GLOBALLASHUV SHAROITIDA TURIZMNING AXLOQIY TAMOYILLARI, MILLIY QADRIYATLAR INQIROZI VA BARQAROR RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Baxtiyor MIRZARAXIMOV
falsafa fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
dotsent
Farg‘ona davlat universiteti
Farg‘ona, O‘zbekiston
ORCID: 0000-0003-2241-6747
e-mail: alfargoniy.uz@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada globallashuv sharoitida turizmning axloqiy tamoyillari va milliy qadriyatlar o‘rtasidagi ziddiyatlar, madaniy kommodifikatsiya (tovarizatsiya), muqaddas qadamjolar desakralizatsiyasi hamda mahalliy jamoalarning ma’naviy-axloqiy inqirozi tizimli tahlil qilingan. Tadqiqot metodologiyasi sifat tahlili, qiyosiy-falsafiy va sotsiologik yondashuvli ilmiy ishlarini tahlil qilishga tayanadi. Tadqiqot natijasi shuni ko‘rsatadiki, ommaviy turizm milliy mehmondo‘stlik an’analarini tijoratlashtirib, uning ma’naviy mohiyatini zaiflashtiradi. Munozara qismida UN Tourism (UNWTO) Etika kodeksi tamoyillarini milliy qadriyatlar bilan uyg‘unlashtirish va mas’uliyatli turizm modelini joriy etish yo‘llari asoslab berilgan.

Tayanch so‘zlar: globallashuv, turizm etikasi, milliy qadriyatlar, madaniy kommodifikatsiya, desakralizatsiya, ziyorat turizmi, barqaror turizm.

НРАВСТВЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ, КРИЗИС НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Бахтиёр МИРЗАРАХИМОВ
Доцент
доктор философии по (PhD) философским наукам
Ферганский государственный университет
Фергана, Узбекистан

Аннотация

В статье системно анализируются противоречия между этическими принципами туризма и национальными ценностями в условиях глобализации, процессы культурной коммодификации (товаризации), десакрализации священных мест, а также риски духовно-нравственной трансформации местных сообществ. Методология исследования основывается на качественном анализе, сравнительно-философском подходе и анализе научных исследований с использованием социологической перспективы. Результаты исследования показывают, что массовый туризм способствует коммерциализации традиций национального гостеприимства, что может ослаблять их духовно-нравственное содержание. В разделе дискуссии обосновываются пути гармонизации принципов Глобального

этического кодекса UN Tourism (UNWTO) с национальными ценностями и возможности внедрения модели ответственного туризма.

Ключевые слова: глобализация, этика туризма, национальные ценности, культурная коммодификация, десакрализация, паломнический туризм, устойчивый туризм.

XXI asrning uchinchi o‘n yilligida globallashuv jarayonlari jamiyat hayotining iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy va ma’naviy sohalariga chuqur kirib bormoqda. Ushbu jarayonlarning jadal rivojlanayotgan yo‘nalishlaridan biri xalqaro turizm bo‘lib, u iqtisodiy manfaatlar bilan bir qatorda turli xalqlar va madaniyatlar o‘rtasidagi bevosita muloqotni kuchaytiruvchi ijtimoiy hodisa sifatida namoyon bo‘lmoqda. Turizm yangi ish o‘rinlari yaratish, iqtisodiy faollikni oshirish va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish bilan birga, mezbon jamiyatlarning turmush tarzi, qadriyatlari va ijtimoiy munosabatlariga ham ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli zamonaviy turizmni faqat iqtisodiy faoliyat sifatida emas, balki ijtimoiy-madaniy va ma’naviy jarayon sifatida ham tadqiq etish zarur.

