

JAHON MIQYOSIDAGI AXBOROT URUHLARI SHAROITIDA MAMLAKATNING IMIJINI MUSTAHKAMLASH MUAMMOLARI

Berdiev Bektosh Okhnorovich
Associate Professor, Department of
International Relations, International
Academy of Islamic Studies

Annotatsiya. Ushbu maqolada jahon miqyosida kuchayib borayotgan axborot urushi, dezinformatsiya, tashqi axborot manipulyatsiyasi, raqamli propaganda, sun'iy intellekt asosidagi soxta kontent va kiberxavflar sharoitida mamlakat imidjini mustahkamlash muammolari tahlil qilinadi. XXI asrda davlat imidji faqat diplomatik bayonotlar, iqtisodiy o'sish yoki madaniy jozibadorlik orqali emas, balki axborot makonidagi barqaror ishtirok, ishonchli kommunikatsiya, tezkor inqiroziy munosabat, xalqaro auditoriya bilan ochiq muloqot va milliy manfaatlarni tushunarli narrativlar orqali ifodalash qobiliyati bilan ham belgilanmoqda. Maqolada axborot urushi sharoitida mamlakat imidjiga tahdid soluvchi asosiy omillar — tashqi propaganda, feyk xabarlar, ijtimoiy tarmoqlardagi manipulyativ kampaniyalar, bot tarmoqlari, dipfeyk texnologiyalari, kiberhujumlar, institutsional muvofiqlashuv yetishmasligi va media savodxonlik darajasining pastligi kabi masalalar yoritiladi. Shuningdek, O'zbekiston misolida ochiq tashqi siyosat, raqamli davlat boshqaruvi, islohotlar kommunikatsiyasi, media savodxonlik va xalqaro jamoatchilik bilan ishlash mamlakat imidjini mustahkamlashning muhim yo'nalishlari sifatida ko'rib chiqiladi. Maqolada mamlakat imidjini himoya qilish va kuchaytirish uchun strategik kommunikatsiya, axborot xavfsizligi, jamoatchilik diplomatiyasi, faktcheking, raqamli diplomatiya va fuqarolik jamiyati ishtirokini birlashtirgan kompleks yondashuv zarurligi asoslanadi.

Kalit so'zlar: axborot urushi, davlat imidji, strategik kommunikatsiya, dezinformatsiya, feyk xabarlar, raqamli diplomatiya, media savodxonlik, tashqi axborot manipulyatsiyasi, kiberxavfsizlik, jamoatchilik diplomatiyasi.

Hozirgi xalqaro munosabatlar tizimida davlatlar o'rtasidagi raqobat faqat harbiy, iqtisodiy yoki diplomatik maydonda emas, balki axborot makonida ham keskin tus olmoqda. Globallashuv, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli platformalar, sun'iy intellekt va transmilliy media tarmoqlar axborotni ishlab chiqarish, tarqatish va qabul qilish jarayonlarini tubdan o'zgartirdi. Bugun biror mamlakat haqidagi tasavvur faqat rasmiy bayonotlar yoki diplomatik hujjatlar orqali emas, balki Telegram, YouTube, Facebook, X, TikTok, Instagram, xalqaro media platformalar, tahliliy markazlar, blogerlar, inflyuyenserlar va algoritmik tavsiya tizimlari orqali ham shakllanadi.

Axborot makonining ochiqligi bir tomondan davlatlarga o'z milliy brendini, madaniy merosini, iqtisodiy salohiyatini va tashqi siyosiy tashabbuslarini keng targ'ib qilish imkonini bermogda. Ikkinchi tomondan, ushbu ochiqlik dezinformatsiya, feyk xabarlar, manipulyativ vizual materiallar, sun'iy intellekt yordamida yaratilgan soxta audio-video kontent, kiberhujumlar va tashqi axborot operatsiyalari uchun ham qulay muhit yaratmogda. Shuning uchun mamlakat imidjini mustahkamlash masalasi endilikda faqat PR yoki diplomatik targ'ibot masalasi emas, balki milliy xavfsizlik, siyosiy barqarorlik, iqtisodiy raqobatbardoshlik va tashqi siyosiy ta'sirchanlik masalasiga aylanmogda.

Jahon iqtisodiy forumining 2024 yilgi "Global Risks Report" hisobotida noto'g'ri axborot va dezinformatsiya yaqin ikki yillik davr uchun eng muhim global xavflardan biri sifatida baholangan. Bu holat axborot makonidagi ishonch inqirozi davlatlar, jamiyatlar va xalqaro institutlar faoliyatiga bevosita ta'sir ko'rsatishini anglatadi. OECDning 2024 yilgi hisobotida ham dezinformatsiya davlat siyosatiga ishonchni susaytirishi, jamiyatdagi bo'linishlarni kuchaytirishi va milliy xavfsizlikdan tortib sog'liqni saqlashgacha bo'lgan sohalarga salbiy ta'sir qilishi qayd etilgan. Demak, axborot urushi sharoitida mamlakat imidjini saqlash va mustahkamlash masalasi har bir davlat uchun strategik ahamiyat kasb etmogda.

