

H.R. HAMROYEV



TURIZMOLOGIYA

H.R. Hamroyev

TURIZMOLOGIYA

*71010401-Turizm (faoliyat turlari bo'yicha) magistratura
mutaxassisligi uchun o'quv qo'llanma*

**“KAMOLOT” nshriyoti
Buxoro – 2023**



UO‘K: 379.85

KBK: 65.433

H.R. Hamroyev, Turizmologiya / [Matn]: o‘quv qo‘llanma / Buxoro : “BUXORO DETERMINANTI” MCHJning Kamolot nashriyoti, 2023. - 236 b.

Turizmologiya turizmning o‘ziga xos tushunchalari - iqtisodiy, ekologik, huquqiy, tadbirkorlik amaliyoti, pedagogik va marifiy, kasbiy faoliyati, axloqiy va psixologik jihatlari, turizm madaniyati va boshqalarning uslubiy asosini tashkil qiladi.

Taqrizchilar:

A.Ch.Boboyev *Buxoro muhandistlik texnologiya instituti “Iqtisodiyot” kafedrasi mudiri, dostent, i.f.n.*

N.S. Ibragimov *Buxoro davlat universiteti “Turizm va mehmonxona xo‘jaligi” kafedrasi dotsenti, i.f.d.*

ISBN: 978-9943-9480-6-8

Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi
Buxoro davlat universitetining 2023 yil “23” martdagi “112”- soni
buyrug‘iga asosan nashr etishga ruxsat berildi.

Ro‘yxatga olish raqami 112-29



© “KAMOLOT” nashriyoti

© H.R. Hamroyev

KIRISH

Turizmni nazariy va uslubiy jihatdan tushunish, turizm jarayonining barcha subyektlariga xos bo'lishi kerak bo'lgan "turistik ong"ni shakllantirish davrning dolzarb talabidir, chunki bu hodisa XX-XXI asrlarda yuzaga kelgan, global jarayon bo'lib, zamonaviy sivilizatsiyaga sezilarli tasir ko'rsatadigan kuchli hodisalardan biridir. Ushbu tasirning oqibatlari qanday bo'ladi - ijobiymi yoki buzg'unchimi - ijtimoiy faylasuflar, iqtisodchilar, huquqshunoslar, geograflar, tarixchilar, mintaqashunoslar, siyosatshunoslar, madaniyatshunoslar, turizm bilan qandaydir bog'liq bo'lgan ekologlar va boshqalarni bahslashishga chaqiradi.

Turizmning ijtimoiy hodisa, muayyan ijtimoiy institut va tarmoq sifatida mohiyatini oydinlashtirganda uning ijtimoiy-antropologik va madaniy ahamiyatiga e'tibor qaratilgan. Turizmologiyani sayohatning chuqur ma'nosini, inson hayotining muhim yo'lini, sayohatning "logotiplarini" ochish, shaxsning o'zini o'zi anglashi sifatida tushunish fanning tuzilishini, uning arxitektonikasini, konsepsual xususiyatlarini belgilaydi.

Aholini turizm sohasidagi faoliyatga keng miqyosda jalb qilish ularning malakali tayyorgarligini taqozo etadi. Professional xodimlarning mavjudligi turizm biznesining barcha tarkibiy qismlarining muvaffaqiyatli ishlashi va takomillashtirilishining kalitidir. Ko'pgina mamlakatlarda professional turistlarni tayyorlash kerakli darajada amalga oshirilmoqda. Kasblar klassifikatorida "turizmolog" ilmiy mutaxassisligi kabi kasbning ta'rifi tubdan yangidir. Bunday mutaxassislarni tayyorlashni tegishli nazariy ta'limsiz tasavvur qilib bo'lmaydi, buning asosi esa turizm fani – Turizmologiyani egallashdir.

Turizm muhim ijtimoiy vosita bo'lib, undan mohirona foydalanish mamlakatlar iqtisodiyotini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqadi, davlatga tez va yuqori foyda keltiradi, mintaqaviy rivojlanishni rag'batlantiradi, yangi ish o'rinlari yaratilishiga hissa qo'shadi, jamiyat hayotining barcha sohalarida sezilarli taraqqiyotni taminlaydi. Sayyohlik industriyasi real foyda keltirishi uchun uni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash zarur bo'lib, u birinchi navbatda zamonaviy turizm infratuzilmasini yaratish, ichki ekskursiya va xorijga ta'lim yo'nalishlarini rag'batlantirish, faollashtirish bilan bog'liq investitsiya loyihalarini amalga oshirishga, ichki turizm

rivojlantirish, malakali turizm mutaxassislarini, xususan, turizm olimlarini tayyorlashga qaratilgan.

Turizm fanini yaratish ko'p vektorli jarayondir. U ikkita asosiy darajada, ya'ni "yuqoridan" muammolar, g'oyalar va gipotezalarni shakllantirish, konsepsiyalarni aniqlash, nazariy modellarni ishlab chiqish va "pastdan" - amaliyotni ilmiy tushunish (turizm prakseologiyasi), iqtisodiyotning tarkibiy qismlarini umumlashtirilgan holda tahlil qilishda namoyon bo'ladi.

Turizmologiyaning shakllanishi - o'ziga xos, innovatsion, ijtimoiy-iqtisodiy va gumanitar va akademik fan - turizmning butun tarixi davomida, embrion shakllaridan (praturizm) XX asrning rivojlangan turizmigacha bo'lgan davrda sodir bo'ladi. Turizm evolyutsiyasiga ko'ra, uni anglash bosqichma-bosqich amalga oshadi, uning nazariy qiyofasi shakllanadi. Turizmologiya jamiyat hayotining hodisasi sifatida turizmga oid kuzatuvlarning xilma-xil materialini tartibga soladi, umumlashtiradi va konsepsuallashtiradi, turistik bilimlarning to'planishi va konsentratsiyasi uni ilmiy loyihalash imkonini beradi.

Turizm hodisasining o'ziga xos xususiyatlarini nazariy jihatdan aniqlash bo'yicha chuqur ish olib borish nafaqat muhim ilmiy vazifa, balki amaliy ehtiyoj hamdir. Konsepsual apparatning rivojlanmaganligi, turizm fanining asosiy tushunchalari ta'riflarining nomuvofiqligi, turizm fani tushunchalarini izohlashning o'zboshimchaligi turizm destinatsiyasining fundamental hujjatlari, turizm statistikasi, rasmiy ma'lumotlar mazmuniga sezilarli tasir ko'rsatadi. Konsepsual, kategorik "shaffoflik" va kasbiy terminologiya mazmunining muhim izchilligi sohani me'yoriy jihatdan qo'llab-quvvatlash, mukammal ta'lim dasturlarini yaratishda muhim ahamiyatga ega.

Turizmning butun nazariy ongli qiyofasi konsepsual jihatdan quyidagi asosiy atamalar-tushunchalar bilan tashkil etilgan: "turistik", "turizm", "sayohat", "destinatsiya", "turistik mahsulot", "turizm industriyasi", "turistik infratuzilma". Turizmologiya yosh fan hisoblanadi.

Turizm haqidagi ilmiy tadqiqotlar turizm nazariyasining uslubiy asosini yaratdi. Turizmologiyaning shakllanishi va rivojlanishi zamonaviy fanning umumiy evolyutsiyasi, ayniqsa, uning butun ijtimoiy-gumanitar va iqtisodiy bo'limlari sharoitida amalga oshiriladi.

XXI asr boshlarida turizm fani o'zining nazariy va ijtimoiy muammolarini o'rganishda yangi talablarga duch kelmoqda. Turizm nazariyasi va amaliyotiga haqiqiy tasir axborotlashtirish va kompyuterlashtirishning zamonaviy konsepsiyasi, animatsiya, qiymatshunoslik va boshqalar bilan taminlanadi. "Muqobil" va ekstremal turizm amaliyoti, uning yangi, ba'zan ekzotik shakllarining paydo bo'lishi sifat jihatidan yangi uchastkalar va turizm ishlanmalarini taklif qiladi.

Jahon sayyohlik tashkiloti mamlakatlar hukumatlarini quyidagi masalalarga e'tibor qaratgan holda turizmni faol rivojlantirishga yo'naltiradi:

- global iqlim o'zgarishi;
- sayyoradagi suv balansi;
- Turizm, mehmonxona industriyasi, sayohatni elektron boshqaruvga o'tish zarurati.

Iqtisodiy, kommunikativ va axborot globallasuvi turizmni taklif qilish, transport vositalaridan foydalanishga yangi yondashuvlarni talab qiladi. Turizmning jamiyat iqtisodiy va ijtimoiy sohasining ko'plab tarmoqlari bilan chambarchas bog'liqligi fanning turli sohalarini kompleks o'rganishda kengroq qo'llaniladi.

Bozorda yuzaga kelayotgan qisqa muddatli muammolar va barqaror rivojlanishning uzoq muddatli tamoyillarining uyg'unlashuvi zarurligini global tushunish global va milliy turizm siyosati va strategiyalarining ajralmas qismiga aylanishi kerak.

Turizm - bu ajoyib dinamik hodisa. U insonning ijtimoiy va individual ehtiyojlari tarkibidagi o'zgarishlarga sezgir munosabatda bo'ladi, chaqiriqlar, takliflar va tahdidlarga XXI asr imkoniyatlari bilan o'ziga xos tarzda javob beradi. Shu sababli, zamonaviy turizm madaniyati nafaqat soha mutaxassislarini zamonaviy turizm jarayonining voqeligiga, turizm xizmatlari bozoridagi keskin raqobatga moslashtirishi, balki ularni yangi, notanishliklarini kutib olishga tayyorlash, nafaqat taktik ko'nikmalarni, balki ularni strategik jihatdan ham shakllantirishi kerak. Turizm nazariyasi va amaliyotining nafaqat zamonaviy muammolarini, balki uning yaqin va uzoq istiqbollari, kelajakdagi imkoniyatlarini ham hisobga olish turizmning dolzarb vazifasi hisoblanadi.

I - MAVZU. TURIZM VA TURIZMOLOGIYA.

TURIZMOLOGIYA FAN SIFATIDA

Fanni o‘tishdan maqsad: Turizmni keng qamrovli fan sifatida uning nazariy asoslarini va metodologik o‘ziga xosligini o‘rganadi.

Reja:

1.1. Turizmning asosiy xususiyatlari

1.2. Turizm funksiyalari. Turizmologiya terminlari

1.3. Turizmologiya - turizmni keng qamrovli o‘rganuvchi fan sifatida

1.4. Turizmni nazariy va metodolik tushunish.

1.5. Turizmologik bilimlarning genezisi va evolyutsiyasi

1.1. Turizmning asosiy xususiyatlari

Turizm bugungi kunda jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo‘lib, ko‘plab mamlakatlarda muhim daromad manbalaridan biriga aylangan.

So‘nggi paytlarda turizm insonlarning bo‘sh vaqtini tashkil etish usuli sifatida mashhur bo‘lib bormoqda. Bunga transport va aloqaning jadal rivojlanishi, aholining faravonlik darajasining ko‘tarilishi, insonlarning bo‘sh vaqtining ko‘payishi va unga qadriyat sifatida munosabati shakllanishi yordam bermoqda.

Turistik faoliyat shu qadar o‘ziga xos va ko‘p qirrali bo‘lib bormoqda, u rekreatsion, kognitiv, gedonistik, kommunikativ va boshqa ko‘plab funksiyalarni o‘z ichiga olmoqda. Sayohat paytida insonlar madaniy va dam olish muassasalariga: muzeylarga, teatrlarga, ko‘rgazmalarga tashrif buyurishadi, mamlakatlar, hududlarning tarixiy, madaniy, tabiiy xususiyatlari bilan tanishadilar, sayohatning maqsadi butunlay boshqacha bo‘lishi ham mumkin. Kishilarning turistik faoliyati insonlarning bo‘sh vaqtlari kabi hodisaning o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda ko‘rib chiqilishi kerak. Bo‘sh vaqtlarda bilimning turli sohalari bo‘yicha yangi narsalar o‘rganiladi va bo‘sh vaqtni o‘zlashtirish amalga oshiriladi. Sayohatning yangi shakllariga, o‘quv, kognitiv, biznes-turlar, ekstremal va chang‘i sayohatlari, safari sayohatlari, dengiz sayohatlari va boshqalarga ham talab o‘sib bormoqda.

Bundan tashqari, an’anaviy **turistik xizmatlar** - turar joy, ovqatlanish, ma’lum bir ekskursiya to‘plami va boshqalar bilan

qoniqmaydigan kishilarning madaniy, kognitiv ehtiyojlari ortib bormoqda.

So‘nggi yillarda turizm sezilarli darajada rivojlandi va xalqaro miqyosdagi ommaviy ijtimoiy-iqtisodiy hodisaga aylandi. Uning jadal rivojlanishiga dunyo davlatlari va xalqlari o‘rtasidagi siyosiy, iqtisodiy, ilmiy va madaniy aloqalarning kengayishi yordam bermoqda. Turizmning keng miqyosda rivojlanishi millionlab odamlarga o‘z vatani va boshqa mamlakatlar tarixi haqidagi bilimlarini kengaytirish, ma‘lum bir mamlakatning diqqatga sazovor joylari, madaniyati, an‘analari bilan tanishish imkonini beradi.

Iqtisodiy nuqtai nazardan turizm - turistlar tomonidan moddiy ne‘matlar, ya‘ni xizmatlar va tovarlarni iste‘mol qilishning alohida turi bo‘lib, u iqtisodiyotning alohida tarmog‘i sifatida ajralib turadi, turistni barcha zarur narsalar bilan taminlaydi: transport vositalari, oziq-ovqat, turar joy, madaniy va maishiy xizmatlar, ko‘ngilochar va h.

Turizmni mamlakatga olib kirish va eksport qilish mumkin. Boshqa mintaqalardan kelgan sayyohlarning xarajatlari o‘sha mezbon mintaqa iqtisodiyotiga qo‘shgan hissasini ifodalaydi. Demak, **turistik eksport** - bu mamlakatdan turistik taassurotlarni eksport qilish bo‘lib, u bir vaqtning o‘zida turistning ushbu mamlakatga pul olib kirishi bilan birga kechadi. **Turistik import** - bu mamlakatga turistik tajribalarni olib kirish, bu turist tomonidan ushbu mamlakatdan bir vaqtning o‘zida pul olib chiqish bilan birga kechadi.

Turizm industriyasi - mehmonxonalar va boshqa joylashtirish obyektlari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish korxonalarini, ko‘ngilochar obyektlar, ta‘lim, tadbirkorlik, sog‘liqni saqlash va boshqa obyektlar, turoperator va sayyohlik agentliklari faoliyati bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlar, shuningdek, ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatuvchi muassasalar va boshqa xizmatlar, jumladan, gid - tarjimonlar xizmatlari majmuidir.