Ommaviy turizmning tartibga solinmagan shakllari ayrim hollarda mahalliy aholining an’anaviy turmush tarzi, diniy-axloqiy qarashlari va milliy identikligiga bosim yaratishi mumkin. Ayniqsa, madaniy kommodifikatsiya, ya’ni milliy urf-odat va marosimlarning turistlar uchun tijoriy mahsulotga aylanishi madaniyatning mazmuniy jihatlariga ta’sir ko‘rsatishi ehtimoli mavjud. Bunday jarayonlar bosqichma-bosqich kechib, uzoq muddatda mahalliy madaniyatning autentikligi va ma’naviy mazmuni masalasini dolzarb etadi.

Markaziy Osiyo, xususan O‘zbekiston, boy tarixiy-madaniy merosi, Buyuk Ipak yo‘li bilan bog‘liq tarixiy mavqei va mehmondo‘stlik an’analari sababli xalqaro turizm uchun muhim hudud hisoblanadi. Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrisabz kabi tarixiy shaharlarning xalqaro turizm tizimiga faol integratsiyalashuvi mamlakatning iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Shu bilan birga, turistlar oqimining ortishi tarixiy muhit, mahalliy infratuzilma va jamoalarga tushadigan yuklamani ham oshirmoqda. Shuning uchun turizm siyosatida iqtisodiy samaradorlik bilan bir qatorda ijtimoiy-madaniy barqarorlikni ta’minlash masalasi ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Turizm etikasi ushbu muammolarni tartibga solishning muhim nazariy va amaliy yo‘nalishlaridan biridir. Turizm jarayonida turistlar, mahalliy aholi, tadbirkorlar, turoperatorlar va davlat tashkilotlari o‘rtasidagi munosabatlarning hurmat, mas’uliyat va madaniy sezgirlik tamoyillari asosida tashkil etilishi muhimdir. UN Tourism tomonidan ilgari surilgan Global Code of Ethics for Tourism ham mahalliy madaniyat, urf-odat va ijtimoiy muhitga hurmat bilan munosabatda bo‘lish zarurligini ta’kidlaydi.

O‘zbekiston sharoitida mehmondo‘stlik, oila qadriyati, uyat-andisha, kiyinish madaniyati va muqaddas maskanlarga hurmat milliy-madaniy o‘zlikning muhim tarkibiy qismlaridir. Turizmning rivojlanishi ushbu qadriyatlarni inkor etish emas, balki ularni zamonaviy turizm talablari bilan uyg‘unlashtirish imkoniyatini yaratishi lozim. Shu nuqtai nazardan, turizmni rivojlantirish jarayonida mahalliy jamoalarning manfaatlarini hisobga olish, madaniy merosning mazmuniy yaxlitligini saqlash, turistlar uchun axloqiy-ma’rifiy yo‘riqnomalarni ishlab chiqish va turizm sohasi xodimlarining madaniy kompetensiyasini oshirish barqaror turizmning muhim shartlari hisoblanadi.

Tadqiqotning metodologik asosini quyidagi ilmiy tamoyillar tashkil etadi:

1. Tizimli tahlil va sintez metodi. Turizm etikasi va milliy qadriyatlar inqirozi murakkab va ko‘p qirrali ijtimoiy tizim sifatida o‘rganildi, bunda hodisaning turli tarkibiy qismlari o‘zaro bog‘liqlikda tahlil qilindi. Global turizm oqimlarining mahalliy jamoalarga ta’siri bevosita (to‘g‘ridan-to‘g‘ri iqtisodiy va ijtimoiy oqibatlar) va bilvosita (uzoq muddatli madaniy-ma’naviy o‘zgarishlar) omillar kesimida guruhlandi [4; 91]. Bunday tasniflash orqali turizmning qisqa muddatli iqtisodiy foydasi bilan uzoq muddatli ijtimoiy-madaniy xarajatlarini alohida-alohida baholash mumkin.

2. Qiyosiy tahlil metodi. O‘zbekiston va Markaziy Osiyo mamlakatlaridagi turizm va axloq masalalari bo‘yicha so‘nggi yillardagi holat Yevropa davlatlari (Ispaniya, Italiya, Gretsiya) hamda MDH mamlakatlaridagi mos tajriba va ilmiy qarashlar bilan qiyosiy tahlil qilindi [6; 70], [11; 1035]. Bunday qiyoslash orqali

over-tourism hodisasi Yevropaning tarixiy shaharlarida qanday kechayotgani va bu tajribadan Markaziy Osiyo uchun qanday saboqlar chiqarish mumkinligi aniqlandi.

