



NATIONAL SPECIALIZED PUBLICATIONS IN UZBEKISTAN'S TOURISM JOURNALISM: TYPOLOGY, FUNCTIONS, AND DEVELOPMENT TRENDS

Munira Isomiddinova

Senior Lecturer

Department of Media Theory and Practice

University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan

muniraisomiddinova156@gmail.ru

<https://orcid.org/0009-0008-3437-7507>

<https://doi.org/10.36078/1778834625>

Abstract. This article analyses the historical formation, typological characteristics, functional features, and content orientation of national specialized publications in Uzbekistan's tourism journalism. The study examines the gradual transformation of tourism journalism from travel writing and travel journalism into an independent specialized media field. Using historical-chronological, typological, and content analysis methods, the article explores tourism-oriented publications in Uzbekistan, including *O'zbekiston-Contact* (1964), *O'zbekiston*, *Vizit Uzbekistan*, *Turizm olami*, *Sakvoyaj*, *Olamaro*, *Uzbekistan Travel*, and *Tourism Uzbekistan*, as well as inflight magazines such as *Uzbekistan Airways* and *Centrum Travel Magazine*. Particular attention is paid to their editorial policies, thematic priorities, genre diversity, language strategies, visual design, target audiences, and role in the international media space. The findings show that tourism journalism in Uzbekistan is developing as an independent specialized media sector with significant communicative potential for shaping the country's national image, promoting its historical and cultural heritage, and supporting domestic and international tourism. The article also considers the strategic role of inflight magazines in tourism promotion, cultural diplomacy, and national branding, as well as the increasing importance of multimedia technologies, digital platforms, and visual communication tools. The conclusion offers practical recommendations for developing tourism journalism as an academic discipline, training specialized journalists, and improving tourism publications in line with contemporary media trends.

Keywords: tourism journalism; travel journalism; specialized publications; national image; inflight magazines; tourism branding; media of Uzbekistan.

O‘ZBEKISTON TURIZM JURNALISTIKASIDAGI MILLIY IXTISOSLASHTIRILGAN NASHRLAR: TIPOLOGIYA, FUNKSIYALAR VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Munira Isomiddinova

*Media nazariyasi va amaliyoti kafedrası katta o‘qituvchisi
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
Toshkent, O‘zbekiston*

Annotatsiya. Mazkur maqolada O‘zbekiston turizm jurnalistikasiga xizmat qilayotgan milliy ixtisoslashgan nashrlarning shakllanish tarixi, tipologik xususiyatlari, funksional vazifalari va kontent yo‘nalishlari ilmiy-nazariy hamda amaliy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda turizm jurnalistikasining trevel jurnalistikadan bosqichma-bosqich ajralib chiqib, mustaqil ixtisoslashgan media yo‘nalishga aylanish jarayoni ochib berilgan. O‘zbekistonda turizm mavzusida turli davrlarda nashr etilgan “Ўзбекистон-Contact” (1964), “O‘zbekiston”, “Vizit Uzbekistan”, “Turizm olami”, “Sakvoyaj”, “Olamaro”, “Uzbekistan Travel”, “Tourism Uzbekistan”, shuningdek, parvoz nashrlari hisoblangan “Uzbekistan Airways” va “Centrum Travel Magazine” jurnallari tarixiy-xronologik, tipologik hamda kontent-tahlil metodlari asosida tizimli o‘rganilgan. Tadqiqot davomida mazkur nashrlarning tahririyat siyosati, tematik yo‘nalishlari, janr xususiyatlari, til siyosati, vizual dizayni, auditoriya qamrovi va xalqaro media makondagi o‘rni yoritilgan. Maqolada turizm jurnalistikasining mamlakat milliy imijini shakllantirish, O‘zbekistonning tarixiy-madaniy merosi va turistik salohiyatini xalqaro auditoriyaga targ‘ib qilishdagi kommunikativ imkoniyatlari ochib beriladi. Alohida e‘tibor parvoz jurnallarining turizm targ‘iboti, madaniy diplomatiya va milliy brendingdagi strategik ahamiyatiga qaratilgan. Shuningdek, turizm jurnalistikasida multimedia texnologiyalari, raqamli platformalar va vizual kommunikatsiya vositalarining kuchayib borayotgan roli tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari O‘zbekistonda turizm jurnalistikasi mustaqil media yo‘nalishi sifatida shakllanib borayotganini ko‘rsatadi. Xulosada ixtisoslashgan turizm OAVning sayyohlar oqimini oshirish, ichki va tashqi turizmni rivojlantirish, milliy madaniyatni targ‘ib qilish hamda mamlakat iqtisodiy taraqqiyotiga xizmat qiluvchi muhim kommunikativ vosita ekanligi asoslab berilgan. Maqola turizm jurnalistikasini ilmiy yo‘nalish sifatida rivojlantirish, sohaga ixtisoslashgan jurnalist kadrlarni tayyorlash va turizm nashrlari faoliyatini zamonaviy media tendensiyalar asosida takomillashtirishga oid amaliy takliflar bilan yakunlangan.

Kalit so‘zlar: turizm jurnalistikasi; trevel jurnalistika; ixtisoslik nashrlari; milliy imij; parvoz jurnali; turistik brending; OAV.

Kirish

So‘nggi yillarda sayohat jurnalistikasi O‘zbekiston axborot va madaniyat sohasida o‘z ta‘sirini sezilarli darajada oshirdi. Ommaviy axborot vositalarining ushbu turi sayyohlar uchun mamlakatimizning jozibador qiyofasini yaratish, shuningdek, uning noyob tarixiy-madaniy merosi, go‘zal tabiati va zamonaviy yutuqlarini keng targ‘ib etishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Sayyohlik oqimining ko‘payishi, ham ichki, ham xorijiy mehmonlar tomonidan yuqori sifatli, haqiqatga mos keladigan va vizual jozibador sayohat mazmuniga qiziqish ortdi. Zamonaviy sayyohlar maqolalar, bloglar, reportajlar va sharhlar asosida o‘z yo‘nalishlari to‘g‘risida qaror qabul qilishadi, bu esa sayohat jurnalistikasini turizmni targ‘ib qilish sohasidagi eng samarali vositalardan biriga aylantiradi.

Markaziy Osiyoning qadimiy sivilizatsiyalar va madaniyatlar chorrahasida joylashgan O‘zbekiston boy tarixiy-madaniy merosi hamda noyob me‘moriy obidalari bilan xalqaro turizm makonida muhim sayyohlik yo‘nalishlaridan biri sifatida e‘tirof etiladi. Respublikada yetti mingdan ortiq tarixiy-madaniy yodgorliklar saqlanib qolgan bo‘lib, ular milliy va jahon madaniy merosining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi.

Keyingi yillarda turizm sohasi milliy iqtisodiyot rivojining asosiy omiliga aylandi, bunga qonunchilik bazasining takomillashtirilgani, ushbu sohani boshqarishning samarali tashkiliy mexanizmlarining ishlab chiqilishi va hayotga tatbiq etilishi ko‘maklashdi.

O‘zbekiston turizm sanoatining rivojlanishi ikki yo‘nalishda qayd etilgan: xalqaro va ichki. Xorijiy sayyohlar oqimi sezilarli darajada ortib bormoqda, bu viza talablarining yengillashtirilgani, xalqaro havo transporti tarmog‘ining kengayishi, shuningdek, respublikaning jahon turizm forumlarida faol ishtirok etishi bilan bog‘liq. Bularning barchasi xorijlik mehmonlarning mamlakatimizning madaniy merosi, tarixiy obidalari, go‘zal tabiatiga qiziqishini oshirmoqda.

Ichki turizm sohasida ham barqaror o‘sish tendensiyasi kuzatilmoqda. Respublika aholisining mamlakat hududlari bo‘ylab sayohat qilishga, kam o‘rganilgan turistik manzillarni kashf etishga hamda zamonaviy dam olish shakllariga bo‘lgan qiziqishi tobora ortib bormoqda. Mazkur jarayon turizm jurnalistikasi oldiga yangi vazifalarni qo‘ymoqda. Xususan, sayohat jurnalistlaridan nafaqat turizm sohasi bo‘yicha chuqur bilim va tahliliy

yondashuv, balki auditoriyani jalb eta oladigan, voqelikni obrazli va ta'sirchan ifodalovchi, vizual hamda multimedia imkoniyatlaridan samarali foydalangan holda ichki turizmga qiziqishni kuchaytiruvchi sifatli media kontent yaratish talab etilmoqda.

Jahon iqtisodiyotida turizm muhim tarmoqlardan biriga aylangan hozirgi davrda turizm jurnalistikasi alohida ixtisoslashgan yo'nalish sifatida shakllanib, o'ziga xos nazariy va amaliy asoslarini mustahkamlamoqda. O'zbekiston Respublikasida mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan bo'lib, bu jarayonda ommaviy axborot vositalarining, xususan, turizm nashrlari va ixtisoslashgan jurnallarning o'rni beqiyosdir.

Turizm jurnalistikasi ilmiy tadqiqot obyekti sifatida mahalliy va xorijiy olimlar tomonidan turli yo'nalishlarda o'rganilgan. Xususan, mahalliy tadqiqotchilardan N.Q. Yusupova "Sayohat jurnalistikasida janrlar uyg'unligi va televizion kontent samaradorligi" [Yusupova 2026] mavzusida ilmiy izlanish olib borgan bo'lsa, B. S. Alimov o'z tadqiqotida sayohat jurnalistikasining mamlakat turizm salohiyatiga ta'sirini tahlil qilgan [Alimov 2020]. G. Ne'matova esa "O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda milliy matbuotning o'rni va ahamiyati" masalasini tadqiq etgan [Ne'matova 2026]. Rus olimlaridan Н. В. Кривцова "Тревел-журналистика: специфика, направления и его проблемы" [Кривцова 2017], Т. Ю. Редькина "Трэвел-медиа-текст: способы и приёмы речепорождения" [Редькина 2013], И. В. Показаньева esa "Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста" [Показаньева 2015] mavzularida ilmiy tadqiqotlar olib borgan. Xorijlik olimlardan hitoylik tadqiqotchi Кун Линь "Туристические издания в системе СМИ Китая: структурно-типологические особенности и влияние на развитие экономического потенциала страны" [Кун 2016], turkiyalik tadqiqotchi Ersöz Hasan Deniz esa "The development of tourism in Uzbekistan in the Mirziyoyev era from the perspective of the developmental state approach" [Ersöz 2025] mavzusida ilmiy izlanishlar olib borgan. Biroq O'zbekiston sharoitida turizm jurnalistikasi, xususan, milliy ixtisoslashgan turizm nashrlarining shakllanish tarixi, tipologik xususiyatlari va media tizimidagi o'rni hali yetarli darajada kompleks o'rganilmagan. Bu esa mazkur yo'nalishda tizimli ilmiy tadqiqotlar olib borish zaruratini yuzaga keltiradi.

Ushbu maqolaning maqsadi O‘zbekistonda turizm jurnalistikasiga ixtisoslashgan milliy nashrlarning shakllanish tarixini, tipologik xususiyatlari va kontent yo‘nalishlarini o‘rganish hamda ularning milliy turizm imijini shakllantirish va rivojlantirishdagi rolini aniqlashdan iborat. Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat: 1) turizm jurnalistikasining trevel jurnalistikadan alohida yo‘nalish sifatida ajralib chiqish jarayonini tahlil qilish; 2) O‘zbekistondagi ixtisoslashgan turizm nashrlarini tizimli o‘rganish; 3) parvoz nashrlarining turizm targ‘ibotidagi strategik rolini aniqlash; 4) o‘zbek turizm jurnalistikasi taraqqiyot tendensiyalarini prognozlash.

Nazariy qism

Turizm nafaqat tarixiy-madaniy merosni o‘rganish, turli xalqlarning urf-odatları, an‘analari va milliy qadriyatları bilan tanishish, balki iqtisodiyotning muhim va daromad keltiruvchi tarmoqlaridan biri sifatida ham ahamiyat kasb etadi. Shu bois turizm faoliyatini samarali tashkil etish va rivojlantirish bevosita malakali mutaxassislar hamda sifatli media kommunikatsiyaga bog‘liq bo‘lib, bu holat turizm jurnalistikasiga bo‘lgan ehtiyojning ortib borayotganini ko‘rsatadi. So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish uchun zarur tashkiliy-huquqiy asoslar shakllantirildi hamda muhim me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. Jumladan, “Turizm to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni (<https://lex.uz/uz/docs/-4428097>), O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizm sohasini jadal rivojlantirishga qaratilgan farmonlari (<https://lex.uz/acts/-4143188>), shuningdek, Vazirlar Mahkamasining turizm infratuzilmasini takomillashtirish va xizmatlar sifatini oshirishga oid qarorlari (<https://lex.uz/uz/docs/-6173258?ONDATE=05.02.2026%2000>) ushbu sohaning institutsional rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Mazkur islohotlar natijasida mahalliy va xorijiy turistlarga sifatli xizmat ko‘rsatish, mamlakatning turistik salohiyatini keng targ‘ib qilish hamda turizmni nazariy va amaliy jihatdan chuqur o‘rganishga bo‘lgan ehtiyoj yanada ortmoqda.