Turizm alohida tarmoq sifatida o‘ziga xos jihatlarga ega. Biz uning **asosiy xususiyatlarini** ko‘rib chiqamiz:

1. Sayohatdan farqli o‘laroq, turizm - bu odamlarning qisqa vaqt ichida harakatlanishidir. Turizmdan chiqib ketadigan uzoq safarlarni juda ham kam kishilar amalga oshiradi. Turizm esa XX asrning ommaviy hodisasi bo‘lib, rivojlangan jamiyatda shakllangan siyosiy va iqtisodiy vaziyat tufayli tarkib topdi. Odamlar (asosan maosh

oluvchilar) yillik qisqa muddatli (o'rtacha 2-3 hafta) ta'til olish huquqini oldilar. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, eng katta ulushni dam olish kunlari turizmi (2-3 kun), undan keyin kichik turistik sayohatlar (6-7 kun), ancha kichikroq ulushni 8-12 kunlik turlar egallaydi. Boshqa barcha uzoqroq turistik sayohatlar ularning umumiy massadagi ulushi ahamiyatsizligi sababli statistikadan tushib qoladi.

2. Turizm uchun doimiy yashash joyini aniqlash muhim ahamiyatga ega. Turizm odamlarning doimiy yashash joyidan turistik maqsadlarda boshqa hududga, mamlakatga ketishini taminlaydi. Yashash joyidagi harakatni, masalan, har kuni ishga borishni turizm bilan bog'lab bo'lmaydi.

3. Bo'sh vaqt davrining ta'rifi turizmni dam olish vositasi sifatidagi umumiy tushunchaga asoslanadi. Turizmning ba'zi turlari uchun, masalan, ishtirokchilari ko'pincha kompaniya tomonidan yuborilgan mutaxassislar sifatida sayohat qiladigan professional va biznes uchun bu yetarli darajada adolatli emas.

4. Eng muhim kategoriya turizmning maqsadi bo'lib, turizm bilan bog'liq bo'lgan va imtiyozli bojxona, soliq va boshqa turdagi faoliyat turlarini aniq belgilash imkonini beradi. Davlatlar tomonidan faqat turizm uchun o'rnatilgan imtiyozli tartiblar mavjud. Turizmning asosiy maqsadlari: ko'ngilochar (jozibali), dam olish va marifiy shakllari ajratiladi. Muhimligi bo'yicha - sog'lomlashtirish va shifo maqsadlari, keyin professional va biznes, mehmon va boshqalar sanaladi.

5. Turizm ko'pgina mamlakatlar iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo'lib, u mahalliy aholini ish bilan ta'minlaydi, mehmonxonalar, restoranlar, ko'ngilochar tadbirlar o'tkazishga imkon beradi, chet el valyutalari oqimi taminlaydi va b. Turizm mahalliy turistik resurslardan foydalanishga asoslanadi, bu esa hudud yoki davlatga daromad keltiradi.

Turizm xizmatlarning tarkibiy qismlariga va xizmat ko'rsatilayotgan aholi toifalariga ko'ra ichki va xalqaro turlarga bo'linadi. Ichki turizm - ma'lum bir davlat fuqarolarining doimiy yashash joyidan shu davlatning milliy chegaralari doirasida dam olish, kognitiv qiziqishlarini qondirish, sport bilan shug'ullanish va boshqa turistik maqsadlarda vaqtincha chiqib ketishidir. Ichki turizm alohida hududni anglatmaydi va u milliy hayotning boshqa barcha tarmoqlari bilan bog'liq.

Xalqaro turizm - bu mamlakatda chet ellik sayyohlarga turistik xizmatlar va turistik mahsulot ko'rsatish (kirish turizmi) va chet elda turistik xizmatlar va turistik mahsulot ko'rsatish (chiqish turizmi) bilan bog'liq turistik korxonalarining tizimlashtirilgan va maqsadli faoliyatidir.

Ko'pgina mamlakatlarda turizm iqtisodiy foydali va daromadli soha sifatida davlat tomonidan qattiq nazorat ostida bo'lgan faoliyatdir.

Milliy turizm tushunchasi ham mavjud - ichki va chiqish turizmi, ya'ni o'z davlati aholisi orasidan sayyohlarga xizmat ko'rsatish sohasidagi tadbirlar majmuidir.

Tashkil etish uslubiga ko'ra ular rejali va havaskor turizmni ajratadilar.

Rejali turizm - turizm tashkilotchilari - turoperatorlar tomonidan ishlab chiqiladigan va amalga oshiriladigan turizmning har qanday turi. Rejali turizm davlat tomonidan qonunlar va qoidalar orqali tartibga solinadi. U ommaviy turizm industriyasining asosini tashkil etadi. Ko'p jihatdan rejalashtirilgan turizm turli tijorat tashkilotlari va tadbirkorlar faoliyatining asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Havaskor turizm - ixtiyoriy havaskorlik asosida amalga oshiriladigan ommaviy turistik faoliyatning o'ziga xos turi. Havaskor turizm ixtiyoriy turistik uyushmalar va turistik klublarning turistik faoliyatni tartibga soluvchi o'z normativ hujjatlarini chiqaradigan, sayohatlar, turistik yig'inlar va musobaqalar o'tkazuvchi, o'z turistik uslubiy adabiyotlari va davriy nashrlarini nashr etuvchi faoliyatiga asoslanadi.

Ijtimoiy turizm – maktab o'quvchilari, yoshlar, pensionerlar, nogironlar, urush va mehnat faxriylari hamda davlat va nodavlat jamg'armalari mablag'lari hamda boshqa fuqarolarning sayohatlari uchun sharoit yaratish maqsadida ijtimoiy ehtiyojlar uchun ajratiladigan mablag'lar hisobidan subsidiyalanadigan turizm turidir. Boshqa xayriya tashkilotlari dam olish huquqidan foydalanganda aholining eng kam taminlangan qismi sifatida ijtimoiy qo'llab-quvvatlanadi.

Ijtimoiy turizmga quyidagilar kiradi:

- fuqarolarga ijtimoiy sayohat narxida sotiladigan sayohatlar, sayyohlik faoliyatining boshqa turlari, sog'lomlashtirish va dam olish, ijtimoiy turizmning bir martalik xizmatlari yoki davlat tomonidan

ijtimoiy ehtiyojlar uchun ajratiladigan mablag'lar hisobidan subsidiyalar;

- ijtimoiy sayohatlar, ijtimoiy turizmning bir martalik xizmatlarini shakllantirish, rag'batlantirish va amalga oshirish bo'yicha kasbiy faoliyat sohasi;

- ijtimoiy turizm ishtirokchilarining ommaviy harakati.

Turistik faoliyat - turoperator va sayyohlik agentliklari faoliyati, shuningdek sayohatni tashkil etishning boshqa turlaridir.

1.2. Turizm funksiyalari. Turizmologiya terminlari

Turizm funksiyalari. Mutaxassislarning fikricha, turistik sayohat kognitiv, ijtimoiy-kommunikativ, sport, estetik, hissiy-psixologik, sog'lomlashtiruvchi, ijodiy, ziyorat kabi ijobiy ijtimoiy funksiyalarga ega.

1. Kognitiv funksiya. Bilish - voqelikni tafakkurda aks ettirish, tahlil qilish va takrorlash jarayoni; obyektiv dunyo qonuniyatlarini, tabiat va jamiyat qonunlarini tushunish; olingan bilim va tajribalar majmui. Sayohatda inson atrofdagi dunyoni ham mantiqiy, ham hissiy vositalar bilan o'rganadi. Mantiqiy bilishga tafakkur va xotira, hissiy sezish, idrok etish, tasvirlash kiradi. Turizmning kognitiv tomoni insonning boyitishga intilishi, tarix, iqtisodiyot, tabiat, fan va madaniyat sohasidagi bilimlari, tarixiy, etnografik, tabiat va inqilobiy yodgorliklar, harbiy va mehnat an'analari kabilar bilan tanishish istagini bildiradi.

2. Sog'lomlashtirish funksiyasi. Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti (JSST) salomatlik tushunchasini to'liq jismoniy, aqliy va ijtimoiy farovonlik holati deb ta'riflagan. Harakat turizmga xos bo'lib, sog'lomlashtirish funksiyasi bo'yicha birinchi o'rinda uning faol turlari, ya'ni sayyoh o'zining jismoniy harakatlari tufayli marshrut bo'ylab harakatlanishidir. Bunday sa'y-harakatlar deyarli har qanday odamning kuchga kirishiga olib keladi. Bu sa'y-harakatlar turistning jismoniy va texnik imkoniyatlariga mos kelishi o'ta muhimdir.

3. Ijtimoiy-kommunikativ funksiya. Bu sayohat ishtirokchilarining ijtimoiy mavqei, yoshi, millati, fuqaroligi va odamlarni farqlashning boshqa belgilarini hisobga olgan holda, norasmiy sharoitda ishlab chiqarishga bo'ysunmasdan bir-biri bilan muloqot qilish qobiliyati sifatida belgilanadi. Turistik idrok nuqtai nazaridan sayohat hududi

bilan tanishish faqat ma'lum bir joyni tabiiy, tarixiy va madaniy yodgorliklarini tekshirish emas, balki yangi odamlar bilan tanishishdir va ma'lum bir sayohat taassurotlari, ko'pincha, yangi odamlar bilan muloqot qilish taassurotidir.

4. Sport funksiyasi. Sport turizmini tashkil qilish oson, u har qanday yoshdagi odamlar uchun ochiq. Turizm tabiiy sport turidir, chunki undagi yuklar osongina dozalanadi. Sport turizmi jamoaviylik, intizom, matonat kabi insoniy fazilatlarni ham rivojlantiradi.

5 va 6. Estetik va emotsional-psixologik funksiyalar. Turizmning estetik vazifasi deganda turistik sayohatda tabiat go'zalligidan, me'morlar, haykaltaroshlar, rassomlar ijodidan bahramand bo'lish imkoniyati tushuniladi. Estetik funksiya hissiy va aqliy funksiya bilan chambarchas bog'liq. Turizmshunoslikda bu mashaqqatli mehnatdan keyin stress va charchoqdan xalos bo'lish, odamlar bilan uchrashishdan ijobiy his-tuyg'ularni olish, qiziqarli turistik obyektlardan taassurot olish yoki sport yoxud faol turistik sayohatda tabiiy to'siqlarni yengib o'tish imkoniyati sifatida tushuniladi.

7. Ijodiy funksiya. Turistik sayohatning ulkan ijodiy salohiyati shundaki, uning ishtirokchilari stereotipik mavjudlikdan tashqariga chiqadilar, kundalik arzimas narsalardan chalg'iydilar, yangi muammolarni hal qilishga e'tibor qaratadilar. Bir necha ming yillik uyushgan sayohatlar davomida sayohatchilar ijodining ko'plab ko'rinishlari to'plangan. Bularga birinchi navbatda quyidagilar kiradi: ilmiy kashfiyotlar; nasriy va she'riy asarlar, ham badiiy, ham hujjatli va ilmiy-ommabop ishlar; uskunalar, kiyim-kechak, poyabzal, transport vositalarining yangi modellarini ixtiro qilish; turizmning turli turlari uchun yangi oziq-ovqat mahsulotlari; faol va sport sayohatlari ishtirokchilari - odamlarni o'qitishning yangi vositalari va usullari sanaladi.

8. Ziyorat vazifasi. Zamonaviy xalqaro va ichki turizmda ziyorat turizmi jadal rivojlanmoqda. XX asr oxiridagi dunyo davlatlaridagi global o'zgarishlar dindorlar sonining va asosiy jahon dinlari ziyoratchilarining sonining ko'payishiga olib kelmoqda. Masalan, musulmon ziyoratchilar soni hozir shu qadar ko'pki, muqaddas Makka va Madina shaharlari joylashgan Saudiya Arabistoni rasmiylari dunyoning turli burchaklaridan ziyoratchilar uchun yillik kvotani belgilab qo'yishga majbur bo'lishgan.

Ushbu ijtimoiy funksiyalarni amalga oshirish faqat turistik va rekreatsion resurslardan foydalanganda mumkin. Ushbu resurslarni shartli ravishda ikki guruhga bo'lish mumkin:

1. Tabiat obyektlari va resurslari majmui;
2. Madaniy va tarixiy obidalar majmui.

Turizmning sport-sog'lomlashtirish funksiyalari asosan tabiat resurslari, qolganlari esa ikkala guruh resurslarini ham ishlatadi.

Ishlab chiqarishdagi asosiy mehnatdan tashqari tabiat va odamlar bilan muloqot qilish jarayonida inson salomatligini tiklashi **dam olish** deyiladi. Bunday holda, dam olish faol (sport va turistik) yoki passiv (pansionat) bo'lishi mumkin.

Madaniy va tarixiy obidalar ekskursiyalar orqali passiv dam olishning asosini tashkil qiladi.

Mamlakatlar iqtisodiyotida **xalqaro turizm** bir qancha **vazifalarni** bajaradi:

- 1) Mamlakat uchun valyuta tushumlari manbai va bandlikni taminlash vositasi;
- 2) To'lov balansi va mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi depozitlarni kengaytirish vositasi;
- 3) Iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, turizm sohasiga xizmat qiluvchi ishlab chiqarishlarni yaratish vositasi;
- 4) Bandlikni oshirish, aholi daromadlarini oshirish va xalq farovonligini oshirish vositasi.

Odamlarning sayohatga bo'lgan ehtiyoji ortib borishi bilan turizm sanoati ham turistlar uchun tovar va xizmatlar ishlab chiqarish va iste'mol qilishni taminlovchi korxonalar, muassasa va tashkilotlar yig'indisi sifatida o'sib boradi. Binobarin, turizmning insoniyat hayotidagi ijtimoiy-iqtisodiy o'rni tez su'ratlar bilan oshib bormoqda.

Turistik faoliyatning kasbiy vazifalari tasnifi:

1. Turistlarga xizmat ko'rsatish sharoitida mijoz uchun optimal yechimni tayyorlash vazifalari:
 - turistik xizmatlar holatining tashqi va ichki parametrlarini tahlil qilish (joy, vaqt, iste'molchi turi);
 - turistik vaziyatning rivojlanish prognozini aniqlash;
 - turistik mahsulot iste'molchisining "niyatlarining aniqligi/noaniqligi" parametri bo'yicha xizmatlar;
 - turistik mahsulot hal qilishi kerak bo'lgan maqsadlarni birgalikda belgilash.

2. Turistlarga xizmat ko'rsatish sharoitida mijoz tomonidan maqbul qaror qabul qilishni boshqarish vazifalari:

- optimal turistik mahsulotni birgalikda izlash;
- mijozga rag'batlantiruvchi tasirlarni amalga oshirish;
- turistik mahsulotlarni sotish texnologiyasini birgalikda ishlab chiqish.

3. Qarorni amalga oshirishda iste'molchiga hamrohlik qilish (qo'llab-quvvatlash) vazifalari:

- + mijozlar qoniqishini baholash;
- + amalga oshirish jarayonida sayohat xizmatlari sifatining saqlanishini monitoring qilish;
- + Iste'molchilarning xatti-harakatlarini boshqarishdagi qiyinchiliklarning oldini olish.

Mavzu bo'yicha nazariy materialni o'rganib chiqib, quyidagi xulosalar chiqarish mumkin:

1. Turizm hudud yoki davlatga daromad keltiruvchi mahalliy turistik resurslardan foydalanishga asoslangan. Turizm xizmatlarning tarkibiy qismlariga va xizmat ko'rsatilayotgan aholi toifalariga ko'ra ichki va xalqaro turlarga bo'linadi.