1. Axborot urushi tushunchasi va uning zamonaviy ko'rinishlari

Axborot urushi deganda muayyan davlat, jamiyat, siyosiy institut, yetakchi, qadriyatlar tizimi yoki tashqi siyosiy yo'nalish haqidagi tasavvurni o'zgartirish, zaiflashtirish yoki boshqarish maqsadida axborot vositalaridan tizimli foydalanish jarayoni tushuniladi. An'anaviy propaganda asosan ommaviy axborot vositalari, radio, televideniye va matbuot orqali amalga oshirilgan bo'lsa, zamonaviy axborot urushi raqamli platforma, ijtimoiy tarmoq, messenjer, sun'iy intellekt, kiberoperatsiya, ma'lumotlar tahlili va algoritmik ta'sir mexanizmlari orqali olib boriladi.

Zamonaviy axborot urushi bir necha muhim xususiyatga ega. Birinchidan, u tezkorlikka asoslanadi. Axborot bir necha daqiqa ichida millionlab auditoriyaga yetib borishi mumkin. Ikkinchidan, u ko'p markazli xususiyatga ega: axborot faqat davlatlar tomonidan emas, balki nodavlat aktorlar, siyosiy guruhlar, transmilliy media tarmoqlar, xususiy texnologik kompaniyalar, blogerlar va bot tarmoqlari orqali ham tarqatiladi. Uchinchidan, axborot urushida haqiqat va soxtalik chegarasi ataylab xiralashtiriladi. Dezinformatsiya, yarim haqiqat, kontekstdan uzib olingan ma'lumot, emotsional manipulyatsiya va vizual soxtalashtirish orqali auditoriyada ishonchsizlik, qo'rquv yoki norozilik kayfiyati shakllantiriladi.

BMTning 2024 yilda e'lon qilingan "Global Principles for Information Integrity" hujjatida noto'g'ri axborot, dezinformatsiya va nafrat nutqi demokratik institutlar, inson huquqlari, jamoat salomatligi va ijtimoiy barqarorlikka tahdid sifatida baholanadi. Hujjatda davlatlar, texnologik kompaniyalar, media va fuqarolik jamiyati

axborot muhitining yaxlitligini ta'minlashda mas'uliyatli ishtirokchi bo'lishi kerakligi ta'kidlanadi. Bu yondashuv axborot urushiga qarshi kurash faqat senzura yoki taqiqlar orqali emas, balki ishonchli axborot, ochiqlik, mas'uliyatli platformalar, mustaqil jurnalistika va media savodxonlik orqali amalga oshirilishi kerakligini ko'rsatadi.

2. Mamlakat imidji strategik resurs sifatida

Mamlakat imidji — bu xalqaro jamoatchilik, xorijiy davlatlar, investorlar, turistlar, ekspertlar, jurnalistlar va keng auditoriya ongida muayyan davlat haqida shakllangan umumiy tasavvurlar, baholar va ramzlar majmuidir. U iqtisodiy salohiyat, siyosiy barqarorlik, huquqiy muhit, madaniy meros, tashqi siyosiy ishonchlilik, yetakchilar imiji, inson kapitali, turizm imkoniyatlari va xalqaro tashabbuslar bilan bog'liq holda shakllanadi.

XXI asrda davlat imidji tashqi siyosiy ta'sirning muhim vositasiga aylandi. Ijobiy imidj mamlakatning investitsiya jalb qilish imkoniyatini oshiradi, turistik oqimni kuchaytiradi, xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni osonlashtiradi, milliy mahsulot va xizmatlar brendini mustahkamlaydi, xorijdagi fuqarolar va diaspora uchun ijobiy ramziy muhit yaratadi. Salbiy imidj esa aksincha, ishonchsizlik, siyosiy xavotir, investitsion ehtiyotkorlik, diplomatik masofalanish va xalqaro media muhitida tanqidiy qarashlarni kuchaytirishi mumkin.

Axborot urushi sharoitida mamlakat imidji doimiy hujum ostida bo'ladi. Ayrim tashqi yoki ichki aktorlar davlat islohotlarini obro'sizlantirish, jamiyatda ishonchsizlik uyg'otish, xalqaro hamkorlar orasida shubha paydo qilish, muayyan siyosiy qarorlarni manfiy talqin qilish yoki mamlakatni beqaror hudud sifatida ko'rsatishga urinishi mumkin. Bunday sharoitda imidj "o'z-o'zidan" shakllanadigan hodisa emas, balki strategik boshqaruv, ochiq kommunikatsiya va institutsional muvofiqlashuvni talab qiladigan siyosiy resursdir.