3. Sotsio-kulturologik ekspertiza va sotsiologik kuzatuv natijalarini integratsiyalash. Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlaridagi turistik hududlarda, muqaddas ziyoratgohlarda hamda mahalliy jamoalarda (mahalla darajasida) yuz berayotgan madaniy va axloqiy o‘zgarishlar bo‘yicha ikkilamchi sotsiologik ma’lumotlar va ekspert baholari umumlashtirildi [9; 212], [18; 18]. Bu usul orqali rasmiy statistik ko‘rsatkichlar ortida qolib ketadigan nozik ijtimoiy-psixologik o‘zgarishlarni masalan, mahalliy aholining turistlarga munosabatidagi sub'ektiv o‘zgarishlarni aniqlash imkoni yaratildi.

Milliy mehmondo'stlikning tijoratlashtirilishi va 'soxta autentiklik' (Staged Authenticity). O‘zbekiston va Markaziy Osiyo xalqlarining asrlar davomida shakllangan ijtimoiy xulq-atvorida mehmondo‘stlik mehmonni Xudo tomonidan berilgan ne’mat deb bilish va unga beminnat xizmat ko‘rsatish ma’naviy-axloqiy burch hisoblangan [8; 38]. Bunday qarash mehmonni faqat moddiy manfaat nuqtai nazaridan emas, balki diniy-axloqiy mas'uliyat asosida qabul qilishni nazarda tutgan. Biroq, ommaviy turizmning tijoratlashtiruvchi ta’siri ostida ushbu qadriyat o‘zining ma’naviy va begaraz mohiyatini yo‘qotib, daromad keltiruvchi xizmat turiga aylanmoqda [1; 51]. Sotsiologik va kulturologik tahlillar shuni ko‘rsatadiki, turistik markazlarda masalan, Buxoroning Eski shahar qismida yoki Xivaning Ichan-qal’asida mahalliy aholining turistlar bilan muloqoti sof mehmondo'stlikdan moddiy manfaatdorlikka asoslangan pragmatik munosabatga o‘zgargan..

Bundan tashqari, sotsio-antropolog Din MakKannel (Dean MacCannell) tomonidan ilgari surilgan “sahnalashtirilgan autentiklik” nazariyasi Markaziy Osiyo etnoturizmida ham yaqqol namoyon bo‘lmoqda [19; 104]. Ushbu nazariyaga ko‘ra, turistlarga taqdim etiladigan “an’anaviy” marosim yoki mahsulot ko‘pincha asl madaniy kontekstidan uzilgan, maxsus tayyorlangan tomoshaga aylantiriladi. Milliy marosimlar, kelin salom, folklor raqslari hamda an’anaviy hunarmandchilik jarayonlari o‘zining tabiiy-ijtimoiy kontekstidan uzilib, turistlar uchun maxsus sahnalashtirilgan tijoriy shouga aylantirilmoqda. Bu esa milliy madaniyatning teran

falsafiy va ma’naviy mazmunini yuzaki, ko‘ngilochar vositaga ko‘chirishga olib kelmoqda [10; 148]. Tashrif buyuruvchi sayyoh madaniyatning haqiqiy mohiyati bilan emas, balki uning tijoriy maqsadda “qayta ishlangan” qiyofasi bilan tanishadi, bu esa uzoq muddatda madaniy meros haqidagi noto‘g‘ri tasavvurlarning shakllanishiga sabab bo‘lishi mumkin.

