлиқ бўлган бешта саволга жавоб бериши керак: ким? нима ҳақида? қандай канал орқали? кимга? қандай самара билан хабар бермоқда? Бироқ, тарқатилаётган хабарларда ҳар доим ҳам журналистика илмининг мана шу каби оддий қонун-қоидаларига амал қилинмаяпти. Эҳтимол, бундай талаблар у даражада шарт эмасдек туюлар, лекин хориж ўқувчиси учун ҳар қандай хабарда биринчи навбатда аниқлик зарур. Мавҳумликка йўл қўйилдими, ўша хабар ё ахборот дарҳол ўз қимматини йўқотади.

Филология фанлари доктори М. Худойқулов матбуотнинг ижтимоий вазибаларини уч таркибий қисмга бўлар экан тасвир, таҳлил ва таъсир омилларини алоҳида аҳамиятга эга, деб ҳисоблайди (9, 31). Дарҳақиқат, ҳар қандай матбуот материалида у ёки бу кўринишда тасвир бўлмай иложи йўқ. Тасвир эса кейинчалик моҳиятан таҳлилга айланади. Кучли, асосли таҳлил матбуот материали ўқишлилигини оширади. Бундай шартларга эришиш учун муаллифдан тажриба, маҳорат, астойдил изланиш ва меҳнат талаб қилинади. Акс ҳолда сўз юритилаётган сайтларда кузатилаётганидек, уларга ташриф буюрувчиларнинг сони, орадан вақт ўтса-да, кўпаймай қолаверади.

Куйидаги ҳисоботга эътибор берайлик. www.uz миллий қидирув тизимидан олинган маълумотга кўра (19.02.2016), uza.uz сайтини кунига ўртача ҳисобда 3500 киши кириб кўради, холос. jahnnews.uz саҳифасининг кундалик мухлислари сони эса ундан ҳам камроқ, яъни, жами 300 кишидан ошмаётганлиги ачинарли ҳолдир.

2019 йил июнь ойида ўтказилган мониторинг натижаси шуни кўрсатадики, ЎзА сайтига бир кунда энг ками 1900 киши ва энг кўпи 27000 муштарий кирган (7).

jahnnews.uz сайтига тегишли энг куйи кўрсаткич — 35 ва энг юқориси — 270тадан ошмайди (5).

Ҳар иккала агентликнинг аудитория қамрови мамлакатдаги оммабоп янгиликлар сайтларига солиштирганда жуда паст эканлигини кўриш мумкин. Масалан, daryo.uz сайтини кунига 470.000, [Газета.uz](http://Gazeta.uz) сайтини 70.000 муштарий кириб ўқимокда.

Энди ушбу агентликлар томонидан тарқатилаётган айрим материаллар таҳлиliga эътибор қаратамиз.

ЎзАнинг инглиз тилидаги сайтида берилаётган мақолаларнинг сарлавҳалари, назаримизда, услубий жиҳатдан жуда ғализ ва улар аксарият ҳолатларда бир-бирини такрорлайди. Масалан, 2019 йил 21 июнь куни бирин-кетин узатилган 2та хабар сарлавҳаси бир-бирига жуда яқин: “Uzbekistan delegation attends international conference in Vienna”, “Uzbekistan

delegation visits Norway”. Энг ачинарлиси, худди шунга ўзшаш сарлавҳа янгиликлар лентаси давомида (17.06.2019 й.) яна учрайди: “Uzbekistan delegation attends the 7th International meeting of the CBRN Centres of Excellence”.

Афсуски, бундай услубий ғализлик хорижлик ўқувчиларни чалғитади ва уларнинг ушбу агентлик янгиликларига нисбатан қизиқишини оширишга хизмат қилмайди.

Агентлик томонидан айнан шу куни, яъни 2019 йил 21 июнда рус тилида тарқатилган мақоланинг сарлавҳаси ҳам замонавий ўқувчини қизиқтира олмаслиги турган гап: “На пути обеспечения качества научных изысканий”. Хабарда Олий аттестация комиссиясида бўлиб ўтган матбуот анжумани ҳақида сўз боради. Матн навбатчи тадбирлар ҳақида қандай ёзилса, шундай ёритилган. Ваҳоланки, соҳага тегишли янгиликларни қизиқарли тарзда бериш мумкин эди. Назаримизда, бу ўринда ЎЗА мухбирининг маҳорати унчалик кўринмаган (7).