Turizm jurnalistikasining nazariy asoslarini yoritishda, avvalo, trevel jurnalistika, ya‘ni sayohat jurnalistikasi tushunchasiga murojaat qilish zarur. Sayohat va safar mavzusi Sharq xalqlari madaniyati hamda ma‘naviy merosida qadimdan muhim o‘rin tutib kelgan. Muqaddas manbalarda ham “Safar qiling, salomat bo‘lasiz” degan hikmat bejiz qayd etilmagan. Xalq

ogʻzaki ijodida uchraydigan “Yurgan daryo, oʻtirgan boʻyra”, “Sayr ham sayr, sargardon ham sayr”, “Musofir boʻlmaguncha musulmon boʻlmaysan” kabi maqol va matallar sayohatning xalq turmush tarzidagi ijtimoiy-madaniy ahamiyatini aks ettiradi. Sharq mutafakkirlari va adiblari ijodida ham safar taassurotlarini aks ettiruvchi asarlar alohida oʻrin egallaydi. Xususan, Abu Rayhon Beruniy [Beruniy 1968], Zahiriddin Muhammad Bobur [Bobur 2019], Muhammad Aminxoʻja Muqimiy [Muqimiy 1971] kabi mutafakkirlarning sayohat bilan bogʻliq kuzatuvlari tarixiy-madaniy manba sifatida katta ahamiyatga ega. Sayohat davomida kuzatilgan voqea-hodisalarni yozma shaklda ifodalash anʼanasi keyinchalik publitsistik va badiiy adabiyotda safarnoma janrining shakllanishiga asos boʻldi. Jurnalistika nazariyasida mazkur yoʻnalish “trevel jurnalistika” deb yuritiladi. Ushbu janr sayohat taassurotlari, madaniy muhit, tarixiy obidalar, xalqlarning turmush tarzi va geografik hududlar haqidagi axborotlarni publitsistik usulda yoritishga xizmat qiladi. Oʻzbek adabiyotida ham safarnoma janri rivojlangan boʻlib, Oybekning “Pokiston xotiralari” (1946), Abdulla Qahhorning “Hindiston xotiralaridan” (1964), Qori Niyoziyning “Yaponiya xotiralari” (1956), Oʻtkir Hoshimovning “Ilonni boshini majaqlagan burgut” (1989) kabi asarlari mazkur yoʻnalishning yorqin namunalaridan hisoblanadi. Ushbu asarlar nafaqat mualliflarning shaxsiy taassurotlarini, balki turli mamlakatlarning ijtimoiy-madaniy hayoti haqidagi muhim kuzatuvlarni ham oʻzida mujassam etadi.

Dastlab trevel jurnalistika doirasida shakllangan turizm mavzusi keyinchalik mustaqil ixtisoslashgan jurnalistika yoʻnalishi sifatida rivojlana boshladi. Bugungi kunga kelib Oʻzbekistonda turizm jurnalistikasi alohida media yoʻnalishi sifatida shakllanganini eʼtirof etish mumkin. Buni mamlakatda turizmga ixtisoslashgan nashrlarning vujudga kelishi, ularning tematik va tipologik jihatdan takomillashib borayotgani hamda milliy va xalqaro auditoriyaga yoʻnaltirilgan media mahsulotlar sonining ortib borishi bilan izohlash mumkin. Quyida Oʻzbekistonda turizm mavzusiga ixtisoslashgan ayrim nashrlar faoliyati va ularning oʻziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi.

Material va metodologiya

Mazkur tadqiqot doirasida Oʻzbekistonda 1964-yildan hozirgi davrgacha faoliyat yuritayotgan turizm yoʻnalishidagi ixtisoslashgan nashrlar tahlil qilindi. Jumladan, “Ўзбекистон-Contact” (1964–2017), “Oʻzbekiston”

(2017–hozir), “Vizit Uzbekistan” (2014–hozir), “Turizm olami” (2017–hozir), “Sakvoyaj” (2017–hozir), “Olamaro” (2017–2021), “Uzbekistan Travel” (2020–hozir), “Tourism Uzbekistan” (2025–hozir), shuningdek, parvoz nashrlari hisoblangan “Uzbekistan Airways” (1993–hozir) va “Centrum Travel Magazine” (2023–hozir) jurnallari tadqiqot obyekti sifatida tanlab olindi.

Tadqiqot jarayonida bir qator ilmiy metodlardan foydalanildi. Jumladan, tarixiy-xronologik tahlil metodi orqali nashrlarning shakllanishi, rivojlanish bosqichlari va ayrim hollarda faoliyatining to‘xtatilish jarayonlari izchil ravishda o‘rganildi. Kontent-tahlil metodi yordamida jurnallarning tematik yo‘nalishlari, ruknlari, maqsadli auditoriyasi, janr xususiyatlari hamda til siyosati tahlil qilindi. Tipologik tahlil asosida nashrlarning turlari va ularning o‘ziga xos umumiy belgilari aniqlashtirildi. Qiyosiy tahlil metodi esa turli nashrlarning mazmuni, funksional vazifalari va media strategiyalarini o‘zaro solishtirish imkonini berdi. Tadqiqotning empirik bazasini jurnallarning turli yillarda chop etilgan sonlari, tahririyat siyosatiga oid hujjatlar, muassislarning rasmiy bayonotlari hamda ochiq axborot manbalari tashkil etdi.

Tadqiqot natijalari

Ixtisoslashgan turizm nashrlarining tarixiy tasnifi. Tadqiqot natijalari O‘zbekistondagi turizmga ixtisoslashgan nashrlarni uch tarixiy bosqichga ajratish imkonini berdi. Birinchi bosqich (1964–1991) — sovet davri: “Ўзбекистон-Contact” jurnali 12 tilda, jumladan, esperanto tilida ham nashr etilgan, adadi 63 ming nusxaga yetgan va Osiyo, Afrika, Yevropa, Amerika hamda Avstraliyada tarqatilgan. Bu davrdagi nashr asosan Sovet O‘zbekistoni imijini xalqaro miqyosda targ‘ib qilishga xizmat qilgan. Ikkinchi bosqich (1991–2016) — mustaqillik davri: “Ўзбекистон-Contact” faoliyatini “O‘zbekiston” nomi ostida davom ettirdi, Bu davrda nashrlar adadlarida sezilarli kamayish kuzatildi (63000 dan 1500 nusxagacha), bu iqtisodiy o‘tish davri qiyinchiliklarini aks ettirdi. 1993-yildan “Uzbekistan Airways” parvoz jurnali nashr etila boshlandi. Uchinchi bosqich (2017-yildan to hozirgacha) — jadal rivojlanish davri: “Vizit Uzbekistan” (2014), “Sakvoyaj” (2017), “Olamaro” (2017), “Turizm olami” (2017), “Uzbekistan Travel” (2020), “Centrum Travel Magazine” (2023), “Tourism Uzbekistan” (2025) kabi bir qator yangi nashrlar paydo bo‘ldi. Bu davr

Prezident Sh. M. Mirziyoyevning turizm sohasidagi islohotlari bilan bevosita bog‘liq (https://t.me/gazetalar_sharhi).

Nashrlarning tipologik xususiyatlari. Tahlil qilingan nashrlar tipologik jihatdan ikki asosiy guruhga bo‘linadi: umumiy turizm nashrlari — “O‘zbekiston”, “Vizit Uzbekistan”, “Turizm olami”, “Sakvoyaj”, “Uzbekistan Travel”, “Tourism Uzbekistan”; parvoz nashrlari (inflight magazines) — “Uzbekistan Airways” va “Centrum Travel Magazine”. Birinchi turdagi nashrlar keng auditoriyaga mo‘ljallangan bo‘lsa, parvoz nashrlari Xalqaro fuqaro aviatsiyasi to‘g‘risidagi Konvensiyaning 29-moddasi talablariga muvofiq tuzilgan va asosan aviakompaniya yo‘lovchilariga mo‘ljallangan (<https://lex.uz/docs/-2602552>).

Til siyosati nuqtayi nazaridan nashrlarni quyidagicha tavsiflash mumkin: “O‘zbekiston” — o‘zbek, rus va ingliz tillarida; “Vizit Uzbekistan” — 14 tilda; “Sakvoyaj” — o‘zbek, rus, ingliz tillarida; “Uzbekistan Travel” — ingliz tilida; “Uzbekistan Airways” — o‘zbek, rus, ingliz tillarida; “Centrum Travel Magazine” — o‘zbek-rus va inglizcha versiyalarda. Bundan ko‘rinib turibdiki, barcha nashrlar kamida ikki tilda, aksariyati esa uch va undan ko‘p tillarda chiqadi, bu xalqaro auditoriyaga yo‘naltirilganligini ko‘rsatadi, o‘zbek mediasining jahonga yuz tuta boshlaganidan dalolat beradi.

Kontent yo‘nalishlari tahlili. 1964-yildan nashr etila boshlagan “Ўзбекистон-Contact” jurnali O‘zbekistonda turizm va madaniy diplomatiyaga xizmat qilgan dastlabki ixtisoslashgan nashrlardan biri hisoblanadi. Jurnal O‘zbekistonning xorij bilan do‘stlik va madaniy aloqalar jamiyati muassisligida chop etilgan bo‘lib, katta adadda nashr qilinishi va keng geografik hududda tarqatilgani bilan ajralib turgan. Nashr 12 tilda, jumladan, sun‘iy til hisoblangan esperanto tilida ham chop etilib, Osiyo, Afrika, Yevropa, Shimoliy va Janubiy Amerika hamda Avstraliya mamlakatlarida tarqatilgan. Jurnal o‘zbek (jumladan, eski o‘zbek yozuviga asoslangan o‘zbek tili), rus, ingliz, arab, dariy, ispan, nemis, urdu, fors, fransuz va hind tillarida nashr etilgan. Sobiq SSSR davrida jurnalga “Союзпечать” tizimi orqali, xorijiy mamlakatlarda esa kitob do‘konlari va obuna xizmatlari orqali ega bo‘lish mumkin edi. Mazkur holat nashrning xalqaro auditoriyaga yo‘naltirilganini hamda O‘zbekistonning madaniy va turistik salohiyatini targ‘ib qilishda muhim kommunikativ vosita bo‘lib xizmat qilganini ko‘rsatadi. Jurnalning 1990–1991-yillardagi sonlari tahlili

shuni ko'rsatadiki, mazkur davrda nashr 63 ming nusxagacha adadda chop etilgan bo'lib, o'sha yillardagi narxi 40 tiyin etib belgilangan. Bu esa jurnalning ommaviy xarakterga ega bo'lganini va keng o'quvchilar auditoriyasiga mo'ljallanganini tasdiqlaydi.

Jurnalning ilk sahifasi "Buyuk Ipak yo'li" deb nomlangan bo'lib, unda "Ўзбекистон-Contact ekspeditsiyasi" rukni doirasida O'zbekiston hududidagi tarixiy obidalar, me'moriy yodgorliklar hamda ular joylashgan hududlarning tarixiy-madaniy xususiyatlari yoritib borilgan. Mazkur rukn jurnalning turistik va madaniy-ma'rifiy yo'nalishini belgilovchi asosiy bo'limlardan biri hisoblangan. Jurnalning "Hamsuhbat" ruknida xalqaro miqyosda taniqli shaxslar, madaniyat va san'at arboblari, shuningdek, respublikada mashhur bo'lgan jamoat vakillari bilan intervyular muntazam chop etilgan. Ushbu materiallar orqali o'quvchilarga turli soha vakillarining qarashlari, ijodiy faoliyati hamda madaniy jarayonlarga oid fikrlari yetkazilgan. Nashrning so'nggi sahifasida joylashtirilgan "Xo'ja Nasriddin kuladi" rukni esa hajviy materiallar, latifalar va kulgili hikoyalarni o'z ichiga olgan. Sahifaning pastki qismida o'zbek milliy oshxonasi va an'anaviy taomlariga bag'ishlangan qisqa ma'lumotlar berib borilgan. Bu esa jurnalning nafaqat turizm, balki milliy madaniyat va turmush tarzini ham targ'ib etishga yo'naltirilganini ko'rsatadi. Jurnalda "Ekologiya va shaharlar" rukni ham mavjud bo'lib, unda davrning dolzarb ekologik muammolari, ayrim shaharlardagi ekologik vaziyat hamda atrof-muhit bilan bog'liq masalalar yoritilgan. Mazkur rukn ekologik mavzularning turizm va shahar madaniyati bilan o'zaro bog'liqligini aks ettirgan. Shuningdek, jurnalning ikki sahifasi "Adabiyot gulshani" rukniga ajratilgan bo'lib, unda o'zbek adabiyoti namunalari muntazam ravishda chop etib borilgan. Jumladan, jurnalning 1991-yil 7-sonida yozuvchi Pirimqul Qodirovning "Yulduzli tunlar" romanidan parcha rus tiliga tarjima qilingan holda e'lon qilinganini kuzatish mumkin. Bu holat jurnal faoliyatida milliy adabiy merosni xorijiy auditoriyaga tanishtirishga ham alohida e'tibor qaratilganini ko'rsatadi.