Mamlakat imidjini mustahkamlashda "yumshoq kuch" tushunchasi alohida ahamiyatga ega. Jozef Nay tomonidan ilmiy muomalaga kiritilgan ushbu konsepsiyaga ko'ra, davlat o'z maqsadlariga faqat majburlash yoki to'lov orqali emas, balki jozibadorlik, qadriyatlar, madaniyat, siyosatning ishonchliligi va xalqaro legitimlik orqali ham erishishi mumkin. Axborot urushi sharoitida yumshoq kuchning ahamiyati yanada ortadi, chunki ishonch, ma'naviy-ramziy kapital va xalqaro obro' raqamli muhitda tez buzilishi yoki tez kuchaytirilishi mumkin.

3. Axborot urushi sharoitida mamlakat imidjiga ta'sir qiluvchi asosiy tahdidlar

Birinchi tahdid — dezinformatsiya va feyk xabarlardir. Dezinformatsiya muayyan maqsad bilan ataylab tarqatiladigan yolg'on yoki manipulyativ axborotdir. U mamlakatdagi siyosiy jarayonlar, islohotlar, tashqi siyosiy qarorlar, iqtisodiy ko'rsatkichlar, etnik va diniy munosabatlar, xavfsizlik holati yoki inson huquqlari mavzularini buzib ko'rsatish orqali mamlakat imidjiga zarar yetkazishi mumkin.

Ayniqsa, inqirozli vaziyatlarda feyk xabarlar tez tarqaladi, chunki auditoriyada noaniqlik va emotsional ta'sirga moyillik kuchayadi.

Ikkinchi tahdid — tashqi axborot manipulyatsiyasi va aralashuvidir. Yevropa tashqi harakatlar xizmati 2026 yilgi hisobotida Foreign Information Manipulation and Interference — FIMI faoliyatining global qamrovi va operatsion murakkabligi ortganini ta'kidlaydi. Hisobotda bunday faoliyatni aniqlash, unga javob berish va uning xarajatini oshirish uchun maxsus “FIMI Toolbox” va “FIMI Deterrence Playbook” kabi yondashuvlardan foydalanilayotgani ko'rsatiladi. Bu davlat imidjiga qarshi axborot hujumlari tasodifiy emas, balki rejalashtirilgan, tarmoqlashgan va texnologik jihatdan murakkablashgan jarayon ekanini ko'rsatadi.

Uchinchi tahdid — sun'iy intellekt yordamida yaratiladigan soxta kontentdir. Dipfeyk video, sun'iy ovoz, soxta suratlar va avtomatlashtirilgan matnlar davlat rahbarlari, rasmiy idoralar, diplomatlar yoki jamoat arboblari nomidan soxta bayonotlar tarqatish imkonini beradi. Bunday kontent tezlik bilan tarqalsa, uni inkor etish yoki tuzatish kechikishi mumkin. Natijada axborot makonida “birinchi bo'lib tarqalgan xabar” ta'siri kuchli bo'lib qoladi. Bu mamlakat imidji uchun jiddiy xavfdir, chunki odamlar keyingi raddiyadan ko'ra dastlabki emotsional taassurotni ko'proq eslab qolishadi.

To'rtinchi tahdid — kiberhujumlar va axborot infratuzilmasiga zarar yetkazishdir. Davlat idoralari saytlari, elektron hukumat platformalari, ommaviy axborot vositalari yoki strategik tashkilotlar axborot tizimlariga qilingan hujumlar faqat texnik muammo emas, balki imidj inqirozi hamdir. Agar davlat ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlay olmayotgandek ko'rinssa, bu uning raqamli boshqaruvi, institutsional barqarorligi va fuqarolar ma'lumotlarini himoya qilish qobiliyatiga nisbatan shubha uyg'otadi.

Beshinchi tahdid — xalqaro media maydonida mamlakat haqidagi biryoqlama yoki stereotipik tasavvurlardir. Ayrim davlatlar haqida tashqi auditoriyada eskirgan, soddalashtirilgan yoki geosiyosiy raqobat ta'sirida shakllangan tasavvurlar mavjud bo'lishi mumkin. Agar mamlakat o'z haqidagi zamonaviy, asoslangan, ko'p tilli va auditoriyaga moslangan axborotni tizimli yetkazmasa, uning imidji boshqalar tomonidan shakllantiriladi.