2. Tashkil etish usuli rejali va havaskor turizmni ajratadi.

3. Turistik sayohat kognitiv, ijtimoiy-kommunikativ, sport, estetik, hissiy-psixologik, sog'lomlashtiruvchi, ijodiy, ziyorat kabi ijtimoiy funksiyalarga ega. Ushbu ijtimoiy funksiyalarni amalga oshirish faqat turistik va rekreatsion resurslardan foydalanganda mumkin.

Turizmologiya terminlari haqida. Ilmiy adabiyotlarda turizmning nazariy asoslarini o'rganuvchi fanning nomi sifatida quyidagi terminlarni uchratish mumkin: Turizmologiya, Turizmovedeniye, Turistika, Turologiya, Turografiya, Turizmshunoslik.

Hozirgi vaqtda turizm fani faol rivojlanmoqda, shu sababli bu fanning nomi haqida savol tug'iladi, uning ma'nosini beruvchi atamani tanlash zarurati shubhasizdir. Bizning maqsadimiz turizmni o'rganuvchi fanni ma'nosini ochib beradigan so'zlarning nominatsiyalari funksional variantlarni aniqlashdir.

Rossiyada turizmni o'rganuvchi fan uchun lingvistik jihatdan asosli nom tanlash masalasini o'rganish uchun Janubiy Federal universiteti va Moskva gumanitar universitetining uchta kafedra vakillari (Umumiy geografiya, o'lkashunoslik va turizm kafedralari)

a'zolaridan ijodiy guruh tuzdilar, jumladan: Moskva gumanitar universitetining turizm kafedrası mudiri, Butunittifoq turizm va ekskursiyalar ilmiy laboratoriyasining sobiq direktori Yu.S. Putrik, Janubiy federal universiteti filologiya va jurnalistika fakulteti rus tili kafedrası professori, t.f.n. Savenkova, JFU Umumiy geografiya, o'lkashunoslik va turizm kafedrası mudiri, turizm tarixi va geografiyasiga oid mamlakatning mashhur monografiyalari muallifi G.P. Dolzhenko. Ijodiy guruh tomonidan belgilab berilgan rejaga ko'ra, dastlab Rossiya va Ukrainada bu atamalarning qo'llanilishi o'rganildi, so'ngra Belarus, Qozog'iston va Qirg'iziston ham o'rganildi. Turli oliy ta'lim muassasalari kafedralarining uch yuzga yaqin veb-saytlari mazmuni tahlil qilinib, quyidagi xulosalarga kelish imkonini berdi: bir qator davlatlarda (Belarus, Ukraina, Qozog'iston, Qirg'iziston) "turizmologiya" termini ustunlik qiladi.

Turizmologiya - bu turizm bilan bog'liq barcha omillar va hodisalarni o'rganadigan murakkab fan. Shu bilan birga, Ukrainaning ba'zi universitetlarida (Shevchenko nomidagi Kiyev Milliy universitetida, I.I.Mechnikov nomidagi Odessa Milliy universitetida, Ukraina dengiz institutida) turizmovedeniye termini qo'llaniladi.

MDH davlatlarida chop etilgan darsliklarda "turizmologiya" so'zi tobora ommalashib bormoqda. Shunday qilib, 2010 yilda Kiyev universitetining mualliflar jamoasi "Turizmologiya (turizm nazariyasi)" darsligini nashr etdi. "Turizmologiya" atamasini Ukraina universitetlarining o'quv dasturlarida ham uchratish mumkin. U, masalan, Kiyev Turizm, iqtisodiyot va huquq universiteti, Dnepropetrovsk milliy universiteti, O. Gonchar nomli Mintaqalararo xodimlarni boshqarish akademiyasi hujjatlarida ham mavjud.

Bundan tashqari, Kiyev turizm, iqtisodiyot va huquq universitetida prof. B.C Pazenko, prof. V.C. Fedorchenko, dots. O.A. Kruchekom, dots. U. Minich 2010 yilda "Turizmologiya (turizm nazariyasi)" maxsus kursi uchun o'quv qo'llanma tayyorladi. Mualliflar maxsus kursning maqsadini quyidagicha belgilaydilar: "Turizm o'ziga xos ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy institut bo'lib, xalq demokratiyasining samarali shakli va sayohat qiluvchi inson hayoti haqidagi nazariy bilimlarni umumlashtiruvchi fandır" deb ta'rif berilgan.

Bu kurs mualliflari "turizmologiya (turizm nazariyasi)" maxsus kursi quyidagi vazifalarni bajaradi, deb hisoblaydilar:

- Qonunda mamlakat iqtisodiyoti va madaniyatining ustuvor tarmog‘i deb ataladigan turizm sohasi nazariyasining mohiyatini aniqlash;
- turizmning asosiy semantik ma’nolarini ochib berish, uning kategorik apparati bilan tanishtirish;
- turizm hodisasini tushunishning ilmiy yondashuvlarini tizimlashtirish, turizm fanining genezisi va evolyutsiyasini aniqlash, mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga tasir etuvchi asosiy turistik tushunchalar mazmunini aniqlash;
- turistik bilimlar tuzilishini, uning arxitektonika tizimi va boshqa ijtimoiy fanlar bilan aloqasini anglab olish;
- turizmologiyaning vazifalarini, uning ijtimoiy maqsadlarini aniqlash;
- turistik faoliyat nazariyasi va amaliyoti o‘rtasidagi bog‘liqlik dialektikasini ochib berish.

Turizmologiya atamasi Qozog‘istonda ham faol qo‘llaniladi. Uni Qarag‘anda iqtisodiyot universiteti, Qozog‘iston milliy universitetida talabalarga o‘tiladi. Al-Farobiy nomidagi Pavlodar davlat universiteti, S.Torayg‘irov nomidagi Kaspiy davlat texnologiya va injiniring universiteti talabalariga ham o‘rgatiladi.

Internetdagi mavjud veb-saytlariga ko‘ra, Belorussiya universitetlari kafedralarida “turizmologiya” atamasi yoki “turizmologiyaga kirish” so‘zlari ishlatiladi.

Rossiyada Rossiya Xalqaro Turizm Akademiyasi olimlari turizmologiya atamasini turizm fanining nomi sifatida asoslab berishgan. Da’vo esa turizmovedeniye atamasi ishlatiladi.

Turizmshunoslik atamasini birinchilardan bo‘lib Chernovski shahri olimi N.P. Krachilo 1980 yilda nashr etilgan "Osnovi turizmovedeniye" monografiyasida uchratish mumkin. Shunga qaramay, Rossiya universitetlarining veb-saytlarida turizmovedeniye tushunchasi kamdan-kam uchraydi. Janubiy Federal Universitetida (Rostov-Don) 2010/2011 o‘quv yilida "Turizm" ixtisosligining o‘quv rejasiga "Turizmshunoslik tarixi va tadqiqot usullari" nomli yangi ixtiyoriy fan kiritilgan. Bunda turizmshunoslikka turizmni bundan keyin rivojlantirish maqsadida turizmni kompleks o‘rganuvchi ilmiy-analitik va prognoztik fan sifatida qaraladi. Tabiiy, tarixiy-madaniy va hodisaviy resurslarning o‘ziga xosligini, turistik industriya rivojining territorial qonuniyatlarini, turistik faoliyatning huquqiy va iqtisodiy

masalalarini, turistik choralar va boshqa omillar hamda turizmga xos bo'lgan hodisalarning kumulyativ (**Kumulyasiya**, lot. cumulatio — ko'payish, to'planish, yig'ilish ma'nosini beradi) samarasini tadqiq etadi.

Ammo, bugungi internet tizimidagi rus tilidagi ma'lumotlarda "turistika" atamasi yetakchi o'rinni egallaydi. Bu atama Rossiyaning turistik terminologik lug'atida qayd etilgan bo'lib, unda quyidagi ta'rifni topish mumkin: "Turistika" – turizm, turizm faoliyati, turizm iqtisodiyoti, turizmni boshqarish va turizm qonunchiligiga oid zamonaviy fundamental va amaliy fanlarning uzviy tizimidir".

Turli oliy o'quv yurtlarida berilgan atamalarning ta'riflarini diqqat bilan o'qish va tahlil qilish bizga bir xil yoki, hech bo'lmaganda, bir-biriga juda yaqin bo'lgan so'zlar uchun katta mas'uliyat bilan tan olishga imkon beradi, ya'ni ularni **sinonimlar sifatida qarash** maqsadga muvofiqdir. Shu bilan birga, xorijlik mutaxassislarining ishlarida ham bu fan nomi bo'yicha birdamlik yo'q. Bugungi turizm fanida bir vaqtning o'zida uchta nominatsiyaning o'z nomiga da'vogar bo'lib, atama shakllanishi jarayonining to'liq emasligidan dalolat beradi. Bunday vaziyatda bitta nomni boshqalarga nisbatan afzal ko'rishning maqsadga muvofiqligini baholash yoki hech bo'lmaganda asosiy atama rolga da'vogarlar doirasini asosli ravishda toraytirish uchun birinchi qadamlarni qo'yish mantiqan to'g'ri.

Eng faol foydalaniladigan nomlash modeli turizmologiyani solishtiring: genealogiya, mineralogiya, laringologiya, otolarinologiya, algologiya, monadologiya, pedologiya, balneologiya va boshqalar. (jami lug'atda 209 ta o'xshash nomlar mavjud).

Qayd etilgan lug'atda ikkinchi o'rinda turizmshunoslik atamasi rasmiy tuzilgan model, solishtiring: o'lkashunoslik, muzeyshunoslik, baliqshunoslik, huquqshunoslik, arxivshunoslik, san'atshunoslik, tuproqshunoslik, tabiatshunoslik, kavkazshunoslik, kutubxonashunoslik, manbashunoslik, sharqshunoslik, musiqashunoslik va boshqalar (jami 51 nom).

Lug'atga ko'ra, eng kam faoli turistika atamasini eslatuvchi shakl, solishtiring: lingvistika, onomastika, gerbaistika, kitaistika, arabistka, slavistika, medivistika, korporativistika va boshqalar (jami 46 ta mavzu). Shu bilan birga, kirish qismi bilan yakunlangan

atamalar va -ika tugaydigan atamalar o'rtasidagi miqdoriy farq unchalik katta emas.

Shunday qilib, nomzodlarning tashqi shakli ularning birortasining ustuvorligi haqida aniq tasavvurni bermaydi.

Ushbu tadqiqotda muhokama qilinadigan fan turistik emas, balki turizmni obyekt sifatida qabul qiladi. Shuning uchun ikkita atamadan birini qo'llash mantiqan to'g'ri keladi - turizmshologiya yoki turizmovedeniye. Aynan mana shu semantik munosabatlar tugallangan terminlar - kirish va - mantiq, qarang: muzeyshunoslikni muzey ishi, balneologiyani - kurort ishi fani va boshqalar sifatida tavsiflash mumkin.

Turizmshunoslik - bu turizmni keyingi rivojlanish yo'llarini bashorat qilish uchun har tomonlama o'rganadigan ilmiy va tahliliy fan. Turizmshunoslikda tabiiy, tarixiy, madaniy va hodisa resurslarining xususiyatlari, turizm industriyasi rivojlanishining hududiy qonuniyatlari, turizm faoliyatining iqtisodiy va huquqiy masalalari, turizm faoliyatining kumulyativ tasiri va turizmga xos bo'lgan boshqa omillar va hodisalar o'rganiladi.

Turizmni o'rganishning tadqiqot sohasi quyidagi asosiy ilmiy bloklar seriyasidan iborat:

- arxitektura va shaharsozlik (dam olish va sayyohlik joylarini tashkil etish);

- inson fiziologiyasi (turist);

- turizm tarixi;

- turizm geografiyasi;

- atrof-muhit ekologiyasi;

- turizm psixologiya va pedagogika;

- turizm sohasidagi sotsiologik tadqiqotlar;

- turizm iqtisodiyoti;

- turizmning huquqiy masalalari;

- turar joy, umumiy ovqatlanish obyektlari, transport, ko'ngilochar industriya faoliyatini ilmiy taminlash.

Ushbu ro'yxat turizmni o'rganishni doimiy ravishda diversifikatsiya qilishni hisobga olgan holda sezilarli darajada kengaytirilishi mumkin, shuningdek uning alohida tarkibiy qismlarini batafsil tavsiflaydi.

Turizmologiya MDH mamlakatlarida. Turizmologiya atamasining mavqei so'nggi yillarda MDH mamlakatlarida nashr

etilgan darsliklarda o‘z aksini topmoqda. Turizm geografiyasi sohasidagi taniqli mutaxassis, Qozog‘iston Milliy universiteti professori S.R. Erdavletov tomonidan Qozog‘iston va O‘rta Osiyo respublikalarida birinchi bo‘lib “Turizmologiya asoslari” (2009) o‘quv-uslubiy qo‘llanma chop etildi. 2010 yilda Kiyev turizm, iqtisodiyot va huquq universiteti mualliflar jamoasi tomonidan “Turizmologiya (turizm nazariyasi)” o‘quv qo‘llanmasi tayyorlandi va nashr etildi. Uning mualliflari turizmologiya fanining kelib chiqishi va rivojlanishini kuzatishga, ushbu bilim sohasining tuzilishini tushunishga harakat qiladilar. Konsepsual darsliklarning chiqarilishi turizmshunoslik atamasi sanab o‘tilgan MDH mamlakatlarida barqaror o‘rin egallaganligidan dalolat beradi [43].

Turizmshunoslik atamasi ilmiy manbalarda qirq yil avval, ukrainalik olim N.P. Krachiloning "Turizmshunoslik asoslari" (Kiyev: Vishcha Shkola, Bosh nashriyot uyi, 1980) kitobida keltirilgan.

Turizmologiya Rossiyada. Novosibirsk va Tomsk haqli ravishda Rossiyada turizmni o‘rganish bo‘yicha muhim markazlari hisoblanadi. Aynan 1968 yilda Novosibirskda "SSSRda turizm sanoatining rivojlanishi" birinchi Butunittifoq ilmiy konferensiyasi bo‘lib o‘tdi, unda urushdan keyingi davrda sovet turizmining yutuqlari sarhisob qilindi va uni yanada rivojlantirish yo‘llari belgilab berildi. Zamonaviy Rossiyada, 2005 yilda Tomskda professor P.A.Oqishevaning “Turizmshunoslik asoslari” nomli ma‘ruzasi mutaxassislar tomonidan yuqori baholandi. Novosibirsk va Tomsk davlat universitetlarida, Rossiya ta‘lim akademiyasi universitetida va mamlakatning boshqa oliy o‘quv yurtlarida turizmologiya bo‘yicha kurslar bir necha yillardan beri o‘qitiladi. Janubiy Federal Universitetida 2010 yilda "Turizmshunoslik tarixi va tadqiqot usullari" fani "Turizm" ixtisosligining o‘quv rejasiga kiritilgan bo‘lib, mutaxassislikning nazariy qismini yakunladi.