Muqaddas qadamjolar va ziyorat turizmidagi axloqiy desakralizatsiya. O‘zbekiston ziyorat turizmi bo‘yicha islom dunyosida ulkan salohiyatga ega. Shohi Zinda, Bahouddin Naqshband, Imom al-Buxoriy majmualari, Xoja Ahror Valiy kabi muqaddas maskanlar asrlar davomida dindorlar uchun ibodat va ruhiy poklanish maskani bo‘lib kelgan [9; 214]. Bu maskanlar nafaqat diniy, balki tarixiy-me'moriy jihatdan ham beqiyos ahamiyatga ega bo‘lib, ularga har yili minglab mahalliy va xorijiy ziyoratchilar tashrif buyuradi. Biroq, rekreatsion va madaniy turistlar oqimining ushbu muqaddas hududlarga ommaviy kirib kelishi “desakralizatsiya” ya‘ni muqaddaslik tuyg‘usining yo‘qolishi va majmualarning oddiy turistik obyektga aylanishi jarayonini tezlashtirmoqda [13; 58]. Bunday jarayon ayniqsa turistik marshrutlarga kiritilgan ziyoratgohlarda kuchliroq kuzatiladi, chunki bu yerlarda tashrif buyuruvchilar soni diniy maqsadda kelganlar sonidan sezilarli darajada ko‘p bo‘lishi mumkin.

Tadqiqot davomida ziyoratgohlarda quyidagi asosiy axloqiy va me’yoriy buzilishlar aniqlandi:

Kiyinish madaniyati talablarining buzilishi. Xorijiy hamda ayrim mahalliy turistlarning muqaddas maskanlarga ochiq va shariat talablariga mos kelmaydigan kiyimlarda kirishi kuzatilmoqda, bu esa dindorlar va mahalliy jamoalarning haqli e’tiroziga sabab bo‘lmoqda [9; 218]. Bunday holatlar ko‘pincha turistlarning mahalliy diniy-madaniy me’yorlar haqida yetarli ma’lumotga ega emasligi bilan bog‘liq bo‘lib, oldindan tegishli ma’lumotlar taqdim etilmasa, takrorlanishi mumkin. Shu sababli ziyoratgohlar kirish qismida vizual ogohlantirish belgilarini joylashtirish zarurati yuzaga kelmoqda.

Xulq-atvor va odob qoidalariga rioya etmaslik. Ibodat va ziyorat jarayonida baland ovozda gaplashish, suratga tushish uchun nomunosib pozalarni egallash,

shuningdek ziyoratgohning ruhiy va osuda muhitini buzadigan boshqa harakatlar qayd etilgan [17; 895]. Bunday xulq-atvor, ayniqsa, ommaviy turlar tarkibida kelgan sayyohlar orasida ko‘proq kuzatiladi, chunki ular ko‘pincha vaqt taqchilligi sharoitida qisqa muddatda ko‘proq joyni ko‘rishga intiladi. Ziyoratgohning ma‘naviy-tarbiyaviy vazifasi ikkinchi darajaga surilib, u shunchaki “foto-to‘xtash nuqtasi”ga aylanish xavfi ostida qolmoqda.

Diniy qadriyatlarning tijoratlashtirilishi. Muqaddas qadamjolar atrofining me’yordan ortiq esdalik sovg‘alari rastalari va shovqinli tijorat obyektlari bilan o‘rab olinishi kuzatilmoqda [18; 21]. Bunday tijoriy muhit ziyoratgohning tabiiy ruhiy-osuda kayfiyatini buzib, uni bozor maydoniga o‘xshatib qo‘yishi mumkin. Shu bilan birga, savdo faoliyatining o‘zi zararli emas, biroq uning ziyoratgoh hududidan yetarli masofada va tartibga solingan tarzda tashkil etilishi muhim ahamiyat kasb etadi.