2019 йил 22 июнь куни ўзбек тилида узатилган хабарга эса моҳирона сарлавҳа топиб кўйилганлигини эътироф этиш керак: “Ўзбекистонлик бадий гимнастикачилар ҳозирча Осиёда тенгсиз” (7).

Муаллиф бу билан хали яқунланмаган халқаро беллашувда спортчиларимизнинг устунлигини бўрттириб кўрсатишга ҳаракат қилган. “Хабар берганимиздек, шу кунларда Таиланднинг Паттайя шаҳрида бадий гимнастика бўйича Осиё чемпионати қизгин давом этмоқда”, — деб ёзади ЎЗА мухбири. “Эртага якунига етадиган ушбу мусобақада Малайзия, Шри-Ланка, Ҳиндистон, Жанубий Корея, Хитой, Япония, Қозоғистон каби қитъамизнинг 18 давлатидан келган спортчилар ўз маҳоратини синаб кўрмоқда. Шундай қилиб, Ўзбекистон терма жамоаси аъзолари Осиё чемпионатида ҳозирча учта олтин, биттадан кумуш ҳамда бронза медалини қўлга киритган ҳолда норасмий умумжамоа ҳисобида етакчилик қилмоқда. Кейинги ўринларни Хитой, Япония ва Қозоғистон жамоалари банд этишган”.

Умуман олганда, спорт мавзусидаги хабарлар мамлакат имижини, хусусан, унинг когнитив аспектида ёрқин кўринади, яъни “Ўзбекистон — спорт яхши ривожданган мамлакат” деган тасаввурни бойитишга хизмат қилади.

“Дунё” ахборот агентлиги 2019 йил 11 июнь куни инглиз тилида тарқатган “International Investment Forum “Doing business with Namangan” has successfully completed” (“Doing business with Namangan” халқаро инвестиция форуми муваффақиятли яқунланди) сарлавҳали хабарни эълон қилган (1). Унда Наманган вилоятида 7–8 июнь кунлари ўтказилган йирик иқтисодий

мавзудаги анжуман ҳақида сўз юритилади. Қайд этилишича, унда жаҳоннинг 40та мамлакатидан 500 нафар инвестор қатнашган.

Мазкур хабарнинг уч кун кечикиб берилганлигини инобатга олмаганда, бу каби материаллар чет эллик ўқувчи, айниқса, инвесторларни қизиқтириши табиий. Чунки олдин Наманган шаҳрида бу форматдаги йирик сармоя анжуманлари ўтказилмаган.

Сайтнинг рус тилидаги версиясида 2019 йил 19 июнь куни тарқатилган хабар “Группа “Хавас” покоряет сердца жителей Индии” (“Хавас” гуруҳи Ҳиндистон халқи юрагини забт этмоқда”) деб номланади (1). Унда Гужарат штатидаги Ражжот шаҳрида жойлашган Махатма Ганди музейида буюк сиёсатчи туғилганига 150 йил тўлиши муносабати билан концерт дастури ташкил этилгани ва табдирда Ўзбекистондан келган санъаткорлар оилавий гуруҳи 500дан зиёд томошабинлар олдида соф ҳинд тилида ашулалар айтиб, уларни ҳайратда қолдирганлиги ҳақида хабар берилади.

Ҳақиқатан ҳам “Хавас” гуруҳи Ҳиндистон аҳолиси орасида, мамлакат медиамаконида жуда машхур. Улар турли оммабоп телешоулар ва галаконцертларда муваффақиятли иштирок этиб келишади.

Бу каби ахборотлар нафақат маданий соҳадаги алоқаларнинг ривожланиб бораётганлигидан дарак беради. Балки Ҳиндистондаги кенг жамоатчилик онгида “ўзбекистонликларнинг санъат бобида жуда кучли” эканлиги билан боғлиқ тасаввурни мустаҳкамлашга хизмат қилади.