Xullas, hozirgi vaqtda ushbu atamalardan birini ishlatadigan universitetlar soniga qarab, “Turizmologiya” boshqalarga qaraganda tez-tez qo‘llaniladi, undan keyin “Turizmvedeniye” va undan keyin “Turistika” termini ishlatiladi.

1.3. Turizmologiya - turizmni keng qamrovli o'rganuvchi fan sifatida

Turizmologiyaning shakllanishi va rivojlanish bosqichlari. Ilmiy fan sifatida turizmologiyaga aylanish jarayonida ikkita davrni ajratish mumkin.

Birinchi davr (turizmdan oldingi) jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining industriyadan oldingi davrini qamrab oladi. Bular antik davr, o'rta asrlar, Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi faylasuflar, savdogarlar va boshqa sayohatchilarning sayohatlarni tushunishlarining ko'plab misollari. Turizmshunoslarni, birinchi navbatda, sayohatni, ma'lum joy va manzillarni kuzatish va baholash namunalarini, turizm unsurlarining paydo bo'lishi haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan hujjatlar qiziqtirgan.

Ikkinchi davr (turizmning ijtimoiy hodisa sifatida paydo bo'lishi va rivojlanishi) industrial jamiyatning shakllanishi va uning postindustrial fazaga o'tishi bilan bir vaqtga to'g'ri keladi. Sayohat va turizm amaliyotini tahlil qilishga ilmiy yondashuv shakllana boshladi, ularni tushunishning nazariy darajasi asta-sekin o'sib bordi. Ikkinchi davr ichida ikki bosqichni ajratib ko'rsatish mumkin:

1) XIX asrning ikkinchi yarmi – XX asr boshlari. Turizm faoliyatining dastlabki ilmiy umumlashmalarining vujudga kelishi, turizm fanining asosiy kategoriyalarining rivojlanishi;

2) XX asr boshidan hozirgi kungacha. Turli omillar tasiri ostida, shu jumladan, urbanizatsiya, tibbiyotning balneologiya sohasidagi muvaffaqiyatlari va tog' va dengiz sohillari havosining foydali xususiyatlarini targ'ib qilish, transportning rivojlanishi va boshqalar tufayli turizm jadal rivojlana boshlaydi. U ko'plab mamlakatlarning ijtimoiy-iqtisodiy ahvoriga ijobiy tasir ko'rsatib, iqtisodiyotning eng daromadli tarmoqlaridan biriga aylanib bormoqda.

Avstriyalik olim K. Shpyuts "Tirolda turizmning geografik sharoiti va oqibatlari" (1919) asarida birinchilardan bo'lib sayyohlarni qabul qilgan mamlakatlar va hududlarda turizmning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy aloqalarini yaratishdagi rolini qayd etgan. Fransuz tadqiqotchisi R. Blanchard "Fransuz Alp tog'laridagi turizm" (1924) tadqiqotida u "turizm sanoati" tushunchasini kiritdi, bu orqali u chet elliklarni ko'rishni istagan mamlakatning zavq-shavqlaridan foydalanishni tushundi. XX asr boshlarida avstriyalik olim

Y.Stradnening “Turizm” asari nashr etilgan bo‘lib, unda muallif turizmning mintaqa iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy ta‘sirini tahlil qilgan. U birinchi navbatda turistik rayonlashtirish muammosiga e‘tibor qaratdi, hududlarning turistik jozibadorligini tashkil etuvchi tabiiy va antropogen kelib chiqishi bo‘lgan diqqatga sazovor joylarni o‘rganish zarurligini ta‘kidladi. 1920-yillarda turizmning tarixiy jihatiga bag‘ishlangan ilmiy tadqiqotlar, xususan, nemis olimi V. Lindnening “Qadimgi va yangi davrlardagi sayohatlar haqida” [199] asari paydo bo‘ldi.

Turizmning nazariy aks ettirilishiga qiziqish XX asrning 30-yillarida ijtimoiy-gumanitar fanda kuzatilgan. Dam olishning muhim va geografik tabiati muammosi dolzarb bo‘lib qoldi. Geograflar Turizmologiyani ham avtomobilsozlik, ham xalqaro savdo orqali rivojlangan ichki turizmga oid tasvirlangan ishlar bilan boyitdilar. K. Nebel, N. Foster, B. Faber, J. Reason asarlarida sayohat motivlari, bo‘sh vaqtni tashkil etishning ijtimoiy omillari o‘rganiladi. 1940-yillarning boshlarida shveysariyalik olimlar V.Xunziker va K.Krapflar turizmning konseptual ta‘rifini taklif qildilar [196]. U tizimli yondashuvga tayangan va turizmni odamlarning doimiy yashash va ish joyidan farq qiladigan joylarda harakatlanishi va bo‘lishi jarayonida vujudga keladigan munosabatlar va hodisalar majmui sifatida taqdim etgan. Turizmni har tomonlama talqin qilishda tadqiqotchilar ijtimoiy-iqtisodiy dominantni aniqladilar.

Milliy turizm maktablari shakllana boshladi: Avstriya (P. Berneker, J. Stradner, K. Stupz, R. Engelman), nemis (V. Narstedn, A. Gruntal, G. Vegener, R. Glyuksman, A. Kox, V. Freyer), ingliz (Z. Bauman, D. Pirs, J. Svarbrak, E. Koen, J. Lankik), daniyalik (N. Leyper), shveysariyalik (K. Krapf, V. Hunziker, D. Krippendorf, S. Kaspar), fransuz (R. Blanchard, M. Bayer, P. Defert, F. Frangialli, S. Perrot, J.-M. Oerner), polyak (S. Leszchicki, K. Liber, K. Prshetslavskiy, I. Endrjeychik).), bolgar (M. Bochvarov, L. Dichev, M. Neshkov) va boshqalar.

Turizm tadqiqoti ishlari Germaniyada turizm maktabini shakllanishiga olib keldi. Urushgacha bo‘lgan davrda uning markazi Berlindagi Turizm tadqiqot instituti bo‘lib, u yerda turizmni iqtisodiy, tashkiliy, sotsiologik, huquqiy, geografik, meteorologik va tibbiy jihatdan o‘rganishga katta e‘tibor qaratildi. 30-yillarda ushbu institutning birinchi direktori R.Glyuksmanning asarlari paydo bo‘ldi.

U turistik destinatsiyalarni tanlash motivlarini va turizmning atrofdagi tabiiy va madaniy landshaft uchun oqibatlarini tahlil qildi [189]. Turizmning ilmiy muammolarini A. Bormann, A. Gruntal, X. Pozer va boshqalar o'rgandilar.

Nemis turizm mutaxassislarining faoliyati urushdan keyingi davrda faollashdi. 1950-yillar boshida Germaniyada Myunxen universiteti qoshida turizm bo'yicha nemis iqtisodiy instituti va Frankfurt-na-Mayn universiteti qoshida turistlar instituti tuzilib, ular asosan iqtisodiy masalalarni o'rgandi. Tadqiqotchi A.Kox asosiy e'tiborni shahar atrofidagi hududlarga ommaviy turistik migratsiyaga qaratdi, xususan, olim V.Foyt turizmni rivojlantirishda tabiiy muhitning rolini kuzatib bordi. Keyingi yillarda turizmni ilmiy tushunish sohasida nemis tadqiqotchilari K.Ruppert, I.Mayer, I.Matznetter, B.Betim va boshqalar ishlashdi.

S.Leshchitskiy Polsha Turizmologiya maktabining asoschisi hisoblanadi. Uning 30-yillarning o'rtalarida ishi turizmning murakkab tabiatini tushunishga bag'ishlangan edi. Muallif turizm amaliyotining iqtisodiy, geografik, statistik, huquqiy, madaniy va sotsiologik tarkibiy qismlarining fanlararo xususiyatini, o'zaro bog'liqligini ta'kidlagan [198]. Umuman olganda, bu davrdagi Polsha turizm mutaxassislarining e'tibori turistik va kurort harakati (birinchi navbatda Karpat) va turizmning iqtisodiy jihatlarini o'rganishga qaratilgan. Urushdan keyingi yillarda ular turizm sohasidagi ilmiy-tadqiqot faoliyatini jonlantirishga harakat qildilar, to'rt jildlik "Turizm" asarini yakunladilar. 1950-yillar boshida Varshava universiteti Geografiya instituti turizm geografiyasi bo'limi olimlari V. Milyata, K. Liber, A. Vrzosek, M. Milevskaya tomonidan "Polshada turizm geografiyasi lug'ati" nashr etildi. 1950-yillarning o'rtalarida K.Liber rahbarligida Turizmning huquqiy va iqtisodiy muammolari instituti tashkil etilib, u Polsha turizmshunosligining asosiy ilmiy markaziga aylandi.

Polsha olimlari turizm bo'yicha keng ko'lamli tadqiqotlar olib borishmoqda. Polsha turizm sotsiologiyasining klassigi K.Przeslavskiy shaxsning oddiy harakatchanligini iqtisodiy, statistik, sotsiologik yondashuvlarga asoslangan ijtimoiy hodisa sifatida tushunadi. I. Endjeychikning "Zamonaviy turizm biznesi. Korxonani boshqarishda ekostrategiya" sayyohlik biznesining mohiyati toifalar

va sifat belgilaridan to'g'ri foydalangan holda har tomonlama tahlil qilinadi.

XX asrning 30-yillarida fransuz tadqiqotchilarining e'tibori turistik oqimlarni o'rganish va tushunishga qaratilgan. Grenobldagi Alp mintaqasi geografiya instituti xodimi J.Miege Savoydagi sayyohlik amaliyotini tahlil qildi. 50-yillarda turizmni o'rganish usullari sezilarli darajada kengaytirildi, turistik talab masalalari, turizmning iqtisodiy jihatlari, xalqaro turizmning rivojlanish tendensiyalari tahlil qilingan ko'plab ishlar paydo bo'ldi. Olimlar sotsiologik usullardan (anketalardan) faol foydalana boshladilar.

60-yillarning boshlarida turizmning nazariy va amaliy muammolari quyidagi ixtisoslashgan muassasalar tomonidan tahlil qilindi: Parij universitetining turizm bo'yicha oliy ta'lim markazi va Ay-en-Provansdagi turizmni o'rganish markazi. Parij markazi xodimlari e'tiborni turizmni hududiy tashkil etishga qaratdi. Ay-en-Provansdagi Turistlarning hordiq chiqarish markazi olimi Liden keng ko'lamli nashriyot faoliyatini amalga oshirdi. Ushbu muassasa tadqiqotchilari tomonidan "Tadqiqot va xotiralar" va "Turizmga oid daftarlar" turkumlarida turizmga oid fundamental asarlar hozirgacha chop etilmoqda. P.Deferi turizmning yetakchi fransuz nazariyotchisi hisoblanadi. U milliy turizm siyosatining asosiy tamoyillarini shakllantirdi, iqtisodiy rivojlanish sharoitida turizm salohiyatidan foydalanish va turizmni ilmiy tushunishni iqtisodiy amaliyot bilan uyg'unlashtirish muammolarini o'rgandi.

Turizm fanining nazariy asoslarini (mazmuni, o'rganish ob'yekti va tuzilishi) ingliz tadqiqotchilari E.Koen [190] va J.Lankik [197] yaratdilar. Britaniyalik olim D.Nesh o'zining "Turizm antropologiyasi" asarida uni shaxsni shakllantirishning samarali vositasi, turizm mahsulotini ishlab chiqarish va iste'mol qilishning matematik tizimi sifatida qaragan, bu jarayonda turizm faoliyatining barcha ishtirokchilarida ijobiy o'zgarishlar sodir bo'ladi, deb hisoblaydi [201]. Turizmga yangicha qarash ingliz sotsiologi Z.Bauman tomonidan shakllantirilgan. Muallif iste'molchilar jamiyatini tavsiflar ekan, sayyohlar tobora ko'proq o'z xohish-istaklarini qondirishga intilish holatida bo'layotganini, turizm faoliyati esa tobora ko'proq yangi jozibalarni ishlab chiqishga qaratilganligini ta'kidladi. Bu jarayonlar prizmasi orqali zamonaviy turizmning yangi xususiyatlari o'rganiladi.

Britaniya maktabi an'analarining davomi D.Pirsning "Turizm bugungi kun, turizmni rivojlantirish, turizm tashkilotlari" [203] asarlari bo'lib, unda olim turizmning integral nazariy modelini taklif qilgan.

1930-yillarning boshlarida Shimoliy Amerika turizm maktabi shakllana boshladi. Tadqiqotchilar, ayniqsa, iqtisodiy inqiroz tugaganidan keyin turizmni rivojlantirishning iqtisodiy muammolariga e'tibor qaratdilar. Atrof-muhit mavzusini birinchi bo'lib amerikalik turizm olimlari o'rganishdi. O'sha davrdagi Amerika turizmshunosligining eng mashhur vakillari K.Makmeri va R.Braun edi. Urushdan keyingi yillarda amerikalik olimlar aholining dam olishini tashkil etish va turistik atrof-muhitni optimal boshqarishni taminlash bo'yicha ilmiy bilimlarning nazariy darajasini chuqurlashtirishga harakat qildilar.

1940-yillarning oxirida ular sotsiologik so'rovlar unsurlaridan keng foydalana boshladilar (S.Devis). R.Makintosh AQShda turizm nazariyasini yaratishda kashshof sanaladi. U o'z konsepsiyasining mohiyatini «Xalqaro sayohat va turizm», «Turizm: tamoyillar, amaliyotlar, falsafalar» [193] asarlarida yoritib berdi.

Turizmning ko'p qirrali tadqiqotlari zamonaviy amerikalik sotsiologlar D.Makkennel va N.Grabern tomonidan olib borilmoqda. Ular turizmni ijtimoiy makonning yangi turi sifatida tahlil qiladilar, uning rivojlanishi yangi his-tuyg'ularni olishga, shaxsiy kashfiyotlar qilishga yordam beradi [200]. Ularning ishi sayyohlik sayohati va "aniq kundalik hayotdan bayramona sayohat erkinligiga o'tishni taminlaydigan marosim" [195] o'rtasida o'xshashliklarni keltirib chiqaradi.