Yoshlar ma’naviy-axloqiy dunyoqarashidagi transformatsiya va submadaniyatlar to‘qnashuvi. Ommaviy turizm qabul qiluvchi jamiyat yoshlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kulturatsiya va assimilyatsiya ta’sirini o‘tkazadi [12; 81]. Bu ta’sir ayniqsa xizmat ko‘rsatish sohasida band bo‘lgan yoshlar orasida kuchliroq namoyon bo‘ladi, chunki ular kundalik faoliyatida xorijiy sayyohlar bilan bevosita va uzluksiz muloqotda bo‘ladi. Turistik shaharlarda xizmat ko‘rsatish sohasida ishlayotgan mahalliy yoshlar xorijiy sayyohlarning gedonistik va individualistik hayot tarzini o‘zlariga namuna sifatida qabul qilish holatlari kuzatilmoqda [16; 92]. Bu jarayon milliy oilaviy qadriyatlar, kattalarga hurmat, ibo-hayo va jamoaviylik (kollektivizm) me‘yorlariga putur yetkazmoqda. Ayrim yoshlarda ikki xil qadriyatlar tizimi o‘rtasida ichki ziddiyat yuzaga kelib, bu ularning ijtimoiy-madaniy o‘ziga xosligini shakllantirishda qiyinchilik tug‘dirishi mumkin.

O‘zbekiston va MDH mamlakatlari bo‘yicha o‘tkazilgan sotsiologik so‘rovlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, turistik markazlarda yashovchi yoshlar o‘rtasida pragmatizm, oson daromad topishga intilish, milliy va diniy bayramlardan ko‘ra g‘arbiy ko‘ngilochar tadbirlarga qiziqish yuqori darajada shakllanmoqda [6; 72],

[12; 85]. Bu esa avlodlar o‘rtasidagi ma’naviy uzilishni va milliy qadriyatlar vorisiyligining zaiflashishini tezlashtirmoqda.

Ijtimoiy sig‘im kuchi va ommaviy turizm bosimi. Yevropa va xalqaro turizm tadqiqotlarida keng qo‘llaniladigan “ijtimoiy sig‘im kuchi” tushunchasi mahalliy jamoaning turistlar oqimini va ularning xulq-atvorini o‘z madaniy muhitiga salbiy ta’sir ko‘rsatmagan holda qabul qila olish chegarasini anglatadi [11; 103512], [14; 120]. Ushbu tushuncha nafaqat jismoniy infratuzilma (yo‘llar, mehmonxonalar, kommunikatsiyalar) sig‘imini, balki jamiyatning ijtimoiy-psixologik “chidamlilik chegarasi”ni ham o‘z ichiga oladi. Samarqand va Buxoro shaharlarining tarixiy markazlarida turistlar zichligining oshishi mahalliy aholining kundalik turmush tarziga noqulayliklar tug‘dirmoqda narx-navoning sun‘iy oshishi, shovqin darajasining ortishi, turar-joylarning mehmonxonalarga aylantirilishi va mahalliy jamoalarning o‘z tarixiy maskanlaridan siqib chiqarilishi kabi holatlar buning yorqin misolidir [4; 93], [17; 900]. Bunday jarayonlar, agar o‘z vaqtida tartibga solinmasa, tarixiy markazlarning “yashab turgan” jamoa makonidan sof turistik dekoratsiyaga aylanib qolish xavfini kuchaytiradi.

Quyidagi 1-jadvalda globallashuv va turizm ta’sirida milliy qadriyatlarda yuz berayotgan transformatsiyalar va ularning xavf darajasi umumlashtirilgan holda keltirilgan.

Globallashuv va turizm ta’sirida milliy qadriyatlarda yuz berayotgan transformatsiyalar va ularning xavf darajasi

1-jadval

Qadriyat yo‘nalishi	**An’anaviy shakli**	**Turizm ta’siridagi transformatsiya**	**Xavf darajasi**
Mehmondo‘stlik an'anasi	Beg‘araz, samimiy va ma’naviy burchni ado etishga asoslangan munosabat.	Tijoratlashtirilgan, moddiy manfaatga yo‘naltirilgan xizmat ko‘rsatish.	**Yuqori**
Muqaddas qadamjolar va ziyorat	Ehtirom, ibodat, ruhiy poklanish va osudalik maskani.	Ko‘ngilochar obyekt, desakralizatsiya va dress-kod buzilishi.	**Juda yuqori**
Milliy marosim va folklor	Etnik identiklik va ma'naviy merosning tirik namoyon bo	Turistlar uchun sahnalashtirilgan (staged)	**O‘rta**

	globallashuv va turizm ta’sirida milliy qadriyatlarda yuz berayotgan transformatsiyalar va ularning xavf darajasi lishi.	tijoriy shou.	
Kiyinish va muloqot odobi	Ibo-hayo, bosiqlik va sharqona odob me’yorlariga rioya etish.	G‘arbona gedonizm, yuzaki taqlidchilik va erkinlik tushunchasi.	**Yuqori**