“Чет эл журналистлари “Навоий” ЭИЗ фаолияти билан танишмоқда” сарлавҳали хабар агентлик сайтининг ўзбек тилидаги саҳифасида 2019 йил 20 июнь куни берилган (1).

Унда қайд этилишича, “2019 йилнинг 20 июнь куни “Навоий” эркин иқтисодий зонаси директори Ҳабиб Абдуллаевнинг таклифига биноан хорижий оммавий ахборот воситларининг Ўзбекистонда аккредитациядан ўтган вакиллари Навоий вилоятига келдилар. Сафар чоғида журналистлар иқтисодий зона фаолияти ва унда юз бераётган сўнгги жараёнлар билан танишадилар, ҳудудда фаолият олиб бораётган ташкилотларга ташриф буюрадилар, вилоят ва “Навоий” ЭИЗ раҳбарияти билан учрашадилар”.

Фикримизча, хорижий ОАВ вакилларининг бевосита ишлаб чиқариш, қурилиш ҳудудларига ва алоҳида иқтисодий зоналарга таклиф этилиши яхши самара беради. Чунки чет эллик мухбирлар бундай пресс-турлардан кейин, кўпинча, ўзлари ишлайдиган ОАВ учун махсус репортажлар тайёрлайдилар. Муҳими, улар ўз кўзлари билан кўрган янгиликлар, гувоҳ бўлган воқеа-ҳодисалар ҳақида ёзишга одатланганлар. Бунда, табиийки, объективлик шарти деярли бузилмайди. Ваҳоланки, айрим ҳолатларда хорижлик

мухбирлар ўзлари бориб кўра олмаган, аниқроғи, кўришга расман рухсат берилмаган, лекин кўришни орзу қилган объектлари тўғрисида баъзан уйдирма тўқишдан ҳам ўзларини тиймайдилар.

Шундай қилиб, юқорида мисол тариқасида агентликлар сайтларидан келтирилган хабарларнинг ютуқ ва камчиликлари, уларнинг медиаматериал жиҳатидан сифатлилик даражаси, лисоний ва услубий характеристикаси тўғрисида яна жуда кўп фикр-мулоҳазалар айтиш мумкин. Бироқ мавжуд ахборот агентликлари сайтларининг бугунги аҳволи ҳақида мамлакатимиздаги ва хориждаги оддий ўқувчилар ҳамда мутахассисларнинг фикр-мулоҳазалари шу ўринда ниҳоятда қимматлидир.

Умуман олганда, ушбу мақолада сўз юритилаётган миллий ахборот агентликлари қаторида республика газеталарининг веб-сайтлари ҳам бир мунча фаоллашиб бормоқда. Улар орасида <http://ut.uz/>, www.narodnoeslovo.uz, www.uzbekistonovozi.uz, www.uzhurriyat.uz, www.jamiyatgzt.uz, www.marifat.uz, www.mohiyat.uz каби тармоқлар бор. Аммо кузатишлар шуни кўрсатадики, улар ўз вақтида, мунтазам равишда янгиланмаяпти.

Яна бир муҳим масала. Республикамиз вилоятлари ва туманларида чоп этилаётган ҳудудий газеталар интернет воситасида ўз ўқувчилари сони ва географиясини бир мунча кенгайтиришга эришмоқда. Бу борада “Зарафшон”, “Андижоннома” сингари нашрлар сайтлари илғорлик қилмоқда.

Энг жиддий ва бош муаммо журналистик материалларнинг маҳорат билан ёзилишига бориб тақалади. Яъни, ижодий маҳорат ҳар қандай мавзунини, жумладан, мамлакатнинг ташқи имижини кўтаришга қаратилган мавзуларни ёритишда ҳам муҳим шартлардан бири бўлиб қолади. Таҳлиллар шуни кўрсатадики, дунё халқлари эътиборига тарқатилаётган оддий хабардан тортиб салмоқли, катта ҳажмли мақола ва шарҳларни ёзишда муаллифларимизнинг замонавий жаҳон стандартларига мос касбий маҳоратни эгаллашлари тақозо этилади. Шакл, тил, оҳанг, баён услуби, муаллиф позицияси ва ҳоказо омилларга алоҳида эътибор қаратиш зарурлиги яққол кўзга ташланади. Шу каби талаблар ўзлаштирилган тақдирдагина муаллифларимиз томонидан тарқатилаётган ижод маҳсулотлари кутилган самара беради.