XX asrning 70-yillari o'rtalarida Sovet Ittifoqida turizm faoliyatini nazariy tushunish jarayoni boshlandi. Rekreatsion ehtiyojlar holatining o'sishi fonida odamlarning bo'sh vaqtidagi faoliyatini o'rganish prinsipial jihatdan yangi xususiyatga ega bo'ldi. Rekreatsion faoliyatning gumanistik, iqtisodiy, boshqaruv va boshqa jihatlarini nazariy asoslash boshlandi. Masalan, SSSR FA Geografiya instituti xodimlari tomonidan tayyorlangan "Rekreatsion geografiyaning nazariy asoslari" monografiyasida V. Preobrajenskiy tomonidan rekreatsion geografiya jismoniy va ijtimoiy geografiyaning bir tarmog'i sifatida taqdim etilgan. Taklif etilayotgan ijtimoiy-geografik tizim o'zaro bog'liq unsurlardan: dam oluvchilar guruhlari,

tabiiy-madaniy majmualar, texnik tuzilmalar, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar va davlat organlaridan tashkil topgan. Tizimning markazi shaxsiyat edi, mos ravishda rekreatsion tizimning rivojlanishi odamlarning sog'lig'i va ish faoliyatini tiklashga bo'lgan ehtiyojlari prizmasi orqali ko'rindi. "Dam oluvchilar guruhi" asosiy quyi tizim sifatida boshqa unsurlarning rivojlanishini oldindan belgilab berdi [140]. B.Rodomanning "Landshaftning qutblanishi biosfera va rekreatsion resurslarni saqlash vositasi sifatida" asarida inson va biosferaning uyg'un birgalikda yashashi tushunchasi shakllantirilgan. Uning muallifi katta shahar va tabiiy landshaft "bir-biriga xalaqit bermasligi" kerakligini qayd etgan. Buning uchun ular o'rtasida boshqa yerlar (qishloq bog'lari, qishloq xo'jaligi zonalari, yaylovlar, ovchilik joylari va boshqalar) joylashtirilishi kerak. Bu konsepsiya urbanizatsiya jarayoni sharoitida inson va biosferaning uyg'un yashashi zarurligiga javob edi [127].

XX asrning 70-yillari boshidan boshlab SSSRda rekreatsiya zonalarining rivojlanishi E. Kotlyarovning "Rekreatsiya va turizm geografiyasi: hududiy rekreatsion komplekslarning shakllanishi va rivojlanishi" analitik tadqiqotining paydo bo'lishiga olib keldi. Ishda rekreatsion iqtisodiyotni ilmiy tashkil etish va tabiatdan oqilona foydalanish tamoyillari shakllantirildi. Muallif hududiy rekreatsiyalarning shakllanishi asoslarini nazariy asoslab berdi, ularni turlari va funksional maqsadi bo'yicha tasnifladi[63].

Ukraina olimlari turizmning mohiyatini tushunishga o'z hissalarini qo'shdilar. 1980 yilda Kiyevda M. Krachilning "Turizmni o'rganish asoslari" asari nashr etildi. Unda turizmning xalqlar o'rtasidagi tinchlik va o'zaro tushunishni mustahkamlashga, boshqa xalqlar madaniyati bilan tanishishga, atrofdagi dunyoni chuqur bilishga, dam olish va sog'lomlashtirish, bilim va taassurotlarga ega bo'lish, o'zaro munosabatlarni uyg'unlashtirishga hissa qo'shadigan faol va cheklanmagan aloqa shakli sifatida keng ko'lamli tavsifi berilgan. Muallif turizmning tasnifi, uning hududiy tuzilishi, kadrlar tayyorlash, rekreatsion resurslarni muhofaza qilish masalalariga e'tibor qaratgan[65].

Ikkinchi jahon urushidan keyin turizmni ilmiy muvofiqlashtirish tizimini institutsionallashtirish maqsadida bir qancha xalqaro markazlar tashkil etildi. 1947 yildan Xalqaro turistik tashkilotlar ittifoqi (IUTO) o'z faoliyatini boshladi. 1950-yillarning boshlarida

uning sa'y-harakatlari bilan BMTning bojxona va chegara rasmiyatchiligi bo'yicha bir nechta konferensiyalari tashkil etildi. Turizm sohasidagi ilmiy-amaliy tadqiqotlarni taminlash uchun IUTO qoshida faoliyat yuritayotgan Xalqaro turizm yutuqlari institute tashkil etildi, "Jahondagi turizm" jurnali yo'lga qo'ydi, turizm statistikasi yilnomasini nashr etdi.

1951-yilda turizm bo'yicha xalqaro ilmiy ekspertlar uyushmasi tashkil topdi. Uning nizomida turizm sohasida ilmiy aloqalarni rivojlantirish va ilmiy tadqiqotlar olib borish, uning ishtirokchilari o'rtasida do'stona aloqalar o'rnatish, ularning ilmiy faoliyatini, jumladan, tajriba, materiallar va hujjatlar almashish orqali kengaytirish, ilmiy institutlar faoliyatini qo'llab-quvvatlashdan iboratligi qayd etilgan. Turizmni o'rganishga ixtisoslashgan boshqa eksperimental va o'quv markazlari, turizm sohasidagi ilmiy ishlanmalarga bag'ishlangan kongresslar, yig'ilishlar, sessiyalar o'tkazishni tashkil etish va hamkorlik qilish tashkil qilindi. Ushbu tashkilot turistik jurnalni, shuningdek, ilmiy maqolalar to'plamlarini nashr eta boshladi.

1951 yilda Monte-Karloda (Monako) Xalqaro turizm akademiyasi ochildi. Ushbu muassasaning asosiy vazifasi turizm fanining konsepsual apparatini rivojlantirishga e'tibor qaratgan holda turizmni ilmiy tushunishdan iborat bo'ld. Tadqiqot natijalari "International Academy of Tourism" jurnalida chop etila boshladi.

XX asrning 2-yarmidan turizmga oid ilmiy davriy nashrlar tarqala boshladi: Turizm tadqiqotlari jurnali (Journal of Travel Research, 1962), Analysis of Tourism Research (1973, Shimoliy Amerika), Tourist Review (AQSh, 1946), "Turistik harakat" (1957, Polsha), "Turizmni boshqarish" (1980, Yevropa), "Rekreatsiya sohasidagi tadqiqotlar" (1977, Osiyo) va Turizmni tahlil qilish jurnali (1990, Avstraliya).

1966 yilda Turinda (Italiya) Turizm muammolarini o'rganish xalqaro markazi tashkil etildi, uning faoliyati ko'plab ilmiy ishlarda o'z aksini topgan.

1975-yilda Jahon sayyohlik tashkiloti (YUNVTO) turizm industriyasida global tajriba almashish va hamkorlikda muhim rol o'ynaydigan eng nufuzli muassasa – IUTO negizida faoliyat ko'rsata boshladi. 1980-yillardan boshlab YUNVTO turizm industriyasining

me'yoriy-huquqiy bazasini, turizm hodisasini tushunishning ilg'or ilmiy usullarini ishlab chiqmoqda va joriy qilmoqda.

Tashkilot qarorida turizmning ijtimoiy ahamiyatga ega hodisa sifatidagi mohiyati aniqlanadi va uning rivojlanish istiqbollari ilmiy asoslanadi. BJTT merosi turizmning ijtimoiy ahamiyatini aks ettiradi. Shunday qilib, BJTT forumlarida qabul qilingan Manila (1997 yil may), Gaaga (1989 yil aprel) [16], Monreal (1996 yil sentyabr) deklaratsiyalari materiallarida turizmning xalqaro hamkorlik vositasi, xalqlar va individlarning jamoaviy rivojlanish omili sifatida keng ko'lamli tavsifi berilgan. Qayd etilishicha, jahon turizmi faqat adolat, suveren tenglik, iqtisodiy va ijtimoiy tizimidan qat'iy nazar, barcha davlatlarning ichki ishlariga aralashmaslik va hamkorligi asosidagina rivojlanishi mumkin. Qabul qilingan hujjatlarda turizmning insonparvarlik, barcha mamlakatlarning ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy rivojlanishiga motivatsiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va boshqalar kabi quyidagi belgilari aks ettirilgan: turizmning qashshoqlikka qarshi kurashish, yangi ish o'rinlarini yaratish, jamiyat ijtimoiy tuzilmasini rivojlantirish va boyitishdagi muhim ahamiyati ta'kidlandi. 1985-yilda YUNVTO Bosh Assambleyasining VI sessiyasida qabul qilingan Turizm Xartiyasida odamlarning dam olish va hordiq chiqarishdagi asosiy huquqlari aks ettirilgan[167].

Turizm haqidagi bilimlarning rivojlanishidagi fundamental yutuq turizm statistikasi konsepsiyasining paydo bo'lishi bo'ldi (matematik modellashtirishdan foydalanish turizm fanining ilmiy maqomiga ega bo'lganligidan dalolat berdi). 1991-yilda Ottavada bo'lib o'tgan BMT JSTning "Sayohat va turizm statistikasi" xalqaro konferensiyasi qarorlari katta ahamiyatga ega bo'lib, unda turizm faoliyati sohasida statistik ta'riflar, tasniflar va guruhlariga bo'linishlar tizimi ma'qullangan va qo'llanilishi tavsiya etilgan. Konferensiya qarorlari ushbu bilim sohasidagi ilmiy izlanishlarga sezilarli turtki bo'ldi [124].

1999 yilda Nitssada (Fransiya) bo'lib o'tgan BMTning JST konferensiyasi doirasida turizmning iqtisodiy samaradorligi toifalari ko'rib chiqildi, bu esa turizm sanoatining jahon iqtisodiyotidagi o'rnini aniqlash imkonini berdi [31].

Turizmning mohiyatini tushunishda uning insonparvarlik yo'nalishini belgilash muhim ahamiyatga ega. 1999-yil oktabr oyida Santyagoda bo'lib o'tgan YUNVTO Bosh Assambleyasining XIII sessiyasida sayyohlik markazlari aholisi uchun turizmni rivojlantirish

foydasini oshirish, uning atrof-muhitga salbiy ta'sirini minimallashtirish maqsadida qabul qilingan "Turizm uchun global axloq kodeksi" katta ahamiyatga ega. Hujjatda turizmning asosiy tamoyillari xalqlar o'rtasida o'zaro tushunishni rivojlantirish vositasi, individual va jamoaviy o'zini-o'zi takomillashtirish, barqaror rivojlanish omili va boshqalar sifatida shakllantirilgan.

Turizm sohasidagi integratsiya jarayonlari mintaqaviy xususiyatga ega xalqaro turizm birlashmalari: Markaziy Yevropa tashabbusi (CEI), Dunay hamkorlik jarayoni (PDS), Yevropa turizm komissiyasi (ETC), shuningdek, MDH turizm hamkorligi organlarining rivojlanishini ta'minlaydi.

XX asr oxiri - XXI asr boshlarida globallashuv va integratsiya jarayonlari kuchayib, turizmning jadal rivojlanishiga va turizmologiyaning rivojlanishiga sabab bo'ldi. Turizm fenomenini uning barqaror rivojlanishini taminlash uchun har tomonlama tushunish zarur[149].

Bolgar turizm nazariyotchisi M. Neshkov [102] turizm nazariyotchilarining yutuqlarini tahlil qilgan turizm jarayonining tasnifini taklif qildi.

Moskva va Sankt-Peterburg turizm maktablari (V. Kvartalniy, I. Zorin, V. Gritskevich, M. Birjakov) samarali ishlaydi. Rossiya xalqaro turizm akademiyasining sobiq prezidenti V.Kvartalnov o'zining besh jildlik "Biosfera va turizm" [57] asari va "Turizm nazariyasi va amaliyoti" [58] darsligida turizmning nazariy ta'rifini ishlab chiqdi, uning tarixiy yo'nalishlarini va turizmning turli ko'rinishdagi ahamiyatini tavsiflovchi shakllar yoritib berdi.

Rossiya xalqaro turizm akademiyasi olimlarining sa'y-harakatlari bilan "turizm" intizomi [50] - turizm, turizm faoliyati, turizm iqtisodiyoti, menejment va turizm qonunchiligi haqidagi zamonaviy fundamental va amaliy fanlarning ajralmas tizimi. Ushbu fanning obyekti, predmeti haqidagi tushunchalar ishlab chiqdi. Turistika kursi Turizm akademiyaning barcha 25 filialida va Rossiyaning ba'zi universitetlarida o'qitiladi. Sibirning ayrim universitetlarida "Turizmologiya" kursi joriy qilingan va tegishli darslik ishlab chiqilgan [105].

Turizmga oid yangicha qarashlarni rus tadqiqotchilari N.Pokrovskiy va T.Chernyayevaning "Turizm: ijtimoiy nazariyadan boshqaruv amaliyotigacha" [115] asari ochib beradi.

Sayyohlik ilmiy bilimlari Belarus olimlari tomonidan faol rivojlantirilmoqda. Xususan, A.Durovichning “Turizmda marketing tadqiqotlari” asarida turizm marketing tadqiqotlarining nazariy va uslubiy jihatlari ko‘rib chiqiladi. Ba’zi Belarus ixtisoslashtirilgan universitetlari, jumladan, Gomel davlat universiteti, Belarus davlat universiteti "Turizmologiya" kursini joriy etdi. S. Andrushkoning “Ekskursiya va Turizmologiyagka kirish” nomli o‘quv qo‘llanmasi chop etildi.

Qozog‘iston Respublikasida turizmni nazariy tushunish jarayonini Al-Farobiy nomli Qozog‘iston Milliy universiteti professori S. Erdavletov boshqaradi. U turizm tarixi va geografiyasi muammolariga nazariy yondashuvlarni, turizmologiyaning akademik fan sifatida asoslarini shakllantirdi.

Turizm maktabi Ukrainada ham shakllangan. Falsafa fanlari doktori, professor, Ukraina Milliy fanlar akademiyasining muxbir a‘zosi V. Pazenko boshchiligidagi Kiyev turizm, iqtisodiyot va huquq universitetining tajriba jamoasi Milliy akademiyaning Falsafa instituti olimlari bilan birgalikda va akademik ilmiy muassasalar bilan birgalikda turizm falsafasi kabi innovatsion umumiy uslubiy akademik fanlarni ishlab chiqdilar ishlab chiqdilar [169; 171], jumladan, turizm pedagogikasi [78; 162; 164; 172], turizm tarixi [161], turizm sotsiologiyasi [27; 75], turizm psixologiyasi [76] va boshqalar. Ukraina turizm maktabining shakllanishiga pedagogika fanlari doktori, professor V. Fedorchenkoning umumiy tahriri ostida “Turizm bo‘yicha ensiklopedik lug‘at-ma‘lumotnoma”ning nashr etilishi muhim hissa bo‘ldi [135]. KUTEP olimlari tomonidan “Turizmologiya: turizm nazariyasining konsepsual asoslari” ilmiy-marifiy loyiha ishlab chiqildi (rahbarlar V. Pazenok, V. Fedorchenko) [153]. KUTEP negizida BJTT ko‘magida turizmga oid beshta xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya tashkil etildi [68; 118; 150;151; 152]. Turizm muammolari “KUTELning ilmiy qaydlari” to‘plami (13-14 sonlar) sahifalarida o‘z aksini topgan.

Turizmni o‘rganish bilan Kiyev Milliy universiteti Taras Shevchenko nomidagi fakultet geografik olimlari (B. Yatsenko, A. Lyubitseva, A. Beydik) ham shug‘ullanadi.

Milliy Savdo-iqtisod universiteti mehmonxona, restoran va turizm biznesi kafedrasi mudiri T. Tkachenkoning "Turizmning barqaror

rivojlanishi: nazariya, metodologiya, biznes haqiqatlari" [142] ishi muhim bo'ldi.

I. Franko nomidagi Lvov Milliy universiteti (M. Malsk), Donetsk turizm biznesi instituti (V. Danilchuk, G. Aleinikova, G. Bovsunovskaya, S.) turizm kafedrasida olimlarining ishlarida nazariy va prakseologik jihatdan tushunilgan turizm (Golubnych), Odessa xalq xo'jalik universiteti (V. Gerasimenko), Bogdan Xmelnitskiy milliy universiteti (O. Kostyukov) va boshqa universitetlar.