Ma'lumki, sobiq SSSR davrida o'zbekistonlik yoshlar ittifoq hududining turli mintaqalarida harbiy xizmat o'tagan. Mazkur holat ularda ona yurt sog'inchi, milliy qadriyatlar va yaqin insonlarga bo'lgan mehr tuyg'ularining kuchayishiga sabab bo'lgan. Shu jihatdan jurnal sahifalarida muntazam ravishda chop etilgan "Xizmat qalay, vatandosh" rukni alohida

e'tiborga loyiqdir. Ushbu ruknda sobiq SSSR hududining turli joylarida harbiy xizmatni o'tayotgan o'zbekistonlik askarlar hayotiga oid lavhalar fotomateriallar bilan birga yoritib borilgan. Mazkur materiallar jurnalning ijtimoiy-ma'naviy yo'nalishini kuchaytirgan. Jurnal sahifalarida, shuningdek, O'zbekistonning turistik shaharlari dunyoning mashhur shaharlari bilan qiyosiy tarzda tasvirlanib, ularning tarixiy, madaniy va me'moriy o'ziga xosliklari yoritilgan. Bu usul mamlakatning turistik salohiyatini xalqaro kontekstda namoyish etishga xizmat qilgan. Nashrda "O'zbekcha gaplashamiz" rukni ham muntazam berib borilgan bo'lib, unda o'zbek tilidagi kundalik ehtiyoj uchun zarur bo'lgan so'z va iboralar tarjimalari bilan taqdim etilgan. Ushbu sahifani Ilxom Sul'tonov olib borgan. Mazkur rukn xorijiy auditoriyani o'zbek tili va milliy madaniyat bilan tanishtirishga qaratilgan amaliy-ma'rifiy loyiha sifatida ahamiyat kasb etgan. Jurnalda "Fotooyna" rukni ham mavjud bo'lib, unda Ibrohim Botirboev, Abdug'ani Jumaev, Valentina Kavelina, Igor Yarulin, Aleksandr Koshkin, Valeriya Nikonova, Viktor Mayorov hamda Viktor Svarichevskiy kabi fotojurnalistlarning ishlari chop etilgan. Ushbu fotomateriallar jurnalning vizual-estetik ta'sirchanligini oshirish bilan birga, O'zbekistonning tarixiy obidalari, tabiati va ijtimoiy hayotini tasviriy jihatdan targ'ib etishga xizmat qilgan.

Jurnalda "Dunyo matbuoti ko'zgusi" rukni ham mavjud bo'lib, unda asosan xorijiy nashrlarda O'zbekiston haqida chop etilgan maqolalar qayta e'lon qilinib borilgan. Mazkur materiallar, asosan, O'zbekiston delegatsiyalarining turli davlatlarga amalga oshirgan tashriflari, madaniy tadbirlar hamda xalqaro aloqalar bilan bog'liq mavzularni qamrab olgan. Ma'lumki, sobiq SSSR davrida, shuningdek, mustaqillikning dastlabki yillarida ham fuqarolarning xorijiy davlatlarga borib-kelish imkoniyatlari cheklangan bo'lib, xalqaro tashriflar jamiyatda katta qiziqish uyg'otgan. Shu sababli bunday voqealar xorij matbuotida yoritilgani kabi "Ўзбекистон-Contact" jurnalida ham muntazam ravishda aks ettirib borilgan. Bu esa jurnalning xalqaro axborot almashinuvi va madaniy diplomatiya vositasi sifatidagi funksiyasini namoyon etadi. Jumladan, jurnalning 1992-yil 3-sonida Malayziyaning "New Stripes Times" gazetasida chop etilgan "Olqishlar zarbi" nomli maqola qayta e'lon qilingan. Mazkur materialda O'zbekistondan tashrif buyurgan san'atkorlarning san'at va madaniyat kunlari doirasidagi chiqishlari, o'zbek milliy san'atining Malayziya auditoriyasi tomonidan iliq kutib olingani

haqida soʻz yuritilgan. Xususan, maqolada oʻzbek raqqosalarining “Dilbarim” raqsi tomoshabinlarda katta taassurot qoldirgani va sanʼatkorlarning uzoq davom etgan olqishlarga sazovor boʻlgani qayd etilgan. Ushbu material orqali jurnal xorijiy matbuot nigoʻhida Oʻzbekiston madaniyatining qanday qabul qilinayotganini oʻquvchilarga yetkazishga xizmat qilgan.

Jurnal Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 23-maydagi PQ-2993-sonli “Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Millatlararo munosabatlar va xorijiy mamlakatlar bilan doʻstlik aloqalari qoʻmitasi faoliyatini tashkil etish toʻgʻrisida”gi qaroriga asosan “Oʻzbekiston” nomi bilan qayta tashkil etildi (<https://lex.uz/acts/-3210345>). Mazkur oʻzgarish jurnal faoliyatining yangi bosqichga oʻtganini hamda uning milliy va xalqaro kommunikatsiya tizimidagi oʻrnini mustahkamlashga xizmat qilganini koʻrsatadi. Dastlab 1500 nusxada chop etilgan jurnal hozirgi kunda 1000 nusxada nashr etilmoqda. Nashr oʻzbek, rus va ingliz tillarida chop etilib, koʻp tillilik tamoyili asosida xalqaro auditoriyani qamrab olishga yoʻnaltirilgan. 2025-yildan boshlab jurnal yoʻlovchi poyezdlari va samolyotlarda ham tarqatila boshladi. Bundan tashqari, nashr dunyoning 50 dan ortiq mamlakatlaridagi Oʻzbekiston Respublikasining diplomatik vakolatxonalari orqali xorijiy auditoriyaga yetkazib berilmoqda.

Turizm mavzusiga ixtisoslashgan nashrlardan biri “Vizit Uzbekistan” jurnali boʻlib, u 2014-yildan nashr etila boshlagan. Mazkur jurnal Oʻzbekistonning turizm salohiyati, madaniyati va biznes muhiti haqida axborot berishga yoʻnaltirilgan ixtisoslashgan media nashr hisoblanadi. Jurnalning asosiy maqsadi Oʻzbekistonning sanʼati, modasi, milliy oshxonasi, tarixiy obidalari va tabiiy manzaralarini keng targʻib qilish orqali mamlakatning madaniy boyligini xalqaro auditoriyaga tanishtirishdan iborat. Nashrning maqsadli auditoriyasini xorijiy sayyohlar, ishbilarmon doiralar vakillari, xalqaro delegatsiyalar, xorijiy rezidentlar, shuningdek, Oʻzbekistonning ichki turizmi, madaniyati va sanʼatiga qiziquvchi oʻquvchilar tashkil etadi. Shu jihatdan jurnal turizm, madaniyat va biznes kommunikatsiyasini birlashtiruvchi kompleks media platforma sifatida faoliyat yuritadi. Jurnal ikki oyda bir marta 3000 nusxalik tirajda, 60 sahifa hajmida chop etiladi. Nashrning dastlab ingliz tilida chop etilgani uning xalqaro auditoriyaga yoʻnaltirilganini hamda global media makonda

O‘zbekiston imijini targ‘ib qilishga xizmat qilganini ko‘rsatadi. “Vizit Uzbekistan” jurnalining taqdimotlari Buyuk Britaniya, Hindiston, Ispaniya, Singapur, Yaponiya kabi qator davlatlarda o‘tkazilgan. Mazkur holat jurnalning madaniy diplomatiya vositasi sifatida faol ishtirok etayotganini hamda O‘zbekistonning xalqaro miqyosdagi ijobiy imijini shakllantirishga hissa qo‘shayotganini tasdiqlaydi.

Jurnal mazmuni san‘at, gastronomiya, urf-odatlar, tarix, madaniy tadbirlar, sayyohlik marshrutlari va xaritalari, shuningdek, maxsus takliflar hamda e‘lonlar kabi keng mavzularni qamrab oladi. Mazkur yo‘nalishlar nashrning nafaqat turistik axborot manbayi, balki O‘zbekistonning madaniy va ijtimoiy hayotini kompleks tarzda yorituvchi media platforma sifatidagi funksiyasini ham namoyon etadi. 2023-yilda jurnal tomonidan O‘zbekistonning Avstriyadagi elchixonasi uchun maxsus reliz tayyorlangan bo‘lib, unda ikki davlat o‘rtasidagi diplomatik munosabatlar tarixi, savdo-iqtisodiy hamkorlik va boshqa dolzarb masalalar yoritilgan. Bu jihat jurnal faoliyatining turizm bilan bir qatorda xalqaro kommunikatsiya va madaniy diplomatiya yo‘nalishlarini ham qamrab olayotganini ko‘rsatadi. Jurnal noshiri Dinara&Co. (Dinara Do‘ltayeva) jamoasi tomonidan turli madaniy va imij loyihalari ham amalga oshiriladi. Xususan, xorijiy davlatlarda taqdimotlar, moda namoyishlari, gastronomik tadbirlar hamda O‘zbekiston madaniyati va san‘atini targ‘ib qilishga qaratilgan ijodiy kechalar tashkil etib kelinmoqda. Shuningdek, “Visit Uzbekistan & Hotels” loyihasi, O‘zbekistonning tarixiy shaharlariga sayohat dasturlari (“Visit Uzbekistan Travel”) hamda “Visit Uzbekistan” biznes klubi tashabbusi doirasida hamkorlik uchrashuvlari va biznes forumlarini muntazam o‘tkazish yo‘lga qo‘yilgan. Shu jihatdan, “Visit Uzbekistan” jurnali nafaqat axborot resursi, balki O‘zbekiston va xalqaro auditoriya o‘rtasida kommunikativ ko‘prik vazifasini bajaruvchi muhim media vosita sifatida namoyon bo‘ladi. Nashr o‘zida madaniy yo‘lboshchi, marketing platformasi hamda milliy imijni shakllantiruvchi media mexanizm funksiyalarini mujassam etgan.

“Visit Uzbekistan” jurnali nashrlari mavzu ko‘lamining kengligi bilan ajralib turadi. Jurnal sahifalarida ijodkorlar, rassomlar, mahalliy brend egalari va turizm sohasi vakillari bilan suhbatlarning muntazam berib borilishi mamlakatning zamonaviy madaniy muhitini kengroq anglash imkonini yaratadi. Nashr materiallarida milliy merosni targ‘ib qilish bilan zamonaviy tendensiyalarni uyg‘unlashtirishga alohida e‘tibor qaratiladi. Bu

holat xalq hunarmandchiligi, milliy an'analar va bayramlarga bag'ishlangan materiallarda, shuningdek, sayyohlik, urbanistika, dizayn va tadbirkorlik sohalaridagi yangi tashabbuslarni yoritishda yaqqol namoyon bo'ladi. Shu jihatdan jurnal O'zbekistonni nafaqat boy tarixiy-madaniy merosga ega mamlakat sifatida, balki zamonaviy turizm va madaniy jarayonlar markazi sifatida ham talqin etadi. "Visit Uzbekistan" jurnalining mazmuniy tuzilmasi janrlar xilma-xilligi bilan tavsiflanadi. Nashr tarkibida sayohat qo'llanmalari, intervyular, tarixiy ocherklar, hunarmandchilik va milliy an'analariga oid maqolalar, shuningdek, muhim madaniy hamda biznes tadbirlariga bag'ishlangan reportajlar keng o'rin olgan. Mazkur janrlar tizimi mamlakatning turizm va madaniy hayotini turli rakurslarda yoritish imkonini beradi.

Jurnalda beriladigan qo'llanmalar O'zbekistonning shahar va viloyatlari bo'ylab tematik sayohat yo'nalishlarini qamrab oladi. Mazkur materiallarda asosiy e'tibor madaniy maskanlar, gastronomik obyektlar hamda zamonaviy turistik xizmatlarni yoritishga qaratilgan. San'atkorlar, biznes vakillari, mahalliy brend egalari va xorijiy mehmonlar bilan o'tkazilgan suhbatlar esa mamlakatda turizmni rivojlantirish jarayonlari hamda madaniy muhitga oid individual qarashlarni aks ettiradi. Tarixiy yo'nalishdagi materiallarda muhim tarixiy voqealar, me'moriy meros obyektlari va taniqli shaxslarning tarjimai hollari yoritiladi. Hunarmandchilikka bag'ishlangan maqolalarda esa xalq ustalari faoliyati, an'anaviy hunarmandchilik texnologiyalari hamda nomoddiy madaniy merosni asrab-avaylash masalalariga alohida e'tibor qaratiladi. Shuningdek, jurnal sahifalarida festivallar, ko'rgazmalar, taqdimotlar va boshqa madaniy tadbirlar haqidagi reportajlar muntazam chop etilib, ular keng auditoriya va xalqaro jamoatchilik e'tiborini jalb qilishga xizmat qiladi.