Шу билан бир вақтда:

— телевидение ва радио орқали хорижий тилларда берилаётган ахборот дастурларини тубдан янгилаш, уларни жаҳон стандартлари даражасига олиб чиқиш лозим;

— таҳлил этилган миллий ахборот агентликлари сайтларида айрим қўшимча технологик ва услубий ишларни, жумладан, замондошлар талаби ва дидига мос бўлган янгиланишларни амалга ошириш керак (мисол учун, on-line ёки off-line тарзда видео ҳамда аудио-лавҳаларни жойлаштириб бориш);

— агентликлар миллий ва хорижий журналистларни қизиқтирган долзарб мавзуларда интернет орқали ёки бевосита матбуот анжуманларини ташкил этишлари мақсадга мувофиқ;

— шунингдек, хорижий ОАВ вакиллари учун мунтазам равишда брифинг ва матбуот анжуманларини ташкил этиш зарур.

Фойдаланилган адабиётлар

1. “Дунё” ахборот агентлигининг сайти. — URL: <http://jahonnews.uz/uz/>
2. Дўстмухаммад Х. Ахборот — мўжиза, жозиба, фалсафа. — Тошкент: Янги аср авлоди, 2013. — 320 б.
3. Киселев И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // www.elitarium.ru 2007. Апрель 8.
4. Миллий қидирув тизими. — URL: <https://www.uz/ru/res/visitor/index?id=579> Мурожаат қилинган сана: 23. 06. 2019й.
5. Миллий қидирув тизими. — URL: <https://www.uz/ru/res/visitor/index?id=4139> Мурожаат қилинган сана: 23.06.2019
6. Пупкова А. Международный имидж страны: теоретические аспекты. — URL: <http://www.lawinrussia.ru/node/345778> 29 октября 2016.
7. Ўзбекистон миллий ахборот агентлигининг сайти. — URL: <http://www.uz.uz/uz/> (Мурожаат қилинган сана: 23. 06. 2019 йил)
8. Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги. — URL: <http://www.api.uz/#uz/content/licence/statistics/>
9. Худойқулов М. Журналистика ва публицистика. — Тошкент: Тафаккур, 2011. — 281 б.
10. <http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=68&storypage=3>

REFERENCES

1. *Dunyo akhborot agentligining saiti* (World news agency), available at: <http://jahonnews.uz/uz/>
2. Dustmuhammad Kh. *Akhborot — muzhiza, zhoziba, falsafa* (Information-miracle, charm, philosophy, Tashkent: The new generation of the century, 2013, 320 p.
3. Kiselev I. Yu. *Problema obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh v ramkakh konstruktivistskoi paradigmy* (The problem of the image of the state in international relations within the constructivist paradigm), 2007, April' 8, available at: www.elitarium.ru
4. *Millii qidiruv tizimi* (National search engine), available at: <https://www.uz/ru/res/visitor/index?id=579>
5. *Millii qidiruv tizimi* (National search engine), available at: <https://www.uz/ru/res/visitor/index?id=4139>
6. Pupkova A. *Mezhdunarodnyi imidzh strany: teoreticheskie aspekty* (International image of the country: theoretical aspects), 29 oktyabrya 2016, available at: <http://www.lawinrussia.ru/node/345778>

7. *Uzbekiston milliy axborot agentligining saiti* (Website of the national news agency of Uzbekistan), available at: <http://www.uza.uz/oz/>
8. *Uzbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Akhborot va ommavii kommunikatsiyalar agentligi* (Information and Mass Communications Agency under the administration of the president of the Republic of Uzbekistan), available at: <http://www.api.uz/#uz/content/licence/statistics/>
9. Khudoiqulov M. *Zhurnalistika va publitsistika* (Journalism and publicism), Tashkent: Thought, 2011, 281 p.
10. <http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=68&storypage=3>