

**RAQAMLI AXBOROT MAKONIDA SAYOHAT JURNALISTIKASINING
TURIZM KOMMUNIKATSIYASIDAGI ROLI****Raximjonova Nozima***O'zbekiston Jurnalistika Ommaviy kommunikatsiyalari Universiteti "UNESKO" va
ixtisoslashgan media kafedrası o'qituvchisi*

Annotatsiya: *Ushbu ilmiy maqolada raqamli axborot makonida sayohat jurnalistikasining turizm kommunikatsiyasidagi o'рни va ahamiyati ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilinadi. Sayohat jurnalistikasi zamonaviy ommaviy kommunikatsiya tizimining muhim tarkibiy qismi sifatida ko'rib chiqilib, uning turistik hududlar imijini shakllantirish, auditoriya ongida barqaror tasavvur hosil qilishdagi funksiyalari yoritiladi. Maqolada raqamli media, ijtimoiy tarmoqlar va konvergent jurnalistika sharoitida sayohat jurnalistikasining transformatsiyasi ilmiy asosda ochib beriladi.*

Kalit so'zlar: *sayohat jurnalistikasi, turizm kommunikatsiyasi, raqamli media, imidj, konvergent jurnalistika, OAV.*

Zamonaviy axborot jamiyatida turizm sohasi va ommaviy axborot vositalari o'zaro chambarchas bog'liq holda rivojlanmoqda. Raqamli texnologiyalar va internet platformalarining keng tarqalishi natijasida sayohat jurnalistikasi yangi kommunikativ imkoniyatlarga ega bo'ldi.

Bugungi kunda sayohat jurnalistikasi faqatgina sayohat taassurotlarini yoritish bilangina cheklanmay, balki turizm siyosati, madaniy diplomatiya va mamlakat imidjini shakllantirish jarayonlariga faol ta'sir ko'rsatmoqda.

Shu bois sayohat jurnalistikasini ilmiy nuqtai nazardan o'rganish, uning zamonaviy media tizimidagi funksiyalarini aniqlash dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Turizm kommunikatsiyasi — bu turistik mahsulot va xizmatlar haqidagi axborotni turli kommunikativ kanallar orqali auditoriyaga yetkazish jarayonidir. Sayohat jurnalistikasi ushbu jarayonning muhim bo'g'ini bo'lib, u axborotning ishonchliligi va ta'sirchanligini ta'minlaydi.

Sayohat jurnalistikasining turizm kommunikatsiyasidagi asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- turistik hududlar haqida batafsil va tizimli axborot berish;
- auditoriyada sayohatga bo'lgan qiziqishni shakllantirish;
- turistik brendlarni ommalashtirish;
- hududning madaniy va ijtimoiy xususiyatlarini yoritish.

Konvergent jurnalistika sharoitida sayohat kontenti turli platformalarda bir vaqtning o'zida tarqatilmoqda. Matnli materiallar foto, video, infografika va audio formatlar bilan uyg'unlashib, auditoriyaga kompleks axborot taqdim etadi.

Raqamli sayohat jurnalistikasining asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- multimedia xarakter;
- interaktivlik;
- tezkor yangilanish;
- foydalanuvchi ishtirokiga asoslangan kontent.

Bu jihatlar sayohat jurnalistikasining ta'sir doirasini kengaytiradi va auditoriya bilan yaqin aloqani ta'minlaydi.

Hududiy imidj — bu auditoriya ongida muayyan hudud yoki mamlakat haqida shakllangan umumiy tasavvurdir. Sayohat jurnalistikasi ushbu tasavvurni shakllantirishda asosiy axborot manbalaridan biri hisoblanadi. Sifatli jurnalistik materiallar hududning turistik salohiyati, xavfsizligi, madaniy muhiti va xizmatlar sifatini ijobiy ko'rsatishga xizmat qiladi.

Xalqaro amaliyotda, jumladan tadqiqotlarida ham OAVning turizm rivojiga va hududiy imidjga ta'siri alohida ta'kidlanadi. Shu bois sayohat jurnalistikasi strategik kommunikatsiya vositasi sifatida baholanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli axborot makonida sayohat jurnalistikasi turizm kommunikatsiyasining ajralmas qismi hisoblanadi.

Uning ilmiy asoslarini rivojlantirish, konvergent media imkoniyatlaridan samarali foydalanish va professional jurnalistika tamoyillariga amal qilish turizm sohasining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Sayohat jurnalistikasi zamonaviy media tadqiqotlarining muhim va istiqbolli yo'nalishlaridan biri sifatida o'z ahamiyatini saqlab qolmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

McQuail D. Mass Communication Theory. — Sage Publications.

Urry J. The Tourist Gaze. — Sage.

Hall C.M. Tourism and Media. — Routledge.

UNWTO. Tourism Communication Reports.

Turizm va OAV bo'yicha zamonaviy ilmiy maqolalar to'plami.