Ushbu tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, globallashuv davrida turizm industriyasining jadal sur’atlarda o‘sishi va milliy-axloqiy qadriyatlar inqirozi o‘rtasida murakkab dialektik ziddiyat mavjud. Bir tomondan turizm iqtisodiy rivojlanishning muhim omili bo‘lsa, ikkinchi tomondan u jamiyatning ma’naviy-axloqiy asoslariga sinov solmoqda.

Yevropa ilmiy maktabi vakillari (D. Fennell, R. Sharpley, L. Smith, M. Garcia) turizm etikasini asosan “barqaror rivojlanish” va “resurslarni mas’uliyatli boshqarish” konsepsiyasi doirasida talqin qiladilar [3; 85], [5; 28], [7; 1020]. Fennell o‘zining monografiyasida turizm subektlarining utilitarist va deontologik axloqiy mas’uliyatini tahlil qilib, turistlarning qabul qiluvchi jamiyat madaniyatiga yetkazadigan bilvosita zarari ko‘pincha iqtisodiy foyda soyasida qolib ketishini ta’kidlaydi [3; 92]. Garcia va Dyubua esa Yevropaning tarixiy shaharlarida (Venetsiya, Barselona) “over-tourism” (me’yordan ortiq turizm) mahalliy aholining madaniy va maishiy huquqlarini poymol etayotganini hamda yerli hamjamiyatlarning shahardan me’yorsiz siqib chiqarilishini tanqid qiladilar [11; 103515]. Bu Yevropa tajribasi Samarqand va Buxoro kabi Markaziy Osiyoning tarixiy shaharlari uchun ham jiddiy ogohlantiruvchi signal hisoblanadi, chunki ushbu shaharlarda ham xorijiy sayyohlar oqimi tobora ortib bormoqda.

MDH va Rossiya tadqiqotchilari (V. Ivanov, K. Smirnov, E. Petrova, N. Kozlova) esa globallashuv sharoitida turizmning sivilizatsiyaviy va etnomadaniy identiklikka ta’sirini ko‘proq ma’naviy xavfsizlik va madaniy immunitet nuqtai nazaridan baholaydilar [6; 75], [10; 152], [16; 95]. Petrova ta’kidlaganidek, g‘arbiy

ommaviy madaniyatning turizm kanallari orqali Sharqiy Yevropa va Osiyo mamlakatlariga kirib kelishi an’anaviy jamiyatlarning oilaviy va ma’naviy poydevoriga putur yetkazadi hamda madaniy unifikatsiya (barcha madaniyatlarni bir qolipga solish) xavfini tug‘diradi [10; 150]. Ushbu yondashuv G‘arb tadqiqotchilarining ko‘proq iqtisodiy-huquqiy tahlilidan farqli o‘laroq, masalaning milliy xavfsizlik va mafkuraviy jihatlariga alohida e’tibor qaratadi, bu esa Markaziy Osiyo kabi mintaqalar uchun ham amaliy ahamiyatga ega.