Jurnal materiallari mantiqiy va tizimli kompozitsion tuzilishga ega bo'lib, matnlar ko'pincha ma'lumotni qabul qilishni yengillashtiruvchi tagsarlavhali bloklarga ajratilgan. Nashrlarda mavzuli qo'shimchalar, o'quvchilar uchun amaliy tavsiyalar, infografikalar va vizual diagrammalardan samarali foydalanilishi jurnalning vizual-kommunikativ imkoniyatlarini kuchaytiradi. Materiallar tarkibida qisqa axborot xarakteridagi eslatmalar bilan bir qatorda hikoya elementlariga ega tahliliy maqolalar ham uchraydi. Mualliflar nafaqat faktlarni yetkazishga, balki

ekspressiv lingvistik vositalar yordamida o'quvchida mamlakatning madaniy muhiti haqida obrazli tasavvur hosil qilishga intiladilar. Matnlarda epitet, metafora, qiyoslash va tashbeh kabi badiiy-ifodaviy vositalardan faol foydalaniladi. Bu holat, ayniqsa, me'moriy obidalar, tarixiy maskanlar, gastronomik an'analar va tabiiy landshaftlarni tasvirlashda yaqqol namoyon bo'ladi. Shaharlar tavsifi ko'pincha madaniy va adabiy assotsiatsiyalar bilan boyitiladi, bu esa matnning estetik ta'sirchanligini oshirish bilan birga o'quvchida assotsiativ tafakkur shakllanishiga xizmat qiladi. Maqolalar tili keng o'quvchilar auditoriyasi uchun sodda va tushunarli uslubda bayon etilgan. Mualliflar ortiqcha murakkab terminologiyadan qochib, aniq va ravon tasvir usuliga murojaat qiladilar. Shu sababli jurnal materiallari nafaqat turizm va madaniyat sohasi mutaxassislari, balki mamlakat tarixi va madaniyatiga qiziquvchi keng kitobxonlar ommasi uchun ham qulay axborot manbayi vazifasini bajaradi.

Yuqoridagi tahlillardan kelib chiqib, "Visit Uzbekistan" jurnali mazmunining janr va tarkibiy xilma-xilligi keng auditoriya hamda professional jamoatchilik ehtiyojlarini inobatga olgan holda O'zbekistonning turizm va madaniy salohiyatini har tomonlama yoritishga yo'naltirilganini ko'rish mumkin. "Visit Uzbekistan" jurnalining muhim xususiyatlaridan biri nashrning estetik jozibadorligini ta'minlovchi vizual mukammallikka alohida e'tibor qaratilishidir. Jurnal dizayni me'moriy va tabiiy diqqatga sazovor maskanlar, kundalik hayot manzaralari, xalq hunarmandchiligi, gastronomiya hamda madaniy tadbirlarni aks ettiruvchi professional fotosuratlariga asoslangan. Fotosuratlar matn bilan uzviy uyg'unlashgan holda yagona semantik va hissiy makon hosil qiladi. Vizual materiallar nafaqat matn mazmunini to'ldiradi, balki uni boyitib, o'quvchining idrok doirasini kengaytirishga xizmat qiladi. Jurnal maketi ixchamlik va kompozitsion aniqlikka asoslangan yorqin uslubda ishlab chiqilgan. Matn va grafik bloklarning muvozanatli joylashtirilishi, sarlavhalar, ajratib ko'rsatilgan iqtiboslar, tavsiyalar hamda turistik xaritalardan foydalanilishi jurnalni o'qish va unda navigatsiya qilish qulayligini oshiradi. Shuningdek, jurnal zamonaviy multimedia kommunikatsiyasi talablariga moslashtirilgan rasmiy veb-saytga ham ega. Onlayn versiyada turistik xizmatlarni band qilish, qo'shimcha ma'lumot olish imkonini beruvchi giperhavolalar, integratsiyalashgan videomateriallar, fotogalereyalar va interaktiv elementlar mavjud. Mazkur raqamli imkoniyatlar mobil va onlayn platformalar orqali axborotni faol

iste'mol qiluvchi auditoriya uchun kontentning dinamik va interaktiv bo'lishini ta'minlaydi. "Visit Uzbekistan" jurnali O'zbekistonning madaniy merosi, tarixi, san'ati va zamonaviy hayotiga qiziquvchi xalqaro auditoriyaga yo'naltirilgan nashr sifatida sayyohlik matbuoti media bozorida o'zining barqaror o'rniga ega. Tahririyat siyosati sayohatni nafaqat iste'mol tajribasi, balki madaniyatni anglash va idrok etish vositasi sifatida talqin qiluvchi o'quvchilar ehtiyojlariga ham moslashtirilgan.

Nashrning asosiy maqsadli auditoriyasini O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar, ishbilarmon delegatsiyalar, chet ellik rezidentlar, shuningdek, turizm, madaniyat va mehmondo'stlik sohasi mutaxassislari tashkil etadi. Shu bilan birga, jurnal materiallari mamlakat hududida yashovchi hamda ichki turizm, hududiy an'analar va madaniy tadbirlarga qiziquvchi o'quvchilar ehtiyojlarini ham qamrab oladi. "Visit Uzbekistan" jurnali madaniy yo'nalish va turistik navigator funksiyasini uyg'unlashtirgan yorqin tasvirli nashr sifatida shakllangan. Jurnal O'zbekistonning jozibador va ko'p qirrali qiyofasini yaratishga intiladi. Bu jihat nafaqat matnlar mazmunida, balki vizual dizayn, fotosuratlar sifati, materiallarni taqdim etish uslubi hamda loyihaning xalqaro miqyosdagi faoliyatida ham yaqqol namoyon bo'ladi. Tahririyat konsepsiyasi an'anaviylik va zamonaviylik o'rtasidagi uyg'unlik tamoyiliga asoslangan bo'lib, jurnalni keng kitobxonlar auditoriyasi uchun ham, O'zbekiston bilan madaniy va ishbilarmonlik aloqalarini rivojlantirishdan manfaatdor professional hamjamiyat uchun ham dolzarb media platformaga aylantiradi. Shu jihatdan, "Visit Uzbekistan" jurnalini xalqaro maydonda mamlakatning ijobiy imijini shakllantirishga qaratilgan kommunikatsion strategiyaning muhim tarkibiy qismi sifatida baholash mumkin. Nashr bir vaqtning o'zida axborot, imij va vakillik funksiyalarini bajaradi.

"Visit Uzbekistan" jurnali ikki asosiy formatda: bosma va raqamli versiyalarda faoliyat yuritadi. Har bir format o'ziga xos kommunikativ xususiyatlarga hamda auditoriyaga ta'sir ko'rsatish usullariga ega. Bosma nashr to'liq rangli, yaltiroq muqovali formatda yuqori sifatli qog'ozda chop etilishi bilan ajralib turadi. Jurnal sahifalari yirik hajmdagi professional fotosuratlar bilan bezatilgan bo'lib, matnlarning tizimli joylashtirilishi va mavzuli bloklarning mantiqiy kompozitsiyasi o'quv jarayonini qulaylashtiradi. Mazkur dizayn yechimlari jurnalni nufuzli va imij yaratishga xizmat qiluvchi media mahsulot sifatida qabul qilinishiga

yordam beradi. Raqamli versiya esa ekran orqali foydalanishga moslashtirilgan bo‘lib, kengaytirilgan multimedia imkoniyatlarini taqdim etadi. Raqamli muhit jurnal kontentini tezkor yangilash, videomateriallarni integratsiyalash, fikr-mulohaza shakllari hamda turistik xizmatlarni band qilish imkoniyatlarini qo‘shish orqali auditoriya bilan interaktiv aloqani kuchaytiradi. Har ikki format jurnal faoliyatida muhim ahamiyat kasb etadi, biroq ular turli kommunikativ funksiyalarni bajaradi. Bosma versiya, asosan, mamlakat imijini shakllantirish hamda delegatsiyalar, mehmonlar, tadbir ishtirokchilari va hamkorlar o‘rtasida tarqatiladigan reprezentativ media mahsulot sifatida xizmat qiladi. Raqamli versiya esa auditoriya qamrovini kengaytirish, kontentni media makonida faol targ‘ib qilish va global axborot muhitida tezkor kommunikatsiyani ta‘minlashga yo‘naltirilgan.

“Visit Uzbekistan” jurnali mazmunining tahlili uni axborot, imij va taqdimot funksiyalarini samarali amalga oshirayotgan zamonaviy madaniy yo‘naltirilgan turistik nashr sifatida baholash imkonini beradi. Jurnal materiallari O‘zbekiston tarixi, me‘morchiligi, gastronomiyasi, milliy an‘analari, san‘ati hamda ijtimoiy-madaniy hayotiga oid mavzu va janrlar xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Mazkur xilma-xillik nashrning mamlakat turistik salohiyatini kompleks tarzda yoritishga intilayotganini ko‘rsatadi. Jurnal uslubiy jihatdan publitsistik bayon usulini badiiy va hujjatli tasvir elementlari bilan uyg‘unlashtiradi. Bu esa obrazli til, ifodali vositalar va aniq kommunikativ intonatsiyadan foydalanishda namoyon bo‘ladi. Nashr mazmuni turizm va madaniyatga qiziquvchi xorijiy hamda mahalliy auditoriya ehtiyojlariga moslashtirilgan. Muhim jihatlardan biri jurnalning vizual komponenti bo‘lib, u bosma va raqamli formatlarda yuqori sifatli fotosuratlar hamda estetik jihatdan puxta ishlab chiqilgan maket orqali ifodalanadi. Shuningdek, jurnalning onlayn platformasidagi multimedia va interaktiv elementlar kontentni idrok etish imkoniyatlarini kengaytirish hamda auditoriya faolligini oshirishga xizmat qiladi. Shu jihatdan “Visit Uzbekistan” jurnalini nafaqat axborot manbai, balki madaniy diplomatiyaning samarali media vositasi sifatida ham baholash mumkin.

“Turizm olami” jurnali 2017-yil 26-iyuldan nashr etila boshlagan bo‘lib, har chorakda bir marta chop etiladi. Jurnalning asosiy maqsadi O‘zbekistonda turizm sohasiga oid ilmiy, amaliy va tahliliy ma‘lumotlarni yoritish bilan bir qatorda mamlakatning turistik salohiyatidagi yetarli

darajada ommalashmagan yoʻnalishlarni targʻib qilishdan iborat. Mazkur nashr Oʻzbekiston ichki turizmiga ixtisoslashgan dastlabki jurnallardan biri hisoblanadi. 60 sahifadan iborat jurnal 3000 nusxada chop etilib, oʻzbek, rus va ingliz tillarida nashr qilinadi. “Turizm olami” jurnali Oʻzbekistonning turistik salohiyatini xalqaro miqyosda targʻib qilishga xizmat qiluvchi yaltiroq muqovali ixtisoslashgan nashr sifatida faoliyat yuritadi. Jurnal sahifalarida mamlakatning diqqatga sazovor maskanlari, gastronomik obyektlari va sayohat yoʻnalishlari haqida maʼlumotlar beriladi. Nashr dunyoning 94 ta davlatida tarqatilishi bilan ham ahamiyatlidir. Jurnal tarkibida “Turizm sohasi yangiliklari”, “Yangi yoʻllar va ochilmagan qirralar”, “Oʻzbekistonda turizmni rivojlantirish”, “Turizmning dolzarb muammolari”, “Oʻzbekiston afsonalari”, “Amaliy sanʼat”, “Elchilar va konsullar bilan suhbatlar”, “Sohaga doir huquqiy yangiliklar” kabi ruknlar mavjud. Ushbu ruknlar orqali turizm sohasi bilan bogʻliq dolzarb masalalar, milliy hunarmandchilik, tarixiy-madaniy meros hamda xalqaro hamkorlik yoʻnalishlari yoritib boriladi. Jurnalning asosiy vazifalaridan biri xorijiy sayyohlarni Oʻzbekistonga jalb qilish, milliy anʼanalar va hunarmandchilikni targʻib etishdan iborat. “Turizm olami” jurnali turli kommunikativ maydonlarda tarqatiladi. Jumladan, turistik markazlar, mehmonxonalar, mehmon uylari va turistik agentliklarda; mahalliy va xalqaro aeroportlar hamda turistik axborot markazlarida; muzeylar, konsert zallari va boshqa tarixiy-madaniy obyektlarda; shuningdek, turistik yarmarkalar va xalqaro festivallarda tarqatilishi yoʻlga qoʻyilgan. Bundan tashqari, jurnalning onlayn formati ham mavjud boʻlib, u dunyoning istalgan nuqtasidan foydalanish imkoniyatini beradi. Jurnal mavzulari turizm, madaniyat, tarix, hunarmandchilik, turli tadbir va festivallarni qamrab oladi. Shu bilan birga, maqolalarda turizmning iqtisodiy va madaniy ahamiyati hamda oʻzaro hamkorlik imkoniyatlari ham tahlil qilinadi.