4. Mamlakat imidjini mustahkamlashdagi asosiy muammolar

Axborot urushi sharoitida mamlakat imidjini mustahkamlashdagi birinchi muammo — reaktiv kommunikatsiyaning ustunligidir. Ko'p hollarda davlat idoralari axborot hujumi sodir bo'lgandan keyin raddiya berishga harakat qiladi. Biroq raqamli muhitda kechikkan raddiya ko'pincha samarasiz bo'ladi. Axborot makonida ta'sir ko'rsatish uchun davlat faqat inkor etuvchi emas, balki oldindan tushuntiruvchi, sharhlovchi, ochiq muloqotga tayyor va auditoriya savollariga tez javob beradigan kommunikatsiya modelini shakllantirishi kerak.

Ikkinchi muammo — institutsional muvofiqlashuv yetishmasligidir. Mamlakat imidji tashqi ishlar vazirligi, investitsiya agentligi, turizm qo‘mitasi, madaniyat muassasalari, ta‘lim tizimi, media tuzilmalari, elchixonalar, diaspora tashkilotlari va raqamli platformalar faoliyati bilan bog‘liq. Agar ushbu institutlar yagona strategik narrativ va umumiy kommunikatsiya standartlari asosida ishlamasa, tashqi auditoriyaga uzatilayotgan xabarlar parchalangan, takroriy yoki ziddiyatli ko‘rinish oladi. Bu esa mamlakat brendining aniqligini susaytiradi.

Uchinchi muammo — media savodxonlik darajasining yetarli emasligidir. Axborot urushi sharoitida faqat davlat idoralarini kuchaytirish yetarli emas. Jamiyatning o‘zi feyk xabarni tanish, manbani tekshirish, emotsional manipulyatsiyani anglash, rasmiy va norasmiy axborotni farqlash, vizual material haqiqiylikini baholash ko‘nikmalariga ega bo‘lishi kerak. UNESCO va boshqa xalqaro tashkilotlar ham media savodxonlikni dezinformatsiyaga qarshi eng barqaror javoblardan biri sifatida ko‘radi. O‘zbekistonda ham YI moliyalashtirgan media savodxonlik va dezinformatsiyaga qarshi loyiha 2025 yilda yakunlangani, shuningdek, jurnalistlar va blogerlar uchun media savodxonlik kurslari tashkil etilgani bu yo‘nalishning amaliy ahamiyati ortib borayotganini ko‘rsatadi.

To‘rtinchi muammo — ko‘p tilli va auditoriyaga mos kontent yetishmasligidir. Xalqaro imidj faqat milliy tildagi axborot bilan shakllanmaydi. Ingliz, rus, arab, xitoy, turk, fransuz va boshqa tillarda sifatli tahliliy materiallar, infografika, qisqa video, ekspert sharhlari va rasmiy ma‘lumotlar tayyorlanishi zarur. Bunda bir xil matn tarjima qilishning o‘zi yetarli emas; har bir auditoriyaning madaniy kodi, siyosiy qiziqishi, axborot iste‘moli odati va ishonch manbalari hisobga olinishi kerak.

Beshinchi muammo — xalqaro ekspertlar, jurnalistlar va tahliliy markazlar bilan yetarli darajada ishlamaslikdir. Mamlakat imidji faqat rasmiy kanallar orqali emas, balki xalqaro ekspertlar, universitetlar, think tanklar, reyting agentliklari, jurnalistlar, tadqiqotchilar va nodavlat tashkilotlar baholari orqali ham shakllanadi. Agar davlat ushbu muhit bilan ochiq, tizimli va professional ishlamasa, tashqi axborot maydonidagi bo‘shliq boshqa aktorlar tomonidan to‘ldiriladi.

Oltinchi muammo — inqiroziy kommunikatsiya mexanizmlarining zaifligidir. Tabiiy ofat, ijtimoiy norozilik, korrupsiya mojarosi, kiberhujum, diplomatik kelishmovchilik yoki tashqi media tanqidlari sharoitida davlat idoralarining javobi tez, ishonchli va muvofiqlashgan bo‘lishi kerak. Aks holda axborot bo‘shlig‘i paydo bo‘ladi va u feyk xabarlar bilan to‘ladi. Inqiroziy kommunikatsiyada sukut saqlash ko‘pincha aybni tan olish yoki muammoni yashirish sifatida qabul qilinadi.

5. O‘zbekiston kontekstida mamlakat imidjini mustahkamlash vazifalari

O‘zbekiston so‘nggi yillarda xalqaro maydonda ochiqlik, mintaqaviy hamkorlik, iqtisodiy islohotlar, turizmni rivojlantirish, raqamli davlat xizmatlari va madaniy diplomatiya orqali o‘z imidjini qayta shakllantirish jarayonini boshdan kechirmoqda.

