

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КУЛЬТУРНОГО ИМИДЖА УЗБЕКИСТАНА НА ИНТЕРНЕТ-САЙТАХ

Ш. М. Ибрагимов¹⁾, И. Ш. Муминов²⁾

*¹⁾Национальный университет Узбекистана
им. Мирзо Улугбека,
ул. Университетская, 4, 100174,
г. Ташкент, Республика Узбекистан,
ibragimov_shavkat@inbox.ru,*

*²⁾Национальный университет Узбекистана
им. Мирзо Улугбека,
ул. Университетская, 4, 100174,
г. Ташкент, Республика Узбекистан,
tuminov.islombek@inbox.ru*

В данной статье показано современное состояние использования интернета в продвижении культурного имиджа Узбекистана мировому сообществу, а также проанализирована роль, эффективность и значение социальных сетей в продвижении этого имиджа в глобальном масштабе.

Ключевые слова: интернет; сайт; блогер; журналист; информационное пространство; пресс-служба; культура; искусство; имидж; туризм; культура Узбекистана.

METHODS OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF THE CULTURAL IMAGE OF UZBEKISTAN ON INTERNET SITES

Sh. M. Ibragimov^a, I. Sh. Muminov^b

*^aNational University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek,
4, Universitetskaya Str., 100174, Tashkent, Republic of Uzbekistan
Corresponding author: Sh. M. Ibragimov
(ibragimov_shavkat@inbox.ru),*

*^bNational University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek,
4, Universitetskaya Str., 100174, Tashkent, Republic of Uzbekistan
Corresponding author: I. Sh. Muminov
(muminov.islombek@inbox.ru)*

This article shows the current state of the use of the internet in promoting the cultural image of Uzbekistan to the world community, and also analyzes the role, effectiveness and importance of social networks in promoting this image on a global scale.

Key words: internet; website; blogger; journalist; information space; press service; culture; art; image; tourism; culture of Uzbekistan.

Высокие технологии Всемирной сети выводят процесс массовых коммуникаций на качественно новый уровень – включение аудитории в процесс формирования информационных образов, событий. Во многих случаях в этом процессе стирается грань разделения на источник информации и принимающую сторону. Получая сообщение, пользователь, редактируя, комментируя его или оставляя без изменений, передает дальше. Он одновременно и адресат, и адресант – создать такую ситуацию в коммуникации позволяют новые технологии.

В области отношений журналиста и аудитории сегодня употребляются понятия «*потенциала толпы*», или «*краудсорсинга*» [1] (англ. «power of the crowd», или «crowdsourcing»), а также описываются основные принципы и тенденции развития «*культуры соучастия*» (англ. «participatory culture» [2]), предполагающей активное вовлечение пользователей в создание и распространение больших объемов уникального информационного, образовательного и развлекательного контента в интернете.

Более того, умение ориентироваться в социальных сетях стало обязательным условием при поступлении на работу журналистом. Джоанна Карр, редактор вечерних новостей BBC, сказала: «Я не принимаю на работу журналистов, у которых нет Twitter» [3].

Исходя из этого и такая сфера, как связи с общественностью, входит в социальные сети и использует не только традиционные, но и современные средства информирования аудитории посредством данных сетей. Их основные преимущества – массовость и мгновенность распространения информационных контактов. Благодаря большому количеству активных пользователей и возможностям интернета, охват

аудитории нередко принимает значительные масштабы. Число потенциальных и заинтересованных потребителей продвигаемого продукта может увеличиваться в геометрической прогрессии. При этом существует возможность «избирательного продвижения», сегментация аудитории на группы, согласно определенным характеристикам (возраста, интересов, занятости и т. д.). Это делает связи с общественностью более целевыми и, следовательно, эффективными.

Веб-сайты государственных органов и негосударственных организаций Узбекистана, работа в социальных сетях сегодня становятся одними из важных инструментов в работе информационных служб. Отдельного внимания заслуживает сайт информационного агентства «Жахон» www.jahonnews.uz при МИДе Республики Узбекистан. На нем периодически публикуются материалы, в которых рассказывается о презентации отечественных художников, скульпторов, музыкантов, творческих коллективов и т. п. в других странах.