Jurnal maqolalari, asosan, xorijiy sayyohlar hamda Oʻzbekistonning tarixiy-madaniy merosiga qiziquvchi auditoriyaga moʻljallanganligi bilan ajralib turadi. Shu sababli materiallarda sayyohlar uchun amaliy ahamiyatga ega boʻlgan foydali maʼlumotlar keng oʻrin olgan. Xususan, maqolalarda turistik marshrutlar, mehmonxonalar, restoranlar va xizmat koʻrsatish obyektlariga oid tavsiyalar hamda takliflar muntazam berib boriladi. Jurnal sahifalarida Oʻzbekistonning boshqa davlatlar bilan madaniy aloqalari va xalqaro hamkorligi haqidagi materiallar ham doimiy

ravishda yoritiladi. Bu esa nashrning nafaqat turistik axborot manbayi, balki madaniy diplomatiya vositasi sifatidagi funksiyasini ham namoyon etadi. “Turizm olami” jurnali turizm sohasidagi yangiliklar, statistik ko‘rsatkichlar va dolzarb tendensiyalar bilan tanishish uchun muhim axborot manbayi vazifasini bajaradi. Nashr turizm, madaniyat va ma’naviyat sohalaridagi yangiliklar, tadbirlar, tajribalar hamda hamkorlik aloqalarini targ‘ib qilishga yo‘naltirilgan. Jurnal materiallarida O‘zbekistonning tarixiy va madaniy merosi, yangi ekskursiya yo‘nalishlari, turistik tadbirlar va festivallar haqida ma’lumotlar berilishi bilan bir qatorda, amaliy tavsiyalar va takliflar ham keng yoritiladi.

Milliy turizmni rivojlantirish va xorijiy auditoriyani O‘zbekistonning tarixiy obidalari hamda tabiiy maskanlari bilan tanishtirishda ommaviy axborot vositalarining o‘rni muhim ahamiyat kasb etadi. Ana shunday ixtisoslashgan nashrlardan biri “Uzbekistan Travel” jurnali bo‘lib, u O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi tomonidan 2020-yil 20-noyabrda 0915-son bilan ro‘yxatdan o‘tkazilgan (<https://kaleon.uz/catalog/view?path=uzbekistan-travel>). Mazkur jurnal O‘zbekistonda sayyohlar va ishbilarmonlar uchun ingliz tilida chop etilgan dastlabki turistik nashrlardan biri hisoblanadi. Unda mamlakatning turistik salohiyati, ijtimoiy-madaniy hayoti, san’ati, gastronomiyasi, urf-odatlarini, tarixiy merosi va taniqli shaxslari haqida sifatli axborot materiallari berib boriladi. Jurnalning muhim jihatlaridan biri uning sodda va tushunarli uslubda yozilganidir. Materiallarning soddaligi ingliz tilini yangi o‘rganayotgan o‘quvchilar uchun ham mazmunni oson qabul qilish imkonini yaratadi. Shu jihatdan nashrning kommunikativ samaradorligi va keng auditoriyaga moslashganligi namoyon bo‘ladi. Nashrning vizual komponentiga ham alohida e’tibor qaratilgan. Yorqin ranglar, professional tarzda suratga olingan fotosuratlar va sifatli dizayn yechimlari o‘quvchida O‘zbekistonning tarixiy-madaniy merosi, tabiiy manzaralari va zamonaviy infratuzilmasi haqida obrazli tasavvur shakllantiradi. Jurnal sahifalarida turistik marshrutlar, xaritalar, bo‘lajak tadbirlar afishalari va foydali xaridlar haqidagi ma’lumotlar ham keng o‘rin olgan. Jurnal har chorakda 10 ming nusxagacha adadda chop etiladi. Bundan tashqari, maxsus sonlari har oy 3000 nusxada nashr qilinib, dunyo bo‘ylab elchixonalar, sayyohlik kompaniyalari, xalqaro turizm ko‘rgazmalari va hamkor tashkilotlar orqali tarqatiladi. Mazkur holat jurnalning xalqaro auditoriyani qamrab olishga yo‘naltirilganini ko‘rsatadi. “Uzbekistan Travel” jurnalini O‘zbekistonning

turistik imkoniyatlarini zamonaviy talqinda namoyish etuvchi xalqaro turistik nashr sifatida baholash mumkin. Jurnal sahifalarida yangi sayyohlik yoʻnalishlari, tabiatning kam oʻrganilgan maskanlari, milliy anʼanalar hamda Oʻzbekiston tarixida muhim oʻrin tutgan shaxslar haqida maʼlumotlar beriladi. Nashrning bugungi kungacha chop etilgan sonlari tahlili shuni koʻrsatadiki, unda oʻzbek milliy taomlari, urf-odatlari va madaniy qadriyatlari sodda hamda xalqona uslubda yoritiladi. Jurnal muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri jurnalistlarning sayyohlar uchun qiziqarli obyektlarni toʻgʻri tanlay olishi, eʼtiborni tortuvchi sarlavhalardan foydalanishi hamda vizual materiallarni estetik jihatdan muvaffaqiyatli joylashtira olishidadir.

2017-yil oktabr oyidan boshlab Oʻzbekistonda sayohatga qiziquvchilar, uzoq shahar va mamlakatlarning tarixi, madaniyati hamda muhitini oʻrganishga intiluvchi auditoriya uchun moʻljallangan rang-barang, yaltiroq muqovali va illyustratsiyalarga boy “Sakvoyaj” jurnali nashr etila boshladi. Mazkur jurnal Oʻzbekiston boʻylab sayohatlar, shuningdek, turli mamlakatlar va xalqlarning madaniyati hamda anʼanalari haqidagi maʼlumotlarni yoritishga ixtisoslashgan nashr hisoblanadi. Jurnal rus, oʻzbek va ingliz tillarida yiliga toʻrt marotaba, 120 sahifa hajmida chop etiladi. “Sakvoyaj” sayohatni sevuvchilar uchun moʻljallangan boʻlib, auditoriya jihatidan yosh va etnik qatlamlar bilan cheklanmaydi. Nashr mavzu va geografik qamrov nuqtayi nazaridan keng yoʻnalishga ega. Jurnal maʼnaviy-maʼrifiy, ijtimoiy va axborot-reklama nashri sifatida shakllangan boʻlib, uni yaratishda professional fotograflar, jurnalistlar, dizaynerlar hamda reklama sohasi mutaxassislari ishtirok etgan. Shu bilan birga, jurnal oʻquvchilarga sayohatni rejalashtirish boʻyicha amaliy tavsiyalar ham taqdim etadi. Nashr sahifalarida turli mamlakatlarning oʻziga xos jihatlari, mashhur shaharlari va diqqatga sazovor maskanlari haqida maʼlumotlar berilishi bilan bir qatorda, sayohat marshrutlari batafsil tahlil qilinadi, mamlakatlarga oid qiziqarli faktlar jamlanadi hamda asosiy turistik obyektlar tavsiflanadi. Shuningdek, milliy taomlar, mahalliy urf-odatlar, iqlim va boshqa madaniy xususiyatlarga oid maʼlumotlar ham keng yoritiladi. Jurnalning asosiy tamoyillari dunyoga ochiq qarash, ijobiy kayfiyat va maʼlumot berishga yoʻnaltirilgan. Uning auditoriyasini tarix va sayohatga qiziquvchilar, turistik firma va agentliklar vakillari, muzey xodimlari, ekskursiya va sayohatlarni tashkil etish boʻyicha mutaxassislar, gid-tarjimonlar, oliy taʼlim muassasalari talabalari va professor-

o‘qituvchilari, tarix hamda geografiya fani o‘qituvchilari tashkil etadi. Shu jihatdan jurnal keng kitobxonlar ommasiga mo‘ljallangan universal turistik nashr sifatida namoyon bo‘ladi. Jurnalning “Biz bilan dunyoni kashf eting! Qayta-qayta hayratlanish uchun sayohat qiling!” shiori uning konseptual yo‘nalishini va auditoriyaga mo‘ljallangan kommunikativ g‘oyasini ifodalaydi.

O‘zbekiston turizm jurnalistikasiga xizmat qilgan hududiy ixtisoslashgan nashrlardan biri “Olamaro” jurnali hisoblanadi. Mazkur jurnal 2017-yil iyul oyidan 2021-yil dekabr oyigacha nashr etilgan bo‘lib, faoliyati davomida jami 50 ta son chop qilingan. Nashr moliyaviy qiyinchiliklar sababli o‘z faoliyatini to‘xtatgan. Jurnalning bosh muharriri Sevara Alijonova, dizayneri Rahmatjon Yunusov, muxbiri Charos Nizomiddinova bo‘lgan. Bundan tashqari, nashr faoliyatida mualliflar jamoasi ham ishtirok etgan. Dastlab 1000 nusxada chop etilgan jurnalning adadi 2021-yilga kelib 1965 nusxaga (№ 50 son) yetgan. Bu holat jurnalning o‘z auditoriyasini shakllantira olganini va unga bo‘lgan qiziqish ortib borganini ko‘rsatadi. “Olamaro” jurnalida turli mavzularni qamrab oluvchi ruknlar mavjud bo‘lib, ular orasida “Turagent tavsiya qiladi”, “Tashrif qog‘ozi”, “Sayyoh”, “O‘zbekiston”, “Xorijdagi hamyurtim”, “Bir asar tarixi”, “Kutubxona”, “Brend”, “Taqvim” va “Mashhurlar” kabi bo‘limlar alohida e‘tiborga loyiqdir. Ushbu ruknlar orqali turizm, madaniyat, adabiyot, tarix va vatandoshlar hayotiga oid materiallar yoritib borilgan. Shu jihatdan “Olamaro” jurnalini hududiy turizm jurnalistikasi rivojiga hissa qo‘shgan ixtisoslashgan nashrlardan biri sifatida baholash mumkin. Biroq, yuqorida ta’kidlanganidek, moliyaviy muammolar tufayli jurnalning nashri hozirgi kunda to‘xtatilgan.

2025-yil avgust oyida “Tourism Uzbekistan” jurnalining ilk soni nashr etildi. Jurnal asoschisi Albert Iskandarov, bosh muharriri Ikrom Xo‘jamuratov hisoblanadi. Mazkur jurnal choraklik nashr bo‘lib, bugungi kunga qadar uning 3 ta soni chop etilgan. Jurnalning ilk sonida muassis Albert Iskandarovning mushtariylarga murojaatidagi quyidagi fikrlar diqqatga sazovordir: “Siz qo‘lingizda ushlab turgan ushbu jurnal brendini yaratishdan asosiy maqsadimiz — O‘zbekiston turizm sanoatini rivojlantirishga oz bo‘lsa-da o‘z hissamizni qo‘shishdan iborat... O‘zbekiston turizmi so‘nggi yillarda jadal sur‘atlarda rivojlanmoqda. Mintaqada turizm infratuzilmasi, mehmonxonalar va xizmatlar sifatini

oshirish bu jarayon muvaffaqiyati uchun muhimdir. O‘zbekiston hukumatining turizmni qo‘llab-quvvatlash siyosati, xalqaro hamkorlik va yangiliklarni joriy etish turizm sohasida yangi imkoniyatlar yaratilishiga xizmat qilmoqda”. Mazkur fikrlardan ko‘rinadiki, jurnal faoliyati, avvalo, turizm mavzusini targ‘ib qilish va O‘zbekistonning turistik salohiyatini ommalashtirishga qaratilgan. Shu jihatdan “Tourism Uzbekistan” jurnalining milliy iqtisodiyotda turizm ulushini oshirish hamda mamlakatning turizm brendini rivojlantirishga amaliy hissa qo‘shishi kutilmoqda.