Borgan sari Turizmologiya muammolari yosh olimlar: talabalar, magistrlar, aspirantlar e'tiborining mavzusiga aylanib bormoqda. Ushbu o'quv fanini uslubiy jihatdan taminlash maqsadida bir qancha darsliklar va o'quv qo'llanma chop etilgan [81; 106; 154].

Binobarin, turizmologiyaning vujudga kelishi turizm rivojlanishining tabiiy natijasiga aylandi. Turizm nazariyasi turizm amaliyoti tajribasini umumlashtirish, kelajakda uning barqaror rivojlanishining garoviga aylanishi uchun yaratilgan.

Endi **turizmologiyaning** zamonaviy ilmiy maktablarining uning ilmiy bilimlar tizimidagi o'rni haqidagi **konsepsual yondashuvlari va ilmiy qarashlari** ko'rib chiqiladi. Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqot tarmoqlarini diversifikatsiya qilish tendensiyalari tahlil qilinadi. Turizmning integratsiyalashgan ilm sifatida turizmologiya-ning umumlashtirilgan ta'rifi taklif etiladi.

Turizmni o'rganish ko'plab fanlar: tarix, siyosatshunoslik, sotsiologiya, falsafa, geografiya, ekologiya uchun qiziqish sohasidir. Psixologiya, antropologiya, iqtisodiyot, marketing kabi fanlar turizmologiya fanining shakllanishi va rivojlanishida muhimlidir.

Turizm milliy ilmiy maktabining asoschilari V.A. Kvartalnov va I.V. Zorinlarning fikricha, bu fan turizmni o'rganuvchi turli ilmiy fanlar ma'lumotlarini sintez qiladi va turizmning yaxlit tushunchasini shakllantiradi. Ular Rossiyada turizm rivojlanishining turli jabhalarida: ta'lim, tadbirkorlik, mafkuraviy, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy integratsiyalashgan turizm fanining rivojlanish konsepsiyalarini tahlil qiladilar.

Mualliflar turizm fanining gnoseologik modelini va uning unsurlari va ular o'rtasidagi munosabatni tahlil qilganlar. Unsurlarga quyidagilar kiradi:

- turist (subyekt);
- turizm industriyasi (obyekt);

- turistik mahsulot (turizmologiya predmeti).

Bular o'rtasidagi munosobatlariga rekreatsion ehtiyojlar, dam olish faoliyati, turizm xizmatlari, xizmat ko'rsatish ishlab chiqarish texnologiyalari, turlar (turoperator va sayohat agentliklari faoliyati) va animatsiya kiradi. Ular turizm fanining asosiy tushunchalariga murojaat qiladilar: turizm, turist, ekskursiyachi, turoperator, turistik paket, turistik industriya (turizm sanoati), turistik aylanma, turistik ehtiyojlar, motiv (motivatsiya), turistik xizmatlar, turistik mahsulot, turistik bozor, turistik talab.

Ular birinchi marta turizmning ilmiy maktablarini konsepsiyalarning miqdoriy tipologiyasi va parametrlashtirishni ko'rib chiqishgan. Qiymatli yondashuv doirasida turizmning funksiyalari tasniflangan. Turizmning aksiologik (qiymatlilik) funksiyasi, shuningdek, uning antropologik, ekologik va iqtisodiy jihatlari ko'rib chiqiladi. Rekreatsion yondashuv asosida rekreatsion tushunchalar, geografik va tarixiy jihatlari, shuningdek, rekreatsiya va turizm o'rtasidagi munosabatlar tahlil qilingan. Ijtimoiy yondashuv siyosatshunoslik, turizm psixologiyasi va sotsiologiyasi masalalarini tahlil qilishda qo'llanilgan.

Ularning ta'kidlashicha, birinchidan, "turizmning to'liq nazariyasi yo'q, chunki turizm, inson faoliyatining boshqa sohalari kabi, turli xil nazariy yondashuvlar qo'llanilishi mumkin bo'lgan tadqiqot sohasidir. Ikkinchidan, alohida olingan biron bir sotsiologik nuqtai nazar turizmni tushunishda monopoliyaga da'vo qila olmaydi, garchi ularning ba'zilar birgalikda turistik voqelikni pluralistik sotsiologik talqin qilish uchun asos yaratishi mumkin bo'lgan mozaik rasmning tarkibiy unsurlari sifatida ko'rib chiqilishi mumkin [1, p.286]. Turizmologiyani ilmiy fan sifatida batafsil tushunishni shakllantirish uchun problematikani o'rganishga turdosh fanlarni ko'proq jalb qilish kerak.

A.M. Novikovning ilmiy ishlarida turizmologiya aslida butun fanlar majmuasi ekanligini ta'kidlaydi [2, 9-14-betlar] va keyingi o'n yilliklarda turizmning jadal rivojlanishi tufayli turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlar jabhasi sezilarli darajada kengaydi. Turizm sohasidagi barcha ilmiy tadqiqotlar A.M. Novikov quyidagi guruhlariga bo'linadi:

1) turizm fanining asoslari — turizmologiya fani, nazariy turizm, turizm metodologiyasi, turizm mantig'i, turizm tarixi, qiyosiy turizm, turizm tashkil etish va boshqarish bo'yicha tadqiqotlar;

2) turizm turlari bo'yicha tadqiqotlar - ijtimoiy turizm, korporativ turizm, ekspeditsiya turizmi, suv va suv osti turizmi, dacha turizmi va boshqalar;

3) turizm tashkilotlari, mehmonxonalar, restoranlar, kempinglar, plyajlar va boshqa dam olish zonalarining o'ziga xos arxitekturasi, turistik hududlarning landshaftini tartibga solish, turizmni axborotlashtirish va telekommunikatsiya tizimi, turizm texnologiyalarini yaratish muammolari va boshqalar;

4) ijtimoiy ong shakllari - kundalik ong, til, axloq, huquq, siyosiy mafkura, falsafa, din, san'at, fan asoslari bo'yicha tadqiqotlar.

Zamonaviy ilm-fanning umumiy binosida turizmning o'rnini haqida gapirganda, A.M. Novikov buni tibbiyot, pedagogika va boshqalar bilan bir qatorda amaliy fanlar sohasiga ham kiritish kerak, deb hisoblaydi va "turizm fanlari majmuasining predmeti juda keng" degan xulosaga keladi. Va bu keng mavzu sohasining aniq belgilanishini va uni umumiy birlashtiruvchi tushuncha - "turizmologiya" deb atash mumkin.

(I.V. Zorin, A.I. Zorin) «turizm doirasida shakllangan matnlar ikkita bir-birini to'ldiruvchi ortogonal konstantalar: turizm va sayohat orqali tashkil qilinadi, degan nuqtai nazar mavjud. Aynan shu konstantalar turizm tasirida vaqtning ijtimoiy-madaniy rivojlanishining o'ziga xos sohalarini - makonni tashkil qiladi. Shu bilan birga, turizm ushbu rivojlanishning iqtisodiy vektoriga, sayohat esa ma'naviyatga ko'proq tasir qiladi. Agar tadqiqotchilarning fikrlarini umumlashtirsak, shuni aytishimiz mumkinki, turizm sayohatni rivojlantirishning zamonaviy bosqichidir» [2, 14-bet].

Sayohat hodisasini tahlil qilib, I.V. Zorin tadqiqot predmeti bo'yicha quyidagi konseptual yondashuv va qarashlarni belgilaydi: geografik, gnoseologik, faoliyatga yo'naltirilgan, aksiologik. Sayohat hodisasi haqidagi ta'limotni sayohat fenomenologiyasi deb atash kerakligini ta'kidlab, quyidagi xulosalar chiqaradi [2, b. 20]:

1. Turizm fenomenologik fan sifatida sayohat hodisasini o'rganadi.

2. Sayohat hodisasi shundan dalolat beradiki, turli vaqt davrlarida sayohatlar sivilizatsiya taraqqiyotidagi qat'iy belgilangan jarayonlarga va uning segmentlariga hal qiluvchi tasir ko'rsata olgan.

3. Ilmiy va mazmunli ma'noda turizm dunyoga odatiy va umume'tirof etilgan munosabatdan (masalan, sanoat-turistik yoki

ekologik) aks ettiruvchiga o'tish imkonini beruvchi transsendental-fenomenologik qisqarish tamoyilini ta'kidlaydi. Turizmning transsendental mohiyatini ochib beradi, buning uchun mavjud bo'lgan hamma narsa obyektga aylanadi.

4. Turizm sakkizta yirik fenomenologik bo'limni o'z ichiga oladi: sayohat etnologiyasi; sayohat mifologiyasi; sayohat falsafasi; sayohat apostolligi; Buyuk geografik kashfiyotlar; sayohatni sozlash; turizm sanoati; dam olish.

Turizmologiya fanlararo fan bo'lib, u quyidagilarni birlashtiradi:

- sayyohning "hayot olami"ni, turistik hodisalarning aksiologik, axloqiy va estetik qimmatli tomonlarini tadqiq etuvchi turizm falsafasi;

- turizm faoliyatining fazoviy-vaqtinchalik qonuniyatlariga yo'naltirilgan turizm geografiyasi;

- turizmning sotsiologik tadqiqoti;

- turizmning insonparvarlik, "insonparvarlik" missiyasini tahlil qiluvchi turizm madaniyatshunosligi;

- sayohatchining individual xususiyatlarini o'rganadigan va turistlarning axloqiy va estetik qadriyatlari bilan chambarchas bog'liq bo'lgan turizm psixologiyasi, shuningdek sayohatchilarning ongini o'rganadi.

Turizm pedagogikasi turizm mutaxassislarini kasbiy tayyorlash muammolarini hal qiladi, turizm prakseologiyasi esa turizm amaliyoti haqida tushuncha beradi. Turizmshunoslikning tadqiqot predmeti turizmni ilmiy tushunishning huquqiy, siyosiy, konfliktologik va boshqa jihatlarini hisoblanadi.

Ular turizm falsafasi, turizm geografiyasi, turizm sotsiologiyasi, turizm ekologiyasi, turizm madaniyatshunosligi, turizm etikasi, turizm pedagogikasi, turizm psixologiyasi, turizm konfliktologiyasini turizmning nazariy va uslubiy tarkibiy qismlari sifatida ko'rib chiqadilar. Turizm va turizmshunoslikning institutsional asoslari orasida mehmondo'stlik, turizm texnologiyasi, rekreatsiya, turizm animatsiya, turizm iqtisodiyoti, ekskursiya, muzeyshunoslik, turizm huquqi, siyosatshunoslik va turizmni axborotlashtirish kiradi.

Mualliflarning fikricha, "jamlanmada ular yaxlit turistik bilimlarni shakllantiradi, turizm fenomenini butun xilma-xilligi bilan o'rganishga yordam beradi, turizm mutaxassislarida fikrlash madaniyatini rivojlantiradi, chaqiriqlar, muammolar va tahdidlarga

munosib javob beradi. Bu esa XXI asr sivilizatsiyasiga xosdir”. [5, 358-bet].

P.Keller turizm fanini ham fanlararo hodisa deb hisoblaydi [7]. Biroq, u ta’kidlaydiki, "turizm tadqiqotlari ko‘plab onalik fanlari bilan bog‘liq va ko‘p tarmoqlilik tuzog‘iga tushib qolishi mumkin, chunki har bir fan boshqa fanlardagi o‘zgarishlardan qat’iy nazar, o‘z metodologiyasi va taxminlarini o‘zgarmagan holda saqlab qoladi. Ya’ni, usullar va barcha taxminlar chalkashliklari mavjud bo‘lgan fanlararolik sari qadam hali qo‘yilmagan. Ko‘p tarmoqlilik akademik hamjamiyatning barcha jabhalarini boyitadi. Ammo, turizm hali ham yagona bilimlar majmuasiga aylanmaganligi va uning ko‘pincha mustaqil fan sifatida tan olinmasligining asosiy sabablaridan biri, ayniqsa, klassik universitet fani nuqtai nazaridandir” [7, 4-bet].

P.Keller ta’kidlaydiki, faqat tegishli onalik fanlari bo‘yicha bilimlarni birlashtirgan fanlararo yondashuv turizm bilimlarining yaxlitligini taminlashi mumkin. Ushbu yondashuv bilan turizmga oid fanlarning ko‘pgina qoidalari va usullari birlashtirilgan bo‘lib, bu mustaqil fanni yaratishga imkon beradi. Aks holda, muallifning fikricha, bunday intizom butunlay avtonom bo‘lmaydi.

Turizmologiya fanining fanlararo va murakkabligi, shuningdek, so‘nggi o‘n yilliklarda dunyo bo‘ylab dissertatsiyalar sonining sezilarli darajada ko‘payishi va zamonaviy turizmni rivojlantirishning ko‘plab jihatlariga bag‘ishlangan va tobora ortib borayotganini qamrab olgan mavzularning diversifikatsiyasi bilan tasdiqlanadi. Ilmiy sohalar, yo‘nalishlar va mutaxassisliklar soni borgan sari oshib bormoqda. Ushbu jarayonni ko‘rsatadigan misol, so‘nggi 20 yil ichida nomzodlik va fan doktori ilmiy darajasini olish uchun tugallangan mahalliy dissertatsiyalar mavzularining tahlili, ya’ni XX asr oxiri - XXI asr boshlarida Rossiya Davlat kutubxonasi ma’lumotlar bazasidan olingan ma’lumotlarga ko‘ra, ko‘rsatilgan davrda fan nomzodi va fan doktori ilmiy darajalarini olish uchun 850 ta dissertatsiya yozilgan va muvaffaqiyatli himoya qilingan, nomlari ulardan 14 ta fan sohasi bo‘yicha “turizm” va “turist” atamalari mavjud.

Turizm mavzulari bo‘yicha eng ko‘p dissertatsiyalar iqtisodiy, pedagogik, yuridik va sotsiologiya fanlari hamda yer fanlari bo‘yicha himoya qilingan. Fanning boshqa sohalarida (kulturologiya, texnik,

tarixiy, falsafiy, filologiya fanlari, psixologiya, siyosatshunoslik, biologiya, qishloq xo‘jaligi fanlari) ular sezilarli darajada kamroq.

Yuqoridagi ishlarni tahlil qilish asosida turizm ilmiy tadqiqoti rivojlanishining hozirgi bosqichida turizmning turizm fani sifatidagi quyidagi ta‘rifini shakllantirish mumkin.

Turizmologiya murakkab fanlararo fan bo‘lib, uning ob‘yekti turizm sohasi bo‘lib, tadqiqot predmeti esa ijtimoiy-iqtisodiy, gumanitar sohalarda yuzaga keladigan hodisalar, jarayonlar, natijalar, aloqalar va munosabatlar yig‘indisidir. Turizmning shaxsiy, madaniy, siyosiy va boshqa subyektlari faoliyati, turistik faoliyati, turizm sanoati va turistik destinatsiyani ham o‘z ichiga oladi. Turizm o‘z ichiga turizm falsafasi, turizm tarixi, turizm geografiyasi, turizm sotsiologiyasi, turizm madaniyatshunosligi, turizm psixologiyasi, turizm etikasi, turizm pedagogikasi, turizm huquqi, turizm siyosati, konfliktologiya kabi fanlarni ham o‘z ichiga oladi. Turizmologiya turizm ekologiyasi, turizm texnologiyasi va mehmondo‘stlik, dam olish, turizm iqtisodiyoti, turizmni boshqarish, turizm marketingi, turizm statistikasi, turizmni axborotlashtirish, ekskursiyalar, muzeyshunoslikni ham o‘z ichiga oladi.