К примеру, материал «Презентация Навруза и выставка узбекских художников в Лондоне», где рассказывается о состоявшейся в дипломатической миссии Узбекистана в Великобритании презентации, посвященной Наврузу, просмотрели только 289 пользователей. Материал «Творчество узбекских художников представлено в Москве» с момента опубликования прочитали 612 человек. Помимо этого на сайте периодически рассказывается о том, что в каком-либо зарубежном издании была опубликована статья об Узбекистане, в том числе о культуре и искусстве. Примеры таких материалов:

«Узбекистан – перекресток культур и цивилизаций», где представлены выдержки из статьи австрийской оперной певицы Кати Потего, в ноябре 2013 г. в ходе культурного мероприятия «Музыка вдоль Великого шелкового пути» она исполнила арию Ойхон из узбекской оперы «Проделки Майсары».

«Catch-Pop String-Song: Регистан вдохновляет», где рассказывается, что солистки популярного австрийского дуэта Catch-Pop String-Song Рина Качинари и Елена Попрджан назвали самаркандскую площадь Регистан, на которой им довелось выступить в рамках IX Международного музыкального фестиваля «Шарк тароналари», источником своего вдохновения.

На сайте самого Министерства иностранных дел Республики Узбекистан www.mfa.uz публикуются новости, анонсы, пресс-релизы о событиях из культурной жизни нашей страны, культурном потенциале

Узбекистана, рассказывается о мероприятиях, проходящих за рубежом, которые также направлены на продвижение имиджа нашего государства.

Ежедневное обновление сайта – одно из важных направлений работы пресс-службы Министерства иностранных дел. На данном ресурсе публикуются последние новости о том, что происходит в сфере международных связей нашей страны. В течение часа после того, как происходит определенное событие – встреча, беседа и т. д. – сотрудники пресс-службы Министерства иностранных дел готовят и публикуют новость на сайте. Главный принцип работы при этом, по мнению сотрудников пресс-службы, – предоставлять оперативную и полноценную информацию. Раз в квартал производится обновление раздела «Международное сотрудничество».

К сожалению, ввиду большой загруженности и недостатка кадров пресс-службой недостаточно активно ведется работа в социальных сетях. Хотелось бы отметить, что, по нашему мнению, это могло бы повысить эффективность и оперативность распространения информации и помогло бы охватить большую часть аудитории.

В определенной степени культура Узбекистана освещается на туристических сайтах, а также блогерами. Следует отметить, что сотрудниками Министерства по делам культуры и спорта поддерживается деятельность узбекистанских блоггеров, которые даже были аккредитованы как журналисты. В их числе Лилия Николенко. В своем блоге *azu.uz* она рассказывает о древнем ремесленном искусстве узбекских мастеров, культуре древних городов Узбекистана и другом. В *online-журнале* клуба «Курандерос» еще один блогер Рустам Хасанов также публикует материалы по данной тематике. В числе подобных авторов Рифат Ирмухаммедов, Сергей Данилов, Борис Бабаев, Бахтиёр Насимов. Примером удачной работы можно назвать сайт Евгения Скляревского *www.mytashkent.uz* – художественно-исторический. Несмотря на то, что большая часть публикуемых здесь материалов посвящена Ташкенту, тема культуры здесь является одной из самых важных. Так, к примеру, в публикации «Художник Е. И. Владимиров» рассказывается о жизни и творчестве художника-оформителя, графика Евгения Владимирова, который с 1953 по 2002 г. жил в Узбекистане, работал художником-оформителем различных общественных объектов: Узбекского павильона на ВДНХ в Москве, памятника древней архитектуры в Бухаре, крепости «Арк», музеев, театров, выставок народного хозяйства и др.

Параллельно основной работе преподавал в Художественном училище г. Ташкента, выступал в школах, увлекал своим творчеством молодежь. В другом материале – «Александр Александрович Волков: возвращение с выставки» рассказывается об участии художника из Узбекистана А. Волкова на выставке «Синее, Серое, Белое, Бесцветное» в Москве. В публикации «Театр живописи осуществленных желаний» – выставка разбуженных талантов» рассказывается о проекте Academia Magic Art. Его руководитель художник Виктор Апухтин и 60 человек в возрасте от 12 до 72 лет стали участниками и главными героями выставки «Театр живописи осуществленных желаний», которая проходила в GRANART Gallery.

Библиографические ссылки

1. *Джефф Хау*. Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса [Электронный ресурс]. М.: Альпина Паблишер, 2012. URL: <http://www.labyrinth.ru> (дата обращения: 01.07.2024).
2. *Jenkins H.* Convergence Culture: Where Old and New Media Collide [Electronic resource]. New York: University Press, 2008. URL: <http://www.no-straight-lines.com> (date of access: 01.07.2024).
3. По скорости распространения информации Твиттер обогнал СМИ. Узнай все [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uznayvse.ru> (дата обращения: 01.07.2024).