Turizm jurnalistikasiga ixtisoslashgan nashrlarning yana bir turkumi xalqaro amaliyotda “parvoz jurnali” (inflight magazine) deb yuritiladi. Mazkur nashrlar, asosan, parvoz vaqtida yo‘lovchilarga axborot va ko‘ngilochar materiallar taqdim etish maqsadida chop etiladi. Xalqaro fuqaro aviatsiyasi to‘g‘risidagi Konvensiyaning 29-moddasiga muvofiq, jurnal xalqaro parvozlarni amalga oshiruvchi havo kemalari uchun majburiy hujjatlardan biri hisoblanib, unda havo kemasi, ekipaj va amalga oshirilayotgan parvoz haqidagi ma’lumotlar aks ettiriladi. Shu bilan birga, parvoz jurnallari muayyan mamlakatga tashrif buyurayotgan turistlar uchun o‘ziga xos “tashrif qog‘ozi” vazifasini ham bajaradi. Mazkur nashrlar orqali yo‘lovchilarga mamlakatning turistik salohiyati, tarixiy-madaniy merosi, milliy an‘analari, gastronomiyasi va zamonaviy infratuzilmasi haqida ma’lumot beriladi. Shu jihatdan parvoz jurnallarini turizm jurnalistikasining muhim kommunikativ vositalaridan biri sifatida baholash mumkin.

1993-yildan nashr etib kelinayotgan “Uzbekistan Airways” parvoz jurnali O‘zbekiston turizmini rivojlantirishga xizmat qilayotgan muhim ixtisoslashgan nashrlardan biri hisoblanadi. “Uzbekistan Airways” jurnali O‘zbekiston milliy aviakompaniyasining kommunikatsiya strategiyasining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, uning asosiy maqsadi yo‘lovchilarga sayohat tajribasini boyituvchi qiziqarli va foydali axborotlarni taqdim etishdan iborat. Jurnal sahifalarida O‘zbekistonning madaniyati, turizmi, tarixi va zamonaviy hayotiga oid maqolalar muntazam chop etilib, ular xalqaro yo‘lovchilarda mamlakat haqida ijobiy tasavvur shakllantirishga xizmat qiladi. Shu jihatdan nashr O‘zbekistonning turistik salohiyatini targ‘ib qiluvchi muhim media vositalardan biri sifatida namoyon bo‘ladi. Jurnal tarixi aviakompaniya tomonidan milliy xususiyatlarni aks ettiruvchi hamda

O‘zbekistonning turistik imkoniyatlarini ommalashtirishga xizmat qiluvchi maxsus nashr yaratish tashabbusi bilan bog‘liqdir. Respublika mustaqillikka erishganidan so‘ng, 1992-yil 28-yanvarda Milliy aviakompaniya tashkil etildi va oradan ko‘p o‘tmay, 1993-yildan boshlab o‘z jurnalini nashr eta boshladi. “Uzbekistan Airways” jurnali ilk bor 1993-yilda chop etilgan bo‘lib, Milliy aviakompaniyaning birinchi rasmiy nashri hisoblanadi. Jurnal har chorakda o‘zbek, rus va ingliz tillarida nashr etiladi.

Dastlabki sonlarda jurnalning o‘ziga xosligini ta’kidlash maqsadida muqovada “Sizning shaxsiy nusxangiz” degan yozuv berilgan. Bugungi kunga kelib jurnalning adadi 21 ming nusxani tashkil etadi. Jurnalning asosiy ruknlarida aviakompaniya faoliyatiga oid yangiliklar, turistik yo‘nalishlar, madaniy va tarixiy diqqatga sazovor maskanlar haqidagi maqolalar, taniqli shaxslar bilan suhbatlar hamda sayohatchilar uchun amaliy tavsiyalar muntazam yoritib boriladi. Har bir material yuqori sifatli fotosurat va illyustratsiyalar bilan boyitilgan bo‘lib, bu jurnalning vizual jozibadorligini oshiradi. “Uzbekistan Airways” jurnalining kontent tuzilishi yo‘lovchilarning turli toifadagi manfaatlarini qondirishga yo‘naltirilgan. Unda yangiliklar, intervyular, fotoreportajlar va ko‘ngilochar materiallar kabi turli janrlardan foydalanilishi har bir o‘quvchi uchun qiziqarli kontent taqdim etish imkonini yaratadi. 2023-yil oktabr oyida jurnal ikki yillik tanaffusdan so‘ng qayta nashr etila boshlaganini ham alohida qayd etish lozim. So‘nggi yillarda “Uzbekistan Airways” jurnali raqamli media makonidagi faoliyatini ham rivojlantirib bormoqda. Nashr chop etilishi vaqtincha to‘xtatilgan davrda ham uning onlayn versiyasi faoliyat yuritgan va internet platformalari orqali o‘quvchilarga taqdim etilgan. Shuningdek, jurnal materiallari “Gazetalar sharhi” telegram kanali orqali ham muntazam joylashtirib boriladi (https://t.me/gazetalar_sharhi).

Nashrning onlayn versiyasi aviakompaniyaning rasmiy veb-saytida joylashtirilgan bo‘lib, bu yo‘lovchilarga jurnalni istalgan vaqtda hamda istalgan hududdan turib o‘qish imkoniyatini yaratadi. Mazkur imkoniyat auditoriya bilan kommunikatsiyani kengaytirish va raqamli media formatlarini afzal ko‘radigan zamonaviy o‘quvchilarni jalb qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. O‘zbekiston uchun “Uzbekistan Airways” kabi parvoz jurnalining yaratilishi va rivojlanishi milliy turizmni targ‘ib qilish yo‘lidagi muhim qadamlardan biri hisoblanadi. Jurnal yo‘lovchilarga yuqori sifatli va rang-barang kontent taqdim etish orqali professional yondashuv hamda

zamonaviy media innovatsiyalarini namoyon etadi. Shu jihatdan “Uzbekistan Airways” jurnalining O‘zbekistonning milliy imijini shakllantirish va turizm sohasini rivojlantirishdagi o‘rni alohida ahamiyatga ega. Nashrning asosiy vazifalaridan biri O‘zbekistonning xalqaro maydondagi nufuzini oshirish hamda mamlakatning turistik salohiyatini xorijiy auditoriyaga samarali targ‘ib qilishdan iboratdir.

“Centrum Travel Magazine” sayohat, madaniyat, gastronomiya va turmush tarzi mavzulariga ixtisoslashgan zamonaviy nashr hisoblanadi. Mazkur jurnal sayohat yo‘riqnomalari, madaniy masalalarga bag‘ishlangan maqolalar hamda dunyo xalqlari turmush tarziga oid hikoyalarni o‘zida mujassam etgan o‘zbek parvoz nashrlaridan biridir. Jurnal nisbatan yangi nashr bo‘lib, sayohat jurnalistikasi, madaniy jurnalistika va lifestyle yo‘nalishlari kesishgan nuqtada faoliyat yuritadi. Turizmga ixtisoslashgan “Centrum Travel Magazine” jurnali 2023-yil 20-dekabrda ommaviy axborot vositasi sifatida ro‘yxatdan o‘tgan bo‘lib, Centrum Air aviakompaniyasiga tegishli. Jurnalning bosh muharriri Elizaveta Almazova hisoblanadi. Nashr Centrum Air aviakompaniyasining barcha yo‘nalishlaridagi parvozlarda yo‘lovchilarga tarqatiladi. Shu bilan birga, jurnalning raqamli versiyasi ham mavjud bo‘lib, uni rasmiy veb-sayt orqali o‘qish mumkin (<https://centrum-air.com/ru/journal>). Dastlab jurnal “Centrum Inflight” nomi bilan chop etilgan bo‘lsa, 2024-yilning 3-sonidan boshlab “Centrum Travel Magazine” nomi bilan nashr etila boshlagan. Jurnal choraklik nashr bo‘lib, yiliga to‘rt marotaba chop etiladi. Uning eng so‘nggi soni 6000 nusxada nashr etilgan. Dastlab jurnal o‘zbek va rus tillarida chop etilgan bo‘lsa, 4-sonidan boshlab zamonaviy media talablari hamda xalqaro auditoriya ehtiyojidan kelib chiqib ingliz tilidagi versiyasi ham yo‘lga qo‘yilgan. Ingliz tilidagi nashr 2000 nusxada chop etilgan. Hozirgi kunda jurnalning ikki versiyasi: ruscha-o‘zbekcha va inglizcha variantlari muntazam ravishda nashr etib kelinmoqda.

Sayohat qo‘llanmalari va marshrutlarga bag‘ishlangan materiallar madaniy tadbirlar hamda yangi turistik tajribalarni izlayotgan sayohatchilar uchun amaliy qo‘llanma vazifasini bajaradi. Jurnal o‘quvchilarga nafaqat an’anaviy diqqatga sazovor maskanlar, balki kam tanilgan va o‘ziga xos joylarni ham qamrab olgan puxta ishlab chiqilgan marshrutlarni tavsiya etadi. Jumladan, tabiat qo‘ynidagi kafelar, san’at maydonlari, hunarmandchilik ustaxonalari, bozorlar, mahalliy ustaxonalar va

ko'pchilikka ma'lum bo'lmagan me'moriy obidalar haqidagi materiallar muntazam yoritib boriladi. Mazkur materiallar mavzusi keng ko'lamni qamrab oladi. Ular Samarqand, Buxoro va Xiva kabi boy tarixiy-madaniy merosga ega shaharlarga bag'ishlangan tarixiy-marshrut maqolalaridan tortib, qadimiy buyumlar, me'morchilik va shahar ramziyligiga oid materiallar, milliy taomlar, mahalliy mahsulotlar va an'anaviy retseptlarga asoslangan gastronomik maqolalar, shuningdek, urbanistik rivojlanish, ijodiy makonlar, yangi prospekt va bog'lar haqida hikoya qiluvchi materiallarga bo'lgan yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, jurnal sahifalarida tog'li hududlar, shifobaxsh buloqlar, tabiiy bog'lar va ekoturizm maskanlariga tashrif buyurish bo'yicha tavsiyalar ham keng yoritiladi. Nashrning asosiy geografik yo'nalishi Centrum Air aviakompaniyasi qatnovlarini amalga oshiradigan hududlarga, xususan, Markaziy Osiyo, Kavkaz va Sharqiy Yevropa mamlakatlariga qaratilgan. Shu bilan birga, jurnal faoliyati bosqichma-bosqich kengayib borib, xalqaro turistik yo'nalishlarga oid materiallar ham muntazam ravishda nashr etila boshlagan.

Shundan kelib chiqib, "Centrum Travel Magazine" jurnali nafaqat tematik marshrutlarni taklif qiluvchi nashr, balki mahalliy madaniy muhitni anglash va turistik tajriba doirasini kengaytirishga xizmat qiluvchi media platforma sifatida namoyon bo'ladi, deyish mumkin. Mazkur yondashuv o'quvchida tasvirlanayotgan hudud bilan hissiy aloqa shakllanishiga, sayohat jarayonida bevosita ishtirok etish istagining ortishiga xizmat qiladi. Madaniyatshunoslik nuqtayi nazaridan jurnalning muhim jihatlaridan biri mahalliy kontekstga alohida urg'u berilishidir. Nashr sahifalarida autentik madaniy kodlar, me'moriy xususiyatlar, gastronomik an'analar hamda badiiy-amaliy tajribalar keng yoritiladi. Shu jihatdan jurnal sayohatni nafaqat geografik harakat, balki madaniy tajriba sifatida talqin etadi. Parvoz nashrlari orasida "Centrum Travel Magazine" nisbatan yangi va metodologik jihatdan zamonaviy yondashuvni namoyon etuvchi nashr sifatida ajralib turadi. Unda an'anaviy turistik obyektlar bilan bir qatorda mahalliy ustaxonalar, san'at maydonlari, bozorlar va kam tanilgan maskanlar haqida ham materiallar berilishi jurnalning o'ziga xos jihatlaridan biridir.

Yuqorida nomlari tilga olingan jurnallar faoliyatini o'rganish ushbu nashrlarni zamonaviy madaniy turizm ommaviy axborot vositalarining

o‘ziga xos namunalari sifatida baholash imkonini beradi. Mazkur nashrlarning asosiy vazifalaridan biri mamlakatning turistik va madaniy obyektlarini keng targ‘ib qilishdan iborat. Turistik yo‘nalishlar, muzeylar, qo‘riqxonalar hamda boshqa diqqatga sazovor maskanlarning yorqin fotosuratlar va batafsil tavsiflar asosida yoritilishi o‘quvchilar va sayyohlarda ushbu joylarga tashrif buyurish istagini shakllantiradi. Bu jarayon nafaqat sayyohlar oqimini ko‘paytirishga, balki xalqaro auditoriyada mamlakat haqidagi ijobiy tasavvurlarni mustahkamlashga ham xizmat qiladi. Shu jihatdan turizmga ixtisoslashgan nashrlar mamlakat imijini shakllantiruvchi muhim kommunikativ vositalardan biri sifatida namoyon bo‘ladi. Milliy mahsulotlar va brendlarni targ‘ib qilishda parvoz nashrlari ham muhim o‘rin egallaydi. Mahalliy mahsulotlar va xizmatlarga bag‘ishlangan reklama hamda imij xarakteridagi maqolalar ijobiy media qiyofani yaratish va uni saqlashga yordam beradi. Natijada yo‘lovchilar va xorijiy auditoriya mahalliy mahsulotlarning sifati hamda o‘ziga xos xususiyatlari bilan tanishadi, bu esa ularni xalqaro miqyosda ommalashtirish va milliy brendni mustahkamlashga xizmat qiladi.