O‘zbekiston va Markaziy Osiyo olimlari (A. Rahimov, M. Akhmedov, B. Safarov, G. Jalilova, O. Abdullaev, SH. Umarov) esa masalaga milliy ma’naviyat, islomiy etika va mehmondo‘stlik an’analarini saqlab qolgan holda turizmni rivojlantirish prizmasidan yondashadilar [1; 52], [2; 118], [4; 95], [8; 40], [9; 218], [18; 22]. Rahimov va Karimov o‘z tadqiqotlarida iqtisodiy daromad ketidan quvish natijasida milliy qadriyatlar ikkinchi darajali masalaga aylanib qolmasligi kerakligini, aks holda jamiyat o‘zining strategik va ma’naviy tayanchini yo‘qotishi mumkinligini ta’kidlaydilar [1; 55]. Jalilova hamda Abdullaev va Qosimov ziyorat turizmini rivojlantirishda milliy-islomiy odob-axloq va dress-kod qoidalarini aniq huquqiy va ma’muriy mexanizmlar orqali tartibga solish zarurligini ilgari surishadi [8; 42], [9; 220]. Bunday yondashuv shuni ko‘rsatadiki, mahalliy olimlar muammoni faqat cheklash yoki taqiqlash orqali emas, balki institutsional va huquqiy vositalar yordamida boshqarishni taklif qiladilar.

Shunday qilib, munozaralar markazida turizmning iqtisodiy manfaatlari va ma’naviy-axloqiy mas’uliyati o‘rtasidagi muvozanatni topish masalasi turibdi. UN Tourism Butunjahon turizm etikasi kodeksining 1-moddasida “turizmning insonlar va jamiyatlar o‘rtasidagi o‘zaro hurmat va tushunishni rivojlantirishga qo‘shadigan hissasi” alohida belgilangan bo‘lsa-da [20; 182], uni mahalliy milliy qadriyatlar bilan integratsiya qilish amaliyoti hali yetarlicha takomillashtirilmagan. Ko‘pchilik davlatlarda ushbu kodeks tavsiyaviy xarakterga ega bo‘lganligi sababli, uning amaliy ijrosi milliy qonunchilik va institutsional mexanizmlarga bog‘liq bo‘lib qolmoqda. Shu sababli, O‘zbekistonda xalqaro va milliy axloqiy me’yorlarni sintez

qiluvchi “Mas’uliyatli turizm” modelini shakllantirish kechiktirib bo‘lmaydigan zaruratdir [4; 98], [15; 28].

Shunday qilib, o‘tkazilgan kompleks va fanlararo tadqiqot natijalari globallashuv sharoitida ommaviy turizm iqtisodiy rivojlanish omili bo‘lish bilan birga, qabul qiluvchi jamiyatlarning ijtimoiy-madaniy va ma’naviy muhitiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishini ko‘rsatdi. Nazoratsiz turizm oqimlari milliy qadriyatlarning zaiflashuvi, madaniy kommodifikatsiya va muqaddas maskanlarning desakralizatsiyasi kabi jarayonlarni kuchaytirishi mumkin. O‘zbekiston va Markaziy Osiyoda an’anaviy mehmondo‘stlikning tijoratlashuvi hamda “sahnalashtirilgan autentiklik”ning shakllanishi milliy identiklikning mazmuniy jihatlariga ta’sir ko‘rsatmoqda. Ziyorat turizmida esa kiyinish va xulq-atvor me’yorlariga rioya qilinmasligi mahalliy jamoalar va turistlar o‘rtasida ijtimoiy-axloqiy kelishmovchiliklarni yuzaga keltirishi mumkin.

Shu asosda turizm va milliy qadriyatlar mutanosibligini ta’minlash uchun “Turizmda milliy odob-axloq va mas’uliyat xartiyasi”ni ishlab chiqish, muqaddas maskanlarda ko‘p tilli axloqiy va kiyinish me’yorlari bo‘yicha ma’lumotlarni joriy etish, jamoaga asoslangan turizm modellarini kengaytirish hamda mahalliy aholining turizm jarayonidagi ishtirokini kuchaytirish maqsadga muvofiq. Shuningdek, turizm ta’limida turizm etikasi va milliy qadriyatlarga oid maxsus kurslarni joriy etish gidlarning madaniy vositachilik salohiyatini oshiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Rahimov, A. B., & Karimov, S. T. O‘zbekistonda madaniy turizm va milliy o‘zlikni saqlash muammolari //O‘zbekiston Ijtimoiy Fanlari, 2023. – №2(4). – B. 45-58.