Xullas, rivojlanishning hozirgi tarixiy bosqichida turizmologiya hali o‘zining tadqiqot metodologiyasini ishlab chiqmagan va uni tashkil etuvchi ilmiy fanlar metodologiyasini qo‘llaydi. Turizm turli fanlarning qarash sohasiga kirib borishi sababli, ushbu ilmiy tadqiqot obyektining har bir fanga xos bo‘lgan tomonlarini ma‘lum vazifalarga muvofiq ajratib ko‘rsatish zarurati tug‘iladi. Shu bilan birga, fanlarning har biri o‘ziga xos o‘rganish predmetini ajratib ko‘rsatib, fanlararo yondashuv asosida turizmning yaxlit fani – turizmologiyaning shakllanishiga hissa qo‘shadi. Bu fan hali bo‘lajak tadqiqotchilarning asarlari tomonidan “olmos”ga aylangani yo‘q, lekin bu jarayon allaqachon boshlangan.

1.4. Turizmni nazariy va metodolik tushunish

Turizm – ijtimoiy hayotning ko‘p qirrali hodisasi, qudratli va dinamik global sanoat, sayohatchilarning katta oqimini keltirib chiqaradigan, yuz millionlab ish o‘rinlarini yaratuvchi keng ijtimoiy tizim, turmush tarzini shakllantirish va inson ehtiyojlarini qondirishning muhim omilidir. Intellektual virtual turizmning yangi g‘oyalarni o‘rganish olamiga sayohat sifatida rivojlanishi, ayniqsa,

yosh avlod uchun eng keng imkoniyatlarni ochib beradi. Bunday serqirra hodisa ilmiy mulohaza yuritishni talab qiladi. Turizmning turli nazariy va amaliy jihatlari allaqachon tushunilgan. Biroq, fundamental ilmiy izlanishlar va umuman turizm haqida umumlashtirilgan tushunchaga hali ham ehtiyoj bor.

Ilmiy va texnologik inqilob insonning bo'sh vaqtini ko'proq sarflashi mumkin bo'lgan mablag'larning to'planishiga yordam berdi. Bu davrda turizm sanoati jadal rivojlanib, jahon xo'jalik majmuasida barcha muhim o'rinlarni egalladi. Zamonaviy dunyoda turizm ko'p qirrali ijtimoiy hodisadir, shuning uchun mavjud fanlarning hech biri uni o'z yutuqlari obyekt sifatida to'liq tavsiflay olmaydi va mavjud ijtimoiy-iqtisodiy institutlarning hech biri uning muammolari majmuasini mustaqil ravishda qamrab olmaydi. XX asr boshlariga kelib, turizm bir qator boshqa fanlar - geografiya, iqtisod, fiziologiya, madaniyatshunoslik, psixologiya, huquqshunoslik, statistika, tarix, qiyosiy tilshunoslik va boshqalar bilan chambarchas bog'liq bo'lgan gumanitar bilimlarning ixtisosligi shakllandi.

Turizm insonning turmush tarzi va ehtiyojlarini shakllantirishning muhim omilidir. U nafaqat iqtisodiyotning aksariyat tarmoqlarini, shu jumladan. sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish, transport, axborot texnologiyalari, aloqa, savdo, umumiy ovqatlanish, uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish, sug'urta biznesi, maishiy xizmat ko'rsatish, madaniyat, san'at, sport va boshqalarni rivojlantirish bilan birga, ularning rivojlanishini ham rag'batlantiradi. Turizmni rivojlantirish g'oyasi xalqlarni madaniyati, ta'limi, dunyo xalqlarining an'analari yaqinlashuvi asosida birlashtirishga qodir.

Turizm faoliyatining davlat iqtisodiyotini shakllantirishdagi kuchli harakat sifatidagi ijtimoiy ahamiyati turizm sohasida kadrlar tayyorlash va malakasini oshirishning tarmoqqa xos tizimini yaratishni taqozo etadi. Soha mutaxassislari qomusiy bilim, ishda yuksak professionallik, tinchliksevarlik kabi kasbiy va insoniy fazilatlarga ega bo'lishi; ziddiyatli vaziyatlarni hal qilish qobiliyati, turli xil ma'lumotli, millati, diniy e'tiqodi va boshqalarga nisbatan bag'rikenglik ko'rsatishni talab qiladi. Boshqacha aytganda, turizm mutaxassisi xalqlarni yuksak insonparvarlik tamoyillari asosida birlashtirishga qaratilgan qudratli harakat sifatida xalq diplomatiyasi-ning turizmni joriy etishda yetakchi bo'lishi kerak.

Binobarin, turizm ko‘p shakl va jihatlarida namoyon bo‘ladi, shuning uchun unga yagona va to‘liq ta’rif berish deyarli mumkin emas. Biroq, turizm tushunchasini tavsiflash va iloji bo‘lsa, aniqroq talqin qilish quyidagi sabablarga ko‘ra zaruriy talab hisoblanadi:

- turizmning ijtimoiy-iqtisodiy hodisa sifatida rivojlanishini o‘rganish, tahlil qilish va prognozlash maqsadida;
- turizmni maksimal aniqlik bilan statistik o‘rganish uchun;
- turizmga ko‘plab davlatlar va jamoalar qonunchiligida nazarda tutilgan huquqiy va iqtisodiy imtiyozlarni kengaytirish.

Turizm sohasida ro‘y berayotgan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar, ularning o‘ziga xosligi uning faoliyat ko‘rsatishi va rivojlanishi, xizmatlar ishlab chiqarish va sotish jarayonlarini, ularning tasirida iqtisodiy munosabatlarning o‘zgarishini o‘rganuvchi tadqiqotchilarda qiziqish uyg‘otadi.

Turizm (turizm) sohasidagi iqtisodiy faoliyat - bu turizm infratuzilmasining butun majmuasini va mavjud resurslardan foydalanishni o‘z ichiga olgan turistik mahsulotni yaratish, tarqatish va sotish bo‘yicha munosabatlar majmuidir.

Turizm faoliyatining asosiy iqtisodiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- turistik xizmatlar bozorining tuzilishi;
- turistik mahsulotning narx tavsifi;
- milliy bozorda turistik xizmatlarni davlat tomonidan tartibga solishning iqtisodiy parametrlari;
- mahalliy turistik firmalarning milliy va xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligi;
- aholining xarid qobiliyati va uning turistik mahsulotni iste’mol qilishdagi iqtisodiy qobiliyati.

Sayohat va sayyohlik faoliyati mamlakatlarning iqtisodiy barqarorligiga tobora ko‘proq tasir qilmoqda. Ekologik mas’uliyatli turizm barqaror infratuzilmani taminlovchi, biznes imkoniyatlarini kengaytiruvchi, ish o‘rinlari va daromadlarni oshiradigan yashil iqtisodiyotning yangi o‘sish qutblaridan biridir.

Turizmni rivojlantirishda ziddiyatlarning paydo bo‘lishiga olib keladigan asosiy omillarga quyidagilar kiradi: turizmning tashkiliy noqulayligi, markazlashtiruvchi kuchlarning yo‘qligi va iqtisodiyotning samarali tarmog‘i sifatida turizm sohasida zarur yagona aloqa va davlat siyosatini shakllantirish tendensiyalari, turizm

sanoati rivojlangan mamlakatlarda zarur bo'lgan byurokratik tendensiyalarni va nazorat funksiyalarini kuchaytirish (litsenziyalash, sertifikatlashtirish va boshqalar).

Ijtimoiy fanlarning shakllanishi va rivojlanishi bilan turizmni «ijtimoiy hodisa» sifatida o'rganish strukturasi jihatidan tobora murakkablashib bormoqda. Biroq, aksariyat tadqiqotlar turizmning faqat tor jihatlarini tahlil qiladi, masalan, iqtisodiy konfliktlar, hududiy harakatlar, harakatning psixologik motivlari. Faqat geografiya va qisman antropologiya integratsiyalashgan, umumlashtirilgan yondashuvga amal qilishga harakat qiladi.

Geograflar avtomobil sanoati rivojlanishi tasirida sezilarli darajada o'zgargan ichki va chiqish turizmi bo'yicha qiziqarli ishlarni taklif qilishdi. Ular boshqa olimlar (biologlar, ekologlar, zoologlar) bilan birgalikda turizmning zich joylashgan joylarida (tog'larda, orollarda, shahar markazlarida) atrof-muhitni muhofaza qilish muammosini o'rganadilar.

Uy egasining, mehmonlarning o'zaro tasiri va birlashtiruvchi bo'g'in (gidlar, tarjimonlar, eskortlar) sotsiologiya va siyosatshunoslikning tadqiqot mavzusiga aylandi. Ayniqsa, uchinchi dunyo mamlakatlarida fohishalik va jinoyatchilikning kuchayishiga olib kelgan ommaviy turizmning nazoratsiz rivojlanishi masalalariga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Turizmologiya fan sifatida quyidagilarni **talab qiladi**:

- ilmiy bilish predmeti sifatida unga yagona kompleks yondashuv;
- turizm rivojlanishini tahlil qilishning mavjud ilmiy yondashuvlarini tizimlashtirish;
- o'rganish predmeti va obyektining aniq ta'rifi;
- dolzarb ilmiy masalalar doirasini va uning alohida tarkibiy qismlarini umumiy rasmda belgilash;
- turizmni o'rganish bo'yicha to'plangan bilim va metodlarni umumlashtirish;
- antropologiya, ekologiya, iqtisod, rekreatsiya kabi qator fanlarni tahlil qilish orqali subyektlararo munosabatlar tizimini o'rganish.

Turizmologiya ko'p vektorli ilmiy yo'nalishlarga ega fandır. U falsafiy, geografik, huquqiy, sotsiologik, madaniy, pedagogik va boshqa sohalarni birlashtiradi. Ular ushbu fan sohalari vakillari tomonidan chuqur o'rganilishi kerak.

Bundan tashqari, turizmologiya tor doiradagi mutaxassislarni jalb qilgan holda turizm nazariyasining professional tarkibiy qismlariga e'tibor qaratishi kerak. Gap mehmondo'stlik instituti muammolarini, turizm faoliyati texnologiyasini takomillashtirish, rekreatsiya, animatsiya, iqtisod, kartografiya va muzeyshunoslik kabi fanlarni chuqur o'rganish haqida bormoqda.

Turizm ta'limi tizimida ixtisoslashtirilgan muassasalar sonini ko'paytirishning barqaror tendensiyasi kuzatilmoqda. Masalan, Xitoyda turizm va mehmonxona profilidagi 845 ta ta'lim muassasasi, Germaniyada turizm sohasi uchun kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish bo'yicha 400 ta markaz faoliyat ko'rsatmoqda.

Turizmologiyaning mohiyati va tuzilishi. Hozirgi zamon kontekstida "**turistik inqilob**" zamonaviy insoniyat mavjudligining o'lchovi – yuz millionlab odamlarning turmush tarzidagi sifat o'zgarishi sifatida namoyon bo'ladi, ular uchun turistik sayohat "ikkinchi hayot"ga aylanadi. Shu bilan birga, turizm ko'pchilik uchun hayot tarzi sifatida majoziy emas, balki to'g'ridan-to'g'ri ma'noga ega bo'ldi.

Ushbu faoliyat orbitasida istisnosiz barcha mamlakatlarning iqtisodiyoti, siyosati, madaniyati va ta'limi bor. Turizm orqali inson dunyoni butunligicha tushunish va his qilish imkoniyatiga ega bo'ladi - "bu dunyoning barcha fuqarolariga sayohat qilish imkoniyatini beradigan inqilob, ular g'urur tuyg'usini his qilgan holda ishtirok etishlari mumkin bo'lgan inqilobdir" (Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi, 1989) [18].

Zamonaviy turizm ijtimoiy hayotning barcha jabhalariga ijobiy, ijtimoiy ahamiyatga ega tasirdir, shuningdek, istalmagan - tabiatga yuk, uchinchi dunyo mamlakatlari madaniy muhitidagi deformatsiyalar, ulardan foydalanish kabi tasir ko'rsatadi. Insoniyatning global muammosi - atrofdagi dunyoning sifat jihatidan yangi tamoyillarda rivojlanishini "sayyohlik inqilobini" mensimasdan hal qilib bo'lmaydi.

Turizm nazariya obyekti sifatida. Amaliy faoliyatning mustaqilligi, turizm biznesi bilan shug'ullanuvchi odamlar uchun sohaning ustuvorligi uning to'liq o'zini-o'zi taminlash illyuziyasini beradi. Biroq, bunday o'ziga ishonch uzoq vaqt davomida tadbirkorlarga, sanoatchilarga, konchilarga va boshqalarga xos bo'lgan. Sanoatchilarning nazoratsiz amaliy faoliyatining oqibatlari

jamiyat uchun juda og‘ir bo‘lib chiqdi. Ijtimoiy va gumanistik yo‘naltirilgan nazariya ijtimoiy, aslida inson ehtiyojlari va istaklarini e‘tiborsiz qoldiradigan buzg‘unchi iqtisodiyotning oldini olishga chaqiriladi.

Fundamental bilimlar o‘rganilayotgan obyektning o‘ziga xos xususiyatlaridan uzoqlashishga, tahlil predmetining mohiyatini oydinlashtirishga e‘tibor qaratishga, ya‘ni turizmning chuqur xususiyatlarini tushunishga va aks ettirishga qodir. **Faktualistik bilim** o‘zining konkretligi va obyektivligi bilan ajralib turadi. Nazariy bilimlar amaliy bilimlarni sifatli qayta ishlash asosida shakllanadi va kuzatish ma‘lumotlarini, to‘plangan tajribani umumlashtirish va konsepsiyalash natijasidir. Bunday bilimlar uning muhim g‘oyasini amalga oshirish uchun "qaytadi", uni uslubiy maslahatlar bilan jihozlaydi. Nazariya voqealar rivojini oldindan ko‘ra oladi, "istalgan kelajak" ning istiqbolli ssenariylarini, shu jumladan ommaviy turizmni rivojlantirish istiqbollari ishlab chiqishga yordam beradi.

Nazariy bilimlarning obyekti, birinchi navbatda, turizmologiya, turizm fenomeni hisoblanadi. Hodisa olamga va insonga “o‘zini namoyon qiladi”, faqat aql yordamida anglash mumkin bo‘lgan mohiyat (noumenon)dan farqli o‘laroq, hislar orqali idrok qilinadi. Boshqacha aytganda, turizm hodisasi va mohiyatini farqlash qonuniydir. Haqiqiy turizmning hodisa va ko‘rinishlarini eksperimental, empirik bilimlar yordamida tanib olish mumkin bo‘lsa, bu amaliyotlar xilma-xil bo‘lsa, mohiyat faqat rasional tafakkur, mavhum nazariy va uslubiy muolajalar yordamida, turizmning ideal qiyofasini turizm, uning turli modellarini yaratishni taminlaydi.