2022–2026-yillarda Yangi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasida “O‘zbekistonga sayohat” dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 millionga, respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy sayyohlar sonini esa 9 millionga yetkazish asosiy maqsad sifatida belgilangan (<https://lex.uz/docs/-5841063>). Turizm imkoniyatlaridan keng foydalanish maqsadida xorijiy sayyohlar qiziqishini uyg‘otadigan xalqaro turizm markazlarini tashkil etish, an‘anaviy turmush tarzi va o‘ziga xos hunarmandchilikka ega sayyohlik qishloqlarini rivojlantirish, yangi turistik yo‘nalishlarni ochish, zamonaviy turizm va transport infratuzilmasini yaratish hamda turizm klasterlarini shakllantirish zarur hisoblanadi. Mamlakat iqtisodiyotini yuksaltirishda turizmni rivojlantirish muhim omillardan biri sanaladi. Shu bois ziyorat, tibbiy, ekologik, gastronomik, etno, ekstremal va boshqa turizm yo‘nalishlarini rivojlantirish dolzarb vazifalardan biri bo‘lib qolmoqda. Turizmni targ‘ib qilishda, turistlar uchun yaratilgan qulay sharoitlarni yoritishda ommaviy axborot vositalarining, ayniqsa, turizm jurnalistikasining o‘rni beqiyosdir. Mamlakatni o‘rganishga bo‘lgan qiziqishning ortishi va xalqaro tashrif buyuruvchilar oqimining ko‘payishi bilan bir qatorda, sayohat kontentini tarqatish usullarini o‘zgartirishda raqamli innovatsiyalarning ta‘sirini ham e‘tibordan chetda qoldirib bo‘lmaydi.

Raqamli innovatsiyalarning rivojlanishi O‘zbekistondagi turizm jurnalistikasi faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, video-kontent platformalari va ixtisoslashgan onlayn nashrlarning ommalashuvi jurnalistlar uchun sayohat mavzusidagi materiallarni yaratish va tarqatishning yangi kommunikativ maydonlarini shakllantirmoqda. Hozirgi davrda sayohat kontenti tobora multimediyaviy xarakterga ega bo‘lib bormoqda. Matnli maqolalar rangli fotosuratlar, videobloglar, podkastlar va interaktiv marshrut xaritalari bilan boyitilib, auditoriyaga axborotni yanada qulay va ta’sirchan shaklda yetkazish imkonini bermoqda. Bunday sharoitda turizm jurnalistining muvaffaqiyatli faoliyati nafaqat matn bilan ishlashdagi yuqori professional mahoratni, balki zamonaviy raqamli texnologiyalarni puxta o‘zlashtirishni, axborotni taqdim etish formatlaridagi o‘zgarishlarga tez moslashishni hamda onlayn kommunikatsiya va reklama imkoniyatlaridan samarali foydalanishni talab etadi.

Texnologik o‘zgarishlar bilan bir qatorda, davlat tomonidan turizmni rivojlantirish va turizmga oid loyihalarni ommaviy axborot vositalarida qo‘llab-quvvatlash borasida amalga oshirilayotgan sa’y-harakatlarni ham alohida ta’kidlash lozim. So‘nggi yillarda O‘zbekiston hukumati turizm sohasini faol rivojlantirish siyosatini olib borib, uni milliy iqtisodiyotning ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgiladi. Xorijiy mehmonlar uchun jozibador muhit yaratish maqsadida yirik infratuzilma loyihalari amalga oshirilmoqda, tarixiy obidalar rekonstruksiya qilinmoqda hamda yangi turistik yo‘nalishlar ishlab chiqilmoqda. Mazkur yo‘nalishdagi muhim tashabbuslardan biri sifatida Islom sivilizatsiyasi markazining tashkil etilishini qayd etish mumkin.

Mamlakatning turistik salohiyatini keng targ‘ib qilishga qaratilgan ommaviy axborot vositalari tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash davlat strategiyasining muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Shu maqsadda xorijiy ommaviy axborot vositalari vakillari va blogerlar uchun festivallar, ko‘rgazmalar hamda axborot sayohatlari tashkil etilmoqda. O‘zbekistonni xalqaro maydonda targ‘ib qilishda zamonaviy raqamli vositalar bilan bir qatorda an’anaviy kommunikatsiya kanallaridan ham faol foydalanilmoqda. Bunga misol sifatida 1998-yilda respublika hukumati ko‘magida mamlakatdagi xususiy turoperatorlar va mehmonxonalar tashabbusi bilan tashkil etilgan O‘zbekiston Xususiy

Turistik Tashkilotlari Assotsiatsiyasini keltirish mumkin. Mazkur nodavlat notijorat jamoat tashkiloti turoperatorlar, mehmonxona biznesi vakillari hamda mehmon uylari faoliyatini birlashtiradi. Assotsiatsiya tomonidan har yili turizm sohasidagi tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan turli loyihalar ishlab chiqilib, amaliyotga tatbiq etiladi (<https://www.apta.uz/ru/page/1>).

Turizm jurnalistikasi sohasi vakillari uchun bugungi kunda keng imkoniyatlar mavjud. Xususan, maqolalar uchun dolzarb va qiziqarli mavzularni topish, yangi axborot manbalariga kengroq kirish, shuningdek, turizm tadbirlari va soha faoliyatini professional yoritishdan manfaatdor davlat hamda xususiy tashkilotlar bilan hamkorlik qilish imkoniyatlari tobora kengayib bormoqda. Mavjud turizmga ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalari faoliyatini tahlil qilish turizm jurnalistikasining amaliyotda qanday namoyon bo‘layotganini chuqurroq anglash imkonini beradi. Mazkur jurnallarning umumiy maqsadi O‘zbekistonda turizmni targ‘ib qilishdan iborat bo‘lsa-da, ular o‘z strategiyasi, axborotni taqdim etish formatlari hamda maqsadli auditoriyasi jihatidan bir-biridan farqlanadi. Turizm jurnallarining rivojlanishi nafaqat o‘quvchilar auditoriyasi, balki ushbu yo‘nalishga ixtisoslashgan jurnalistlar uchun ham yangi imkoniyatlarni yuzaga keltirmoqda. O‘zbekistonda turizm sohasi hamda raqamli medianing jadal rivojlanishi turizm jurnalistikasi mutaxassislari kasbiy faoliyatining kengayishiga va professional o‘shish istiqbollarning ortishiga xizmat qilmoqda. Sayohatga bo‘lgan qiziqishning ortib borishi esa vizual jihatdan jozibador, mazmunan boy va auditoriya ehtiyojlariga mos sifatli kontent yarata oladigan malakali jurnalistlarga bo‘lgan ehtiyojni kuchaytirmoqda.

Asosiy omillardan biri sifatida yangi media platformalar: onlayn nashrlar, bloglar, YouTube kanallari, podkastlar hamda yirik ommaviy axborot vositalaridagi ixtisoslashgan bo‘limlarning shakllanishini ko‘rsatish mumkin. Mazkur platformalar ijodiy fikrni erkin ifodalash, turli media formatlari bilan tajriba o‘tkazish hamda o‘quvchi va tomoshabinlar auditoriyasini kengaytirish uchun qulay imkoniyatlarni yaratmoqda.

Bundan tashqari, turizm jurnalistlari va turistik kompaniyalar, mehmonxonalar, gidlar hamda madaniy tashkilotlar o‘rtasidagi hamkorlik aloqalari tobora mustahkamlanib bormoqda. Bu esa jurnalistlarning eksklyuziv axborot va kontentga kengroq kirishiga, shuningdek,

professional aloqalar tarmog'ining rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Mustaqil turizm jurnalistikasi namunasi sifatida YouTube platformasidagi Jamshidxon Ziyoxonov kanalini misol tariqasida keltirish mumkin (<https://www.youtube.com/@Ziyokhonov>). Jamshidxon Ziyoxonov kanali muallif tomonidan dunyoning turli hududlaridagi hayot tarzini, madaniy muhitni va ijtimoiy jarayonlarni yoritishga bag'ishlangan mazmunan boy media loyiha hisoblanadi. Kanalda madaniy xususiyatlar batafsil tahlil qilinadi, dolzarb ijtimoiy muammolar ko'tariladi hamda muallifning shaxsiy kuzatuv va taassurotlari bilan boyitilgan materiallar taqdim etiladi. Kanalning asosiy maqsadli auditoriyasini sayohat, madaniyat va ijtimoiy hodisalarga qiziqadigan o'zbekzabon tomoshabinlar tashkil etadi. Ko'tarilayotgan mavzularning dolzarbligi hamda materiallarning professional va sifatli tayyorlanishi kanalning keng auditoriya orasida ommalashishiga sabab bo'lgan. Shu jihatdan mazkur media loyiha O'zbekistonda zamonaviy turizm jurnalistikasi rivojiga hissa qo'shayotgan mustaqil media platformalardan biri sifatida e'tiborga loyiqdir.

Shuningdek, xalqaro tajribaga bo'lgan qiziqish ortib borayotganini alohida ta'kidlash lozim. Turli grant dasturlari, stajirovkalar, o'quv loyihalari va xalqaro forumlarda ishtirok etish tajriba almashish hamda turizm jurnalistikasiga zamonaviy professional standartlarni joriy etish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. O'zbekistonda mediasavodxonlikni oshirish va ixtisoslashgan ko'nikmalarni shakllantirishga qaratilgan ta'lim loyihalari ham bosqichma-bosqich rivojlanib bormoqda. Mazkur tashabbuslar hikoya qilish san'ati, foto va video tasvirga olish, multimedia kontenti yaratish kabi yo'nalishlarni qamrab oladi. Natijada turizm jurnalistikasi nafaqat izlanuvchan, balki istiqbolli media yo'nalishlaridan biriga aylanib bormoqda. Ushbu sohada jurnalistlarning doimiy kasbiy rivojlanishi va mahoratini oshirish uchun keng imkoniyatlar shakllanmoqda.

Shu bilan birga, O'zbekistonda turizm jurnalistikasi rivojida ijobiy siljishlar kuzatilayotganiga qaramay, mazkur soha hanuzgacha uning professional rivojlanishini hamda mamlakatning sayyohlar orasidagi ijobiy imijini shakllantirishdagi samaradorligini sekinlashtiruvchi qator muammolarga duch kelmoqda. Asosiy muammolardan biri sifatida turizmga ixtisoslashgan jurnalistlar yetishmasligini ko'rsatish mumkin. Oliy ta'lim muassasalarida mavjud o'quv dasturlari esa sayohat kontenti yaratishning

o'ziga xos jihatlarni to'liq qamrab olmayapti. Natijada, ko'plab nashrlar qoliqlashgan yondashuv va yuzaki axborot taqdimoti bilan cheklanib, zamonaviy auditoriya ehtiyojlarini to'liq qondira olmayapti. Bugungi media iste'molchisi nafaqat matn va fotosuratlar, balki kompleks multimedia taqdimotini ham kutmoqda. Jumladan, videohikoyalar, podkastlar, ijtimoiy tarmoqlardagi stories formatlari, dron tasvirlari, 360° suratga olish hamda VR/AR texnologiyalaridan foydalanish tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Biroq bunday formatlarni yaratish uchun yuqori texnik tayyorgarlik, yetarli resurslar va mutlaqo yangi darajadagi ijodiy yondashuv talab etiladi. Bu esa hozircha mahalliy turizm jurnalistikasi amaliyotida keng tarqalgan standartga aylangan emas. Shuningdek, ayrim nashrlarda tahliliy yondashuvning yetarli emasligi, uslubiy zaiflik va original qarashlarning kamligi ham kuzatiladi. Bu holat auditoriya, ayniqsa, xalqaro o'quvchilar orasida ishonch darajasining pasayishiga sabab bo'lishi hamda O'zbekistonni jozibador turistik yo'nalish sifatida targ'ib qilish samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Holbuki, sifatli sayohat kontenti nafaqat axborot berishi, balki o'quvchini ilhomlantirishi, unda hissiy taassurot uyg'otishi va real sayohatdan oldin sayohat muhitini his qilish imkonini yaratishi lozim. Binobarin, O'zbekistonda turizm jurnalistikasini har tomonlama rivojlantirish uchun kadrlar tayyorlash, metodologik bazani takomillashtirish va kontent sifatini oshirish bilan bog'liq muammolarni kompleks tarzda hal etish zarur. Shu bilan birga, yangi avlod turizm jurnalistlari shakllanishi uchun qulay ijodiy va professional muhit yaratish muhim ahamiyat kasb etadi.