“O‘zbekiston — 2030” strategiyasi mamlakatni erkin va farovon davlatga aylantirish, har bir fuqaroga o‘z salohiyatini rivojlantirish imkonini yaratish, kuchli iqtisodiyot, adolat, qonun ustuvorligi, xavfsizlik va barqarorlikni ta’minlash maqsadlarini belgilaydi. Bu kabi strategik hujjatlar mamlakat imidji uchun muhim asos bo‘ladi, chunki xalqaro auditoriya davlatning uzoq muddatli maqsadlari, islohotlar mantig‘i va institutsional yo‘nalishini aynan shunday hujjatlar orqali baholaydi.

Shu bilan birga, strategiyaning mavjudligi avtomatik ravishda ijobiy imidjni kafolatlamaydi. Har qanday islohot tashqi auditoriyaga tushunarli tilda, dalillar, ko‘rsatkichlar, inson taqdiri bilan bog‘liq real misollar va xalqaro qiyosiy tahlillar orqali yetkazilishi kerak. Masalan, raqamli davlat xizmatlari, korrupsiyaga qarshi mexanizmlar, ta’lim va turizm sohasidagi yangilanishlar, qo‘shni davlatlar bilan munosabatlar, mintaqaviy transport-logistika tashabbuslari mamlakat imidjini kuchaytiruvchi real kontent manbai bo‘la oladi.

“Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasi ham mamlakat imidji uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu strategiya raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, davlat boshqaruviga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish va raqamli xizmatlarni takomillashtirishga qaratilgan. BMTning 2024 yilgi elektron hukumat indeksida O‘zbekiston 63-o‘rinni egallab, “Very High EGDI” guruhiga kirgani raqamli boshqaruv sohasidagi ijobiy tendensiya sifatida baholanishi mumkin. Biroq raqamli davlat xizmatlari rivojlangani sari axborot xavfsizligi, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, kiberxavflarga tayyorlik va raqamli ishonch masalalari ham mamlakat imidjining ajralmas qismiga aylanadi.

O‘zbekistonning xalqaro imidjini mustahkamlashda mintaqaviy diplomatiya ham muhim o‘rin tutadi. Markaziy Osiyoda yaxshi qo‘shnichilik, transport bog‘liqligi, suv-energetika muloqoti, Afg‘oniston bilan bog‘liq xavfsizlik masalalari, madaniy-gumanitar aloqalar va mintaqaviy iqtisodiy integratsiya tashabbuslari mamlakatni konstruktiv va mas’uliyatli mintaqaviy aktor sifatida ko‘rsatishi mumkin. Ammo bunday imidjni shakllantirish uchun tashqi siyosiy tashabbuslar faqat rasmiy xabar sifatida emas, balki xalqaro ekspertlar uchun tushunarli tahliliy material, infografika, intervyu, ilmiy-amaliy konferensiyalar va xorijiy mediadagi sifatli maqolalar orqali ham yoritilishi zarur.

6. Mamlakat imidjini himoya qilishda strategik kommunikatsiyaning o‘rni

Strategik kommunikatsiya — bu davlatning ichki va tashqi auditoriya bilan maqsadli, muvofiqlashgan, dalillarga asoslangan va uzoq muddatli muloqot tizimidir. U oddiy axborot tarqatishdan farq qiladi. Axborot tarqatishda ma’lumot beriladi; strategik kommunikatsiyada esa ma’lumot, maqsad, auditoriya, kanal, vaqt, ramz, narrativ va natija bir tizimda rejalashtiriladi.

Mamlakat imidjini mustahkamlash uchun strategik kommunikatsiya bir necha prinsiplarga asoslanishi kerak. Birinchi prinsip — haqiqat va ishonchlilik. Axborot

urushiga qarshi kurashda soxta ma'lumotga soxta ma'lumot bilan javob berish davlatning uzoq muddatli obro'siga zarar yetkazadi. Ishonchli davlat o'z muammolarini ham tan ola oladi, ularni hal qilish yo'llarini ochiq tushuntiradi va jamoatchilik bilan doimiy muloqot qiladi.

Ikkinchi prinsip — tezkorlik. Raqamli muhitda axborot bo'shlig'i xavflidir. Agar rasmiy idoralar kech javob bersa, auditoriya norasmiy manbalarga murojaat qiladi. Shuning uchun inqirozli vaziyatlar uchun oldindan tayyorlangan kommunikatsiya protokollari, mas'ul spikerlar, tezkor faktcheking guruhlari va monitoring markazlari bo'lishi kerak.

Uchinchi prinsip — auditoriyaga moslashuv. Bir xil xabar hamma auditoriyaga bir xil ta'sir qilmaydi. Investor uchun iqtisodiy barqarorlik va huquqiy kafolatlar muhim; turist uchun xavfsizlik, madaniy meros va xizmatlar sifati muhim; xalqaro ekspert uchun islohotlarning institutsional mantig'i muhim; yoshlar uchun vizual va qisqa formatdagi kontent samarali bo'lishi mumkin. Shu sababli davlat kommunikatsiyasi segmentlangan bo'lishi zarur.