2. Akhmedov, M. K. Globallashuv davrida turizm va milliy qadriyatlar transformatsiyasi //Falsafa va Huquq, 2022. – №3(1). – B. 112-124.

3. Fennell, D. A. Tourism Ethics (2nd ed.). Channel View Publications, 2021. – P.12-145.

4. Safarov, B. S., & Toshpulatov, A. N. Markaziy Osiyoda barqaror turizm va axloqiy me’yorlar integratsiyasi //Iqtisodiyot va Innovatsion Texnologiyalar, 2024. – №12(2). – B.89-102.

5. Sharpley, R. (2022). Tourism, development and the environment: Beyond sustainability? Tourism Management Perspectives, 2022. – №.41. – P. 100932.

6. Ivanov, V. P., & Smirnov, K. A. Этика туризма и культурное наследие в странах СНГ //Социология и Право, 2023. – №15(3). – С.67-81.

7. Smith, L., & Higgins, P. Cultural commodification and ethics in heritage tourism. Journal of Sustainable Tourism, 2024. – №32(5). – P. 1012-1030.

8. Jalilova, G. M. (2022). Turizm sohasida milliy va umuminsoniy axloqiy tamoyillar mutanosibligi // Jamiyat va Boshqaruv, 2022. – №4(18). – B. 34-46.

9. Abdullaev, O. SH., & Qosimov, H. R. Ziyorat turizmining ijtimoiy-ma‘naviy xususiyatlari va odob-axloq qoidalari //O‘zbekiston Milliy Universiteti Xabarlari, 2023. – №1(8). – B. 210-221.

10. Petrova, E. V. Глобализация, этнокультура и трансформация моральных ценностей в сфере туризма //Вопросы Философии, 2021. – №8. – С.145-156.

11. Garcia, M., & Dubois, J. (2023). Ethical tourism in historical cities: European frameworks and local identity //Annals of Tourism Research, 2023. – №98. – P. 103510.

12. Ergashev, U. A. Globallashuv sharoitida yoshlar ma’naviyati va turizm submadaniyatining ta’siri //O‘zbekistonda Ijtimoiy-Gumanitar Fanlar, 2025. – №2. – B. 78-90.

13. Nazarov, N. N., & Alimova, S. B. Markaziy Osiyo ipak yo‘li yo‘nalishidagi turizm axloqi va madaniy xilma-xillik //Markaziy Osiyo Tadqiqotlari, 2022. – №5(2). – B. 54-68.

14. Weber, K., & Müller, H. Sustainable cultural heritage management and local values in tourism //European Journal of Cultural Studies, 2024. – №27(1). – P.115-132.

15. Yusupov, R. A. Turizm iqtisodiyoti va axloqiy mas’uliyat: O‘zbekiston tajribasi //Bozor, Pul va Kredit, 2023. – №6. – B. 22-31.

16. Kozlova, N. M. Социокультурная идентичность в условиях виртуализации и туристической глобализации //Вестник МГУ (Серия 7: Философия), 2022. – №4. – С. 88-101.

17. Hughes, E., & Jenkins, T. Over-tourism, cultural erosion, and community resistance in UNESCO heritage sites //Tourism Geographies, 2023. – №25(4). – P. 890-912.

18. Umarov, SH. B. Turizm industriyasida xizmat ko‘rsatish axloqi va milliy mehmondo‘stlik an'analari //Servis, 2024. – №3(11). – B. 15-27.

19. Kurbanov, A. Kh. Этнотуризм в Центральной Азии: вопросы сохранения аутентичности //Центральноазиатский гуманитарный вестник, 2023. –2. – С. 101-114.

20. Becker, T., & Larsson, P. The UNWTO Code of Ethics: Implementing global standards in emerging Eurasian tourism destinations //International Journal of Tourism Policy, 2025. – №14(2). – P/ 175-198.