O'zbekistonda turizm jurnalistikasi bugungi kunda faol rivojlanish bosqichida bo'lib, media makonida o'zining barqaror o'rnini shakllantirish jarayonini boshdan kechirmoqda. Mamlakatning boy madaniy merosi, tarixiy obidalari, tabiiy resurslari va milliy an'analari turizm mavzusida mazmunli hamda qiziqarli materiallar yaratish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Biroq mamlakat imijini targ'ib qilishga qaratilgan sayohat kontenti hali mavjud salohiyatini to'liq namoyon eta olgani yo'q. So'nggi yillardagi tendensiyalar O'zbekistonga turistik yo'nalish sifatida mahalliy aholi va xorijiy mehmonlar orasida qiziqish ortib borayotganini ko'rsatmoqda. Bu esa sayohatchilarni ilhomlantiradigan, axborot bilan ta'minlaydigan va sayohatga undaydigan sifatli turizm kontentiga bo'lgan ehtiyojni kuchaytirmoqda. Shu jihatdan turizm jurnalistikasi nafaqat

alohida jurnalistik yoʻnalish, balki milliy turizm ekotizimining muhim kommunikativ elementi sifatida shakllanib bormoqda.

Olingan natijalar bir qator muhim xulosalarni chiqarish imkonini beradi. Birinchidan, Oʻzbekiston turizm nashrlarining tarixiy taraqqiyoti uch bosqich orqali shakllanganini koʻrish mumkin. Bu jarayon Avstriya yoki Ispaniya kabi rivojlangan turizm mamlakatlari tajribasidan farqli ravishda, nisbatan dinamik va siyosiy hamda ijtimoiy oʻzgarishlar bilan chambarchas bogʻliq holda kechgan. Ikkinchidan, “Olamaro” jurnalining 2021-yilda moliyaviy inqiroz sababli faoliyatini toʻxtatgani Oʻzbekistonda turizmga ixtisoslashgan nashrlarning davlat yoki yirik korporativ moliyaviy qoʻllab-quvvatloviz barqaror faoliyat yuritishi murakkab ekanligini koʻrsatadi. Mazkur holat mamlakat media bozorida mustaqil nashrlarga xos boʻlgan umumiy iqtisodiy zaiflikni ham aks ettiradi. Uchinchidan, barcha nashrlar kontentining tahlili ularda tanqidiy yoki muammoli materiallarning deyarli uchramasligini koʻrsatdi. Nashrlar, asosan, targʻibot xarakteriga ega boʻlib, mamlakatning turistik salohiyatini ijobiy jihatdan namoyish etishga yoʻnaltirilgan. Bu holat turizm jurnalistikasining PR funksiyasiga yaqinlashib borayotganini koʻrsatadi. Shu bilan birga, mazkur yondashuv Oʻzbekistonning turizm imijini xalqaro miqyosda maqsadli ravishda shakllantirishda samarali kommunikativ vosita boʻlib xizmat qilmoqda. Toʻrtinchidan, barcha nashrlarda raqamli formatga oʻtish tendensiyasi kuzatilmoqda. Jumladan, “Uzbekistan Airways” jurnalining onlayn versiyasi hamda “Centrum Travel Magazine”ning centrum-air.com platformasida mavjudligi bu yoʻnalishdagi dastlabki amaliy qadamlar sifatida baholanishi mumkin. Biroq xalqaro tajribadagi kuchli inflight va turizm nashrlari, masalan, Lonely Planet Magazine, National Geographic Traveler yoki *Вокруг Света* bilan qiyoslaganda, Oʻzbekiston turizm nashrlari raqamli auditoriya bilan ishlash va multimedia kommunikatsiyasini rivojlantirish borasida hali shakllanish bosqichida ekanligini qayd etish lozim.

Xulosa

Ushbu maqola Oʻzbekistondagi ixtisoslashgan turizm nashrlarining 1964-yildan bugungi kungacha boʻlgan tarixiy taraqqiyoti, tipologik xususiyatlari va kontent yoʻnalishlarini tizimli ravishda oʻrganish imkonini berdi. Tadqiqot natijasida quyidagi asosiy xulosalar shakllantirildi:

birinchidan, O‘zbekiston turizm jurnalistikasi trevel jurnalistikadan asta-sekin ajralib chiqib, mustaqil ixtisoslashgan media yo‘nalishiga aylangan va bugungi kunda alohida media segment sifatida shakllangan;

ikkinchidan, ixtisoslashgan turizm nashrlari O‘zbekistonning xalqaro turistik imijini shakllantirish, sayyohlar oqimini oshirish hamda milliy turizm brendini mustahkamlashda muhim strategik kommunikativ vosita vazifasini bajarmoqda;

uchinchidan, parvoz nashrlari, xususan “Uzbekistan Airways” va “Centrum Travel Magazine” turizm targ‘ibotining noan’anaviy va samarali media kanallaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Amaliy tavsiyalar sifatida quyidagilarni ilgari surish mumkin: turizm jurnalistikasini oliy ta’lim tizimida mustaqil ixtisoslik sifatida o‘qitishni yo‘lga qo‘yish; mavjud nashrlar uchun yagona sifat standartlari va kontent metodologiyasini ishlab chiqish; raqamli platformalar hamda ijtimoiy tarmoqlarda turizm mediasi imkoniyatlarini kengaytirish; mustaqil turizm nashrlarini qo‘llab-quvvatlash maqsadida grant mexanizmlarini joriy etish.

Kelgusidagi tadqiqotlarda O‘zbekiston turizm nashrlarining turistlar oqimiga miqdoriy ta’sirini aniqlash, ularni xorijiy turizm nashrlari bilan qiyosiy tahlil qilish hamda raqamli media muhitida turizm jurnalistikasining yangi shakllarini o‘rganish maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

Alimov B. S. Media muhitda O‘zbekiston imiji. — Toshkent: Ta’lim-media, 2020. — 214 b.

Ersöz D. H. The development of tourism in Uzbekistan in the Mirziyoyev era from the perspective of the developmental state approach: PhD olish uchun yozilgan dissertatsiya. — 2025. — 336 p.

Кривцов Н. В. Тревел-журналистика: специфика, направления и его проблемы // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6. — № 3. — С. 347–365. — DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).347-365

Линь Кун. Туристические издания в системе СМИ Китая: структурно-типологические особенности и влияние на развитие экономического потенциала страны: автореф. дисс. канд. филол. наук. — Москва, 2016. — 153 с.

Ne'matova G. B. O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda milliy matbuotning o'rni va ahamiyati: PhD olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati. — T., 2025. — 59 b.

Yusupova N.Q. Sayohat jurnalistikasida janrlar uyg'unligi va televizion kontent samaradorligi // Journal of International Scientific Research. — 2026. — Vol. 3. — № 8. P. 696–708. — URL: <https://spaceknowledge.com/index.php/JOISR/article/view/3952/4177>

Показаньева И. В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста // Филология и искусствоведение. — 2015. — № 3–4(17).

Редькина Т. Ю. Трэвел-медиа-текст: способы и приёмы речепорождения. — Санкт-Петербург, 2013. — 74 с.

Беруний Абу Райхон. Танланган асарлар. — Тошкент: Фан, 1968. — 378 б.

Бобур Заҳириддин Муҳаммад. Бобурнома. — Тошкент: Янги китоб, 2019. — 448 б.

Муқимий Муҳаммад Аминхўжа. Танланган асарлар. — Тошкент: Фан, 1971. — 212 б.

Manbalar

“Centrum Travel Magazine” журналі 2023–2025 йиллар сонлари. — Тошкент.

“Olamaro” журналі 2017–2021 йиллар сонлари (1–50 сонлар). — Тошкент.

“Sakvoyaj” журналі 2017–2024 йиллар сонлари. — Тошкент.

“Uzbekistan Airways” журналі 1993–2024 йиллар сонлари. — Тошкент.

“Uzbekistan Travel” журналі 2020–2024 йиллар сонлари. — Тошкент.

“Vizit Uzbekistan” журналі 2014–2024 йиллар сонлари. — Тошкент.

“Ўзбекистон-Contact” журналі 1991–1992 йиллар сонлари. — Тошкент.

<https://kaleon.uz/catalog/view?path=uzbekistan-travel> (murojaat sanasi: 16.01.2026).

<https://lex.uz/acts/-3210345> (murojaat sanasi: 16.01.2026).

<https://lex.uz/acts/-4143188> (murojaat sanasi: 16.01.2026).

- <https://lex.uz/docs/-2602552> (murojaat sanasi: 16.01.2026).
- <https://lex.uz/docs/-5841063> (murojaat sanasi: 16.01.2026).
- <https://lex.uz/uz/docs/-4428097> (murojaat sanasi: 16.01.2026).
- <https://lex.uz/uz/docs/-6173258?ONDATE=05.02.2026%2000> (murojaat sanasi: 16.01.2026).
- https://t.me/gazetalar_sharhi (murojaat vaqti: 16.01.2026).
- <https://www.apta.uz/ru/page/1> (murojaat sanasi: 16.01.2026).
- <https://www.youtube.com/@Ziyokhonov> (murojaat sanasi: 16.01.2026).

References

- Alimov, B. S. (2020). *Media muhitda O'zbekiston imiji* [The image of Uzbekistan in the media environment]. Ta'lim-media.
- Beruniy, Abu Rayhon. (1968). *Tanlangan asarlar* [Selected works]. Fan.
- Bobur, Zahiriddin Muhammad. (2019). *Boburnoma* [Baburnama]. Yangi kitob.
- Ersöz, D. H. (2025). *The development of tourism in Uzbekistan in the Mirziyoyev era from the perspective of the developmental state approach* [PhD dissertation].
- Krivtsov, N. V. (2017). Trevel-zhurnalistika: Spetsifika, napravleniya i ego problemy [Travel journalism: Specific features, directions, and problems]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 6(3), 347–365. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2017/6\(3\).347-365](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2017/6(3).347-365)
- Lin, Kun. (2016). *Turisticheskie izdaniya v sisteme SMI Kitaya: Strukturno-tipologicheskie osobennosti i vliyanie na razvitie ekonomicheskogo potentsiala strany* [Tourist publications in the Chinese media system: Structural and typological features and their influence on the development of the country's economic potential] [Abstract of Candidate of Philological Sciences dissertation]. Moscow.
- Muqimiy, Muhammad Aminxo'ja. (1971). *Tanlangan asarlar* [Selected works]. Fan.
- Ne'matova, G. B. (2026). *O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda milliy matbuotning o'rni va ahamiyati* [The role and importance of the

national press in the development of international tourism in Uzbekistan] [Abstract of PhD dissertation].

Pokazanyeva, I. V. (2015). Teoreticheskoe osmyslenie osnov trevel-blogginga: Funktsionalnye otlichiya trevel-blogera i trevel-zhurnalista [Theoretical understanding of the foundations of travel blogging: Functional differences between a travel blogger and a travel journalist]. *Filologiya i iskusstvovedenie*, 3–4(17).

Redkina, T. Yu. (2013). *Trevel-mediatekst: Sposoby i priemy recheporozhdeniya* [Travel media text: Methods and techniques of speech production]. Saint Petersburg.

Yusupova, N. Q. (2026). Sayohat jurnalistikasida janrlar uyg'unligi va televizion kontent samaradorligi [Genre interaction in travel journalism and the effectiveness of television content]. *Journal of International Scientific Research*, 3(8), 696–708.
<https://spaceknowledge.com/index.php/JOISR/article/view/3952/4177>

Sources

Centrum Travel Magazine. (2023–2025). Tashkent.

Olamaro. (2017–2021). Tashkent.

Sakvoyaj. (2017–2024). Tashkent.

Uzbekistan Airways. (1993–2024). Tashkent.

Uzbekistan Travel. (2020–2024). Tashkent.

Vizit Uzbekistan. (2014–2024). Tashkent.

O'zbekiston-Contact. (1991–1992). Tashkent.

<https://kaleon.uz/catalog/view?path=uzbekistan-travel> (accessed 16.01.2026).

<https://lex.uz/acts/-3210345> (accessed 16.01.2026).

<https://lex.uz/acts/-4143188> (accessed 16.01.2026).

<https://lex.uz/docs/-2602552> (accessed 16.01.2026).

<https://lex.uz/docs/-5841063> (accessed 16.01.2026).

<https://lex.uz/uz/docs/-4428097> (accessed 16.01.2026).

<https://lex.uz/uz/docs/-6173258?ONDATE=05.02.2026%2000> (accessed 16.01.2026).

https://t.me/gazetalar_sharhi (accessed 16.01.2026).

<https://www.apta.uz/ru/page/1> (accessed 16.01.2026).

<https://www.youtube.com/@Ziyokhonov> (accessed 16.01.2026).