To'rtinchi prinsip — ko'p kanallilik. Rasmiy sayt va press-relizlar yetarli emas. Ijtimoiy tarmoqlar, podkastlar, xalqaro media, akademik platformalar, elchixonalar kanallari, raqamli ko'rgazmalar, virtual turizm, ekspert bloglari va onlayn muloqotlar yagona kommunikatsiya ekotizimiga aylantirilishi lozim.

Beshinchi prinsip — doimiy monitoring va baholash. Mamlakat imidjini boshqarishda auditoriya kayfiyati, xalqaro media tahlili, ijtimoiy tarmoqlardagi trendlar, feyk xabarlar dinamikasi, xorijiy ekspertlar bahosi va reytinglardagi o'zgarishlar muntazam o'rganilishi kerak. Kommunikatsiya natijasi faqat “qancha xabar chiqdi?” degan savol bilan emas, balki “auditoriyada qanday ishonch shakllandi?” degan mezon bilan baholanishi lozim.

7. Media savodxonlik va fuqarolik jamiyatining ahamiyati

Axborot urushiga qarshi eng barqaror himoya vositalaridan biri — media savodxon jamiyatidir. Davlat qanchalik tezkor va professional kommunikatsiya qilmasin, agar jamiyat har qanday xabarga ishonib ketsa, tashqi manipulyatsiyalarga qarshi immunitet zaif bo'ladi. Media savodxonlik fuqarolarga axborot manbasini tekshirish, sarlavha va mazmun o'rtasidagi farqni ko'rish, fotosurat yoki videoning haqiqiylikini baholash, statistik ma'lumotlarni tanqidiy qabul qilish, emotsional manipulyatsiyani anglash va turli manbalarni solishtirish imkonini beradi.

Media savodxonlik faqat maktab yoki universitet fanlari doirasida qolmasligi kerak. U jurnalistlar, blogerlar, davlat xizmatchilari, talabalar, o'qituvchilar, mahalla faollari, yoshlar tashkilotlari va keng jamoatchilik uchun amaliy ko'nikmaga aylanishi zarur. Ayniqsa, blogerlar va inflyuyenserlar axborot muhitida katta ta'sirga ega bo'lgani uchun ularning faktcheking, manba bilan ishlash va axloqiy kommunikatsiya bo'yicha mas'uliyati ortib bormoqda.

Fuqarolik jamiyati, mustaqil ekspertlar, jurnalistlar va faktcheking platformalari mamlakat imidjini himoya qilishda muhim sherik bo'lishi mumkin. Davlat barcha axborotni faqat o'zi nazorat qilishga intilsa, ishonch kamayishi mumkin. Aksincha, ochiq muhitda mustaqil faktcheking, ekspert bahosi, jamoatchilik muhokamasi va professional jurnalistika ishonchni kuchaytiradi. Chunki xalqaro auditoriya ko'pincha faqat rasmiy bayonotlarga emas, balki mustaqil manbalardagi baholarga ham e'tibor beradi.

8. Raqamli diplomatiya va xalqaro auditoriya bilan ishlash

Raqamli diplomatiya mamlakat imidjini mustahkamlashning muhim vositasiga aylandi. Elchixonalar, tashqi ishlar vazirliklari, madaniyat markazlari va davlat rahbarlarining raqamli platformalardagi ishtiroki tashqi auditoriya bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilish imkonini beradi. Bu diplomatiyaning an'anaviy yopiq shaklidan farq qiladi: endi davlatlar faqat diplomatlar bilan emas, balki xorijiy fuqarolar, talabalar, jurnalistlar, tadbirkorlar va keng jamoatchilik bilan ham muloqot qiladi.

Raqamli diplomatiya samarali bo'lishi uchun u faqat rasmiy uchrashuvlar haqida xabar berish bilan cheklanmasligi kerak. U mamlakatning tarixi, madaniyati, ilm-fani, turizmi, iqtisodiy imkoniyatlari, islohotlari, insonlar hayoti, yoshlar muvaffaqiyati, ayollar ishtiroki, innovatsion loyihalar va mintaqaviy tashabbuslarini jozibali formatda ko'rsata olishi lozim. Bunda qisqa video, infografika, interaktiv xaritalar, podkastlar, ekspert intervyulari va ko'p tilli kontent muhim ahamiyatga ega.

Xalqaro auditoriya bilan ishlashda mamlakat haqidagi murakkab mavzularni ham ochiq tushuntirish kerak. Masalan, inson huquqlari, diniy bag'rikenglik, sud-huquq islohotlari, korrupsiyaga qarshi kurash, ekologik muammolar yoki mintaqaviy xavfsizlik kabi mavzular tashqi auditoriya uchun sezgir hisoblanadi. Agar davlat bu mavzularni faqat ijobiy targ'ibot orqali yoritisa, ishonch kamayishi mumkin. Agar muammolar, islohotlar, natijalar va qolgan vazifalar muvozanatli tushuntirilsa, davlatning ochiqligi va mas'uliyatliligi namoyon bo'ladi.

9. Axborot xavfsizligi va imidj barqarorligi

Mamlakat imidji axborot xavfsizligi bilan chambarchas bog'liq. Kiberxavfsizlik, ma'lumotlar himoyasi, davlat axborot tizimlarining barqarorligi, rasmiy saytlarning ishonchliligi va raqamli xizmatlarning uzluksizligi davlatning zamonaviy boshqaruv qobiliyatini ko'rsatadi. Xalqaro Elektr aloqa ittifoqining Global Cybersecurity Index hisoboti mamlakatlarni huquqiy, texnik, tashkiliy, salohiyatni rivojlantirish va hamkorlik yo'nalishlari bo'yicha baholashi kiberxavfsizlikning davlat imiji uchun ham muhim ko'rsatkichga aylanganini ko'rsatadi.

Axborot xavfsizligi faqat texnik himoya emas. U kommunikatsiya xavfsizligini ham o'z ichiga oladi. Masalan, rasmiy idoralar akkauntlarining himoyasi, soxta akkauntlarga qarshi choralar, dipfeyklarga tezkor raddiya berish, rasmiy axborot

kanallarining verifikatsiya qilinishi, inqiroz vaqtida yagona axborot markazining ishlashi va fuqarolarga ishonchli manbalarni ko'rsatish muhimdir.

Shu bilan birga, axborot xavfsizligi erkin axborot almashinuvini cheklash bilan tenglashtirilmasligi kerak. Ortiqcha cheklovlar xalqaro imidjga salbiy ta'sir qilishi, davlatni yopiq va tanqiddan qo'rqadigan subyekt sifatida ko'rsatishi mumkin. Shuning uchun axborot xavfsizligi, so'z erkinligi, shaxsiy ma'lumotlar himoyasi va jamoat manfaati o'rtasida muvozanat saqlanishi zarur.

10. Mamlakat imidjini mustahkamlash bo'yicha amaliy takliflar

Birinchi, mamlakat imidjini boshqarish bo'yicha yagona strategik kommunikatsiya konsepsiyasi ishlab chiqilishi kerak. Unda asosiy milliy narrativlar, tashqi auditoriyalar, kommunikatsiya kanallari, mas'ul institutlar, inqiroziy holatlar uchun protokollar va baholash mezonlari aniq belgilanishi lozim. Bu konsepsiya faqat targ'ibot hujjati emas, balki milliy manfaatlar, tashqi siyosiy maqsadlar va axborot xavfsizligini uyg'unlashtiruvchi amaliy mexanizm bo'lishi kerak.

Ikkinchi, davlat idoralari, elchixonalar, turizm, investitsiya, madaniyat va ta'lim tashkilotlari uchun yagona kommunikatsiya standartlari joriy qilinishi zarur. Rasmiy axborot sodda, aniq, dalillarga asoslangan, ko'p tilli va vizual jihatdan zamonaviy bo'lishi kerak. Har bir muhim islohot yoki tashabbus bo'yicha qisqa ma'lumotnoma, savol-javob, infografika, ekspert sharhi va xalqaro auditoriyaga mo'ljallangan tahliliy materiallar tayyorlanishi maqsadga muvofiq.

Uchinchi, faktcheking va axborot monitoringi tizimi kuchaytirilishi lozim. Ijtimoiy tarmoqlarda mamlakatga oid feyk xabarlar, manipulyativ narrativlar va tashqi axborot operatsiyalarini erta aniqlash uchun tahliliy markazlar, media monitoring platformalari va sun'iy intellekt asosidagi vositalardan foydalanish mumkin. Biroq bunday tizimlar faqat nazorat uchun emas, balki jamoatchilikka ishonchli ma'lumot berish uchun xizmat qilishi kerak.

To'rtinchi, media savodxonlik milliy ta'lim va jamoatchilik siyosati darajasiga ko'tarilishi kerak. Maktab, kollej, universitet, davlat xizmatchilari malaka oshirish tizimi va jurnalistika ta'limida dezinformatsiyani aniqlash, manbalarni tekshirish, raqamli xavfsizlik, algoritmik savodxonlik va vizual faktcheking kabi ko'nikmalar o'qitilishi zarur.

Beshinchi, xalqaro ekspertlar va jurnalistlar bilan ishlash kuchaytirilishi lozim. Mamlakatdagi islohotlar, mintaqaviy tashabbuslar, investitsiya imkoniyatlari va madaniy meros haqida xorijiy jurnalistlar uchun press-turlar, ekspertlar uchun brifinglar, universitetlar bilan qo'shma tadqiqotlar, xalqaro konferensiyalar va ochiq ma'lumotlar bazalari tashkil etilishi mumkin.

Oltinchi, diaspora diplomatiyasidan samarali foydalanish kerak. Xorijdagi vatandoshlar mamlakatning norasmiy elchilari hisoblanadi. Ularning ilmiy, madaniy, tadbirkorlik va jamoatchilik faoliyati mamlakat imidjini kuchaytirishi mumkin. Buning

uchun diaspora bilan tizimli aloqa, ularni milliy brend loyihalariga jalb qilish va xorijdagi ijobiy tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash muhim.

Yettinchidan, inqiroziy kommunikatsiya markazlari va tayyorgarlik mashg'ulotlari yo'lga qo'yilishi zarur. Har bir davlat idorasi axborot inqirozi paytida qanday harakat qilishini oldindan bilishi kerak. Kim gapiradi, qanday ma'lumot beriladi, qaysi kanallar ishga tushadi, qanday tezlikda raddiya beriladi, xalqaro auditoriyaga qanday tilda murojaat qilinadi — bularning barchasi oldindan rejalashtirilishi lozim.

Xulosa

Jahon miqyosidagi axborot urushi sharoitida mamlakat imidjini mustahkamlash murakkab, ko'p qirrali va uzoq muddatli jarayondir. Bugungi raqamli davrda mamlakat haqidagi tasavvur faqat rasmiy diplomatiya yoki an'anaviy ommaviy axborot vositalari orqali emas, balki ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt, blogerlar, xalqaro media, ekspertlar, reytinglar va norasmiy axborot oqimlari orqali shakllanadi. Shuning uchun davlat imidji doimiy e'tibor, professional boshqaruv va strategik kommunikatsiyani talab qiladigan milliy resursga aylangan.

Axborot urushi mamlakat imidjiga bir necha yo'nalishda tahdid soladi: dezinformatsiya orqali ishonchni yemirishi, tashqi axborot manipulyatsiyasi orqali xalqaro tasavvurni buzishi, dipfeyk va sun'iy intellekt orqali soxta voqelik yaratishi, kiberhujumlar orqali raqamli davlatga ishonchni pasaytirishi, xalqaro media maydonida stereotiplarni kuchaytirishi mumkin. Bunday sharoitda faqat raddiya berish yoki targ'ibot olib borish yetarli emas. Davlat ochiq, tezkor, dalillarga asoslangan, ko'p tilli, auditoriyaga moslashgan va uzoq muddatli kommunikatsiya tizimiga ega bo'lishi kerak.

O'zbekiston uchun bu masala alohida ahamiyatga ega. Mamlakatda amalga oshirilayotgan islohotlar, "O'zbekiston — 2030" strategiyasi, "Raqamli O'zbekiston — 2030" dasturi, mintaqaviy hamkorlik siyosati, turizm va madaniy diplomatiya imkoniyatlari xalqaro imidjni mustahkamlash uchun muhim asos yaratadi. Biroq ushbu imkoniyatlar samarali natija berishi uchun ular tashqi auditoriyaga tushunarli, ishonchli va zamonaviy kommunikatsiya vositalari orqali yetkazilishi zarur.

Shunday qilib, mamlakat imidjini mustahkamlash axborot xavfsizligi, strategik kommunikatsiya, media savodxonlik, raqamli diplomatiya, kiberxavfsizlik, fuqarolik jamiyati va xalqaro hamkorlikni birlashtirgan kompleks siyosatni talab qiladi. Eng muhim jihat shundaki, ijobiy imidj sun'iy ravishda yaratilmaydi; u real islohotlar, ochiqlik, ishonchli institutlar, samarali boshqaruv va xalqaro jamoatchilik bilan halol muloqot asosida shakllanadi. Axborot urushi davrida mamlakatning eng kuchli himoyasi — haqiqatga asoslangan siyosat, ishonchli kommunikatsiya va media savodxon jamiyatdir.

BIBLIOGRAPHY



1. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan. 26.12.2025. <https://president.uz/ru/lists/view/8834>
2. Berdiev, B. (2024). Image of the Armed Forces in the Context of Socio-Political Changes. *Central Asian Journal of Social Sciences and History*, 5(1), 201-205.
3. Yunusov, K., Berdiyev, B., & Jovliev, B. (2024, May). A Well Structured System for Learning and also Evaluating the Outcome for the Better Learning using Artificial Intelligence in Higher Pedagogy. In 2024 4th International Conference on Advance Computing and Innovative Technologies in Engineering (ICACITE) (pp. 857-861). IEEE.
4. Berdiyev, B. O. (2022). Mamlakat barqarorligini ta'minlash masalalari va davlatning xalqaro imidji masalalari. *ORIENTAL RENAISSANCE: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(12), 437-442.