“Turizmologiya” tushunchasi bilan bir qatorda turizm olamini ham aks ettiruvchi boshqa tushunchalar ko‘p qo‘llaniladi – “Turistika”, “turizmometriya”, “turizmografiya”, “turizm”. Bir qarashda, ularning ta‘riflari mazmunan bir xil, ammo bu yuzaki identifikatsiya.

“Turizmologiya” eng umumiy tushuncha bo‘lib, turizm haqidagi har qanday bilimlarni qamrab oladi: umumiy va qisman, nazariy va amaliy, mavhum va konkret, rasional va hissiy, ideal va real.

Umuman olganda, turizmologiya fanida hamma narsa muhim - ovqat tayyorlash texnologiyasi, turistik xizmatlar paketining narxini aniqlash va boshqalar. Turizmologiya turizmning paydo bo‘lish

tarixini, shu jumladan, ushbu hodisaning nazariy aks etishlarining paydo bo'lishi va evolyutsiyasi yilnomasini qamrab oladi.

“Turizmografiya” atamasi turizmga oid qayd etilgan dalillarning yozma yoki ramziy belgilari, uning tavsifi, sayohatchilarning hisobotlari, hikoyalari, kundaliklari, kitoblari, maqolalari va boshqa ilm-fan namunalari, epistolyar yoki fantastika janri, kartografik hujjatlarni anglatadi. Sayohat, shuningdek, sayohat qilganlarning tajribalarini vizual tarzda yozib olingan o'qishlar kabi grafiklardan iborat. “Turizmometriya” atamasi birinchi navbatda turizm faoliyatini matematik tarzda “o'lchash”, turistik oqimlarni hisoblash, joylashish joylarini, ularning sig'imini aniqlash hamda turizmning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy samaradorligi bo'yicha turli statistik ma'lumotlarga ega bo'lish qobiliyatini aks ettiradi. “Turistika” tushunchasi turistik bilimlarning avtonomligini ham belgilashga intiladi (raqamlar, matnlar, harakatlar makonini belgilaydigan “statistika”, “fantastika”, floristika tushunchalari bilan o'xshashlik bilan), lekin u qadar sig'imli emas va "turizmologiya" kabi aniq ham emas.

“Turizmologiya” tushunchasi konseptual konsentratsiyalangan shaklda “turizm” hodisasining mohiyatini eng muvaffaqiyatli aks ettiradi. Uning qo'llanilishi, birinchidan, o'z obyekti (logos) - "biologiya", "zoologiya" va boshqalar qonuniyatlarini bilish bo'yicha ta'limning ilmiy an'alariga mos keladi; ikkinchidan, u taqdim etilayotgan bilimlarning fundamental mohiyatini ta'kidlaydi, shuning uchun Turizmologiyaning pedagogika yoki turizm etikasi, turizm menejmenti yoki marketing kabi bo'limlariga nisbatan uslubiy bo'lgan turistik bilimdir. Turizmologik tushunchalar (tushunish-tushuntirish rejimida faoliyat yurituvchi tushunchalar) turizm faoliyati nazariyasini yaratishni taminlaydi, bu esa, o'z navbatida, davlatni ongli ravishda o'zlashtirish va foydalanishga tobe bo'lib, amaliy faoliyat uchun ishonchli asos hisoblanadi.

Yuqoridagi mulohazalar shartsiz yoki muqobilliksiz bo'lib ko'rinmaydi. Biroq, har qanday amaliyotga uning ta'rifi va bilimsiz tasir qilish mumkin emas, hatto subyektiv, ayniqsa, bir xil tushuncha ko'pincha boshqacha talqin qilinadi. Turizm hodisasining o'ziga xos xususiyatlarini terminologik aniqlash ustida olib borilayotgan chuqur ishlar turizmologiyani shakllantirishda alohida ahamiyatga ega. Bu nafaqat muhim ilmiy vazifa, balki amaliy ehtiyojdir.

Turizm fanining tuzilishi. Turizmologiya o‘quv fani sifatida turizm tashkiloti va muassasalari, uning barcha subyektlari amaliy faoliyatini umumlashgan nazariy jihatdan aks ettiruvchi yaxlit ilmiy va tizimli yaxlitlik sifatida taqdim etilishi kerak. Uslubiy jihatda turizmologiya ilmiy tizimning asosiy konseptual unsurlari - ontologik (haqiqatda mavjud), gnoseologik, antropologik (o‘lchovchi inson), aksiologik (qiymat-baholovchi, axloqiy), sotsiologik - dialektik birligi sifatida shakllanishi kerak. U propedevtik (ta’lim), prakseologik (amaliyotga yo‘naltirilgan), informatsion (hisobot, tushuntirish) ahamiyatga ham ega. Aynan shu yaxlit va tizimli yondashuv turizmologiyaning metanazariy darajasining mavjudligini taminlaydi.

Turizm fanining shakllanishi (turizmologiya, turizm, turizmografiya, turizmometriya, turologiya) asta-sekin, butun turizmning paydo bo‘lishi va rivojlanishi davrida sodir bo‘ldi. Ommaviy turizmning ko‘lami va ahamiyatiga mos ravishda, uning tushunchasi o‘zgarimoqda, kengayimoqda. Ushbu intellektual jarayon natijasida turizm nazariyasi shakllanadi. U turizmni jamiyat hayotining ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy hodisasi sifatidagi kuzatishlarning boy materialini umumlashtiradi va konseptsiyalaydi. Turizm haqidagi bilimlar, jumladan, uning kelib chiqish tarixi, mohiyati, shakllari va boshqalar ko‘tarilish va konsentratsiyalash orqali u turizmologiyada ilmiy, nazariy dizaynga ega bo‘ladi.

Turizm nazariyasining kelib chiqishi qadimgi davrlarga borib taqaladi, o‘shanda sayohatning birinchi ta’riflari paydo bo‘lgan. Sayohat tarixi (turizm tarixi xronika sifatida) - turizm tarixnavisligi, turistik manbashunoslik eng qadimgi yozma manbalardan (turizmografiya) boshlangan.

Ilmiy bilimlarning asoslari Bobil, Qadimgi Misr va boshqa mamlakatlar madaniyatlarida vujudga keldi va bilimlarning izchil ilmiy tizimi faqat fan institutsional maqomga ega bo‘lgan davrda - XVII-XVIII asrlarda qurildi. Turizmologiya ijtimoiy-iqtisodiy bilimlarning alohida tarmog‘i sifatida faqat XIX – XX asrlarda, sayohatning ijtimoiy institut sifatida turizmga aylanishi davrida paydo bo‘lgan.

Turizmning mohiyatini oydinlashtirishda ikkita qarama-qarshi yondashuv mavjud.

Birinchi, “turizm” tushunchasi “sayohat” atamasi bilan bir xil, ya’ni turizm tarixi sayohatlar tarixi degan fikrga asoslanadi. Rus

turizm nazariyotchisi V.Gritsaevich “qadimgi dunyo sayyohlari” (Gretsiya va Rim) haqida yozadi, “qadimgi turistik marshrutlarni” ta’riflaydi, qadimdan ziyorat qilishni “turizm shakli” sifatida tavsiflaydi. Shu bilan birga, u "turizm atamasining o‘zi faqat XVII asrda paydo bo‘lgan" deb ta’kidlaydi [15].

Xuddi shunday pozitsiyani polshalik olim E. Shnayder ham qo‘shadi. “Turizm 1843 yilda Londonda boshqaruv kengashiga ega bo‘lgan Xalqaro sayohat jamiyati (Tomas Kuk va Son) barcha sivilizatsiyalashgan mamlakatlarda o‘z bo‘limlarini ochgan yilda paydo bo‘lgan deb taxmin qilish xato bo‘lar edi” [204]. Rossiyalik turizm bo‘yicha mutaxassis M.Birjakov ta’kidlaydiki, "turizm sayohatning alohida holati sifatida" hozirgi holati va tushunchasida XIX asr oxirida paydo bo‘lgan va shakllangan.

Turizm fanining predmetini aniqlash uchun sayohatni turizmga aylantirish vaqtini aniqlash va shunga mos ravishda turizmologiyaning ilmiy tadqiqotning maxsus predmeti sifatida “loyihalanishi” belgilovchi omil hisoblanadi.

Ikkinchi yondashuv turizmologiyaning nazariy qiyofasini belgilash, uning fan sifatidagi maqomini oydinlashtirishdan iborat. Ushbu murakkab ishni turizmga oid turli xil ma’lumotlarni uslubiy, nazariy jihatdan o‘zlashtirish va tartibga solishga qodir bo‘lgan mutaxassislar bajarishi kerak. Amerikalik olim N. Wiener shunday ta’kidlaydi: «Asl ilmiy asarlarning 95 foizi 5 foizdan kam olimlarga tegishli bo‘lsa kerak. Ammo qolgan 95% olimlar umumiy farovonlikka yuqori darajada hissa qo‘shmaganlarida ularning aksariyati umuman yozilmagan bo‘lard.

“Turizmologiya” atamasi ba’zan turli turizm amaliyotlarini tavsiflash uchun ishlatiladi. Bu borada Belgradning "Turizmologik muammolar" jurnalining nashrlari dalolat beradi. O‘quvchilarga quyidagi muammolar taklif etiladi: turizmni o‘rganishning ko‘p tarmoqli usuliga ehtiyoj, turizm nazariyasining konsepsual birligini taminlash, turizm nazariyasi va amaliyoti o‘rtasidagi bog‘liqlikni yoritish, turizm va iqtisodiyot o‘rtasidagi aloqalarni aniqlash, madaniyat, sotsiologiya, ijtimoiy, psixologiya va boshqalar. Biroq, ushbu jurnalning sonlarida e’lon qilingan hamma materiallar ham "turizmologiya" rukniga to‘liq mos kelavermaydi.

Aksariyat olimlar turizm zamonaviy ma’noda faqat XIX asrda shakllana boshlagan deb hisoblaganligi sababli, turizm nazariyasini

turizm haqidagi mantiqiy taqdim etilgan va tartibga solingan ilmiy bilimlarning nisbatan "yosh", dinamik ochiq tizimi sifatida ko'rib chiqish kerak. Uning shakllanishi turizmning sivilizatsiya rivojiga tasir etuvchi ijtimoiy ahamiyatga ega omilga aylanishi jarayoni bilan bog'liq.

Olimlarning turizm haqidagi genezisi va evolyutsiyasining ikkita asosiy bosqichini belgilash qonuniydir. **Birinchi bosqich**da kelib chiqishi haqidagi bilimlar (turizmdan oldingi) hali mavjud bo'lgan amaliyot chegaralarini yengib chiqmagan. Sayohat haqidagi bilimlar asosan sayohatchilar tomonidan tavsiflangan shaklda namoyish etilgan. Sayohatning o'ziga xos xususiyati aniq biznes, elitistik selektiv, ijtimoiy cheklangan xarakterda edi, ya'ni, savdo-sotiq, yangi yerlarni kashf etish, yangi bozorlarni o'zlashtirish, bo'sh vaqtlarini tashkil etish, hordiq chiqarish va sog'lomlashtirish maqsadida amalga oshirilardi.

Biroq, tarixchilar, diplomatlar, faylasuflar, geograflar, savdogarlar va dengizchilarning asarlariga oid birinchi mazmunli matn mulohazalari qadim davrdan paydo bo'la boshlagan. Antik davr, Uyg'onish davridagi sayohat haqidagi bilimlarni "industriyadan oldingi" bilimlar bosqichi deb atash mumkin.

Ikkinchi bosqichda sayohat haqidagi institutsionallashtirilgan g'oyalar asta-sekin shakllanadi va tegishli ilmiy bilimlar paydo bo'ladi. Avvalgidek, ular kuzatishlar va sayohat amaliyotini tushunish bilan oziqlanadilar, ammo bu bilimlar tobora obyektiv voqelikning nazariy modellari shaklini oladi. Sayohatchilar faoliyatining haqiqati va faktlari turizmologiyaning nazariy qurilishining asosi bo'lgan tushunchalar (konsepsiyalar)da mustahkamlana boshladi.

Turizm haqidagi bilimlarning ilmiy saviyasi XIX asrning ikkinchi yarmida kuchaydi. Yevropaning turistik jozibador mamlakatlarida (Avstriya, Shveysariya, Germaniya, Fransiya, Belgiya, Chexiya) turizm tajribasini ilmiy tushunishning tizimli natijalarini o'z ichiga olgan birinchi ishlar paydo bo'la boshladi. O'sha davr olimlarining asarlarida professional turizm terminologiyasi, xususan, "turizm geografiyasi" va "turistik mintaq" (J.Stradner, Avstriya), "turistik rekreatsiya" (B.Braun, AQSH), "turistik industriya" kabi asosiy tushunchalar keltirilgan (K. Spiuts, Avstriya).

XX asrning 1-yarmida milliy turizmologiya maktablari shakllana boshladi, ular orasida avstriyalik (P. Berneker, J. Stradner), nemis (V.

Narstedn, V. Freyer), ingliz (Z. Bauman, J. Suorbrak, E. Koen), daniyalik (N. Leyper), shveysariyalik (K. Kraft, V. Xapsisker, D. Krippendorf, S. Kaspar), fransuz (F. Franjialli, S. Perrot, J.-M. Oerner), amerikalik (F. Kotlyar, F. Pirs, D. Walker), polyak (I. Endsheichik), bolgar (M. Neshkov) va boshqalarni sanash mumkin.

Turizm muammolari iqtisodiy, madaniy, ta'lim, sog'liqni saqlash va biznes nuqtai nazaridan tushunila boshlandi. Shu ma'noda shveysariyalik tadqiqotchi J.Krippendorfning "Turizm marketing" asari ahamiyatli bo'ldi. Turizm rivojidadagi fundamental yutuq «turizm statistikasi konsepsiyasi» (E.Fraler) ning paydo bo'lishi bo'ldi. Matematik modellarning turizmga tadbiiq etilishi turizmologiyaning ilmiy maqomini mustahkamladi. Turizm modellarini nazariy jihatdan o'rganish turizmning umumiy nazariyasini yaratish imkonini berdi. Bu muammoni o'rganishga nemis tadqiqotchisi D.Pirsning "Bugungi kunda turizm, turizmni rivojlantirish, turistik tashkilotlar" nomli uch jildlik asari bag'ishlangan.

Turizmning uchta asosiy unsuri - turist, turistik destinatsiya, turizm industriyasini yaxlit tizim sifatidagi birlashtirgan nazariy qiyofa N. Leyper (Daniya) asarlarida shakllandi. U turizmni "inson hayotining turli jabhalariga taalluqli fazoviy xilma-xil inson faoliyati" deb ta'riflaydi, turizm nazariyasida asosiy tamoyil sifatida faoliyat prinsipini ta'kidlaydi. Turizm jarayonini, uning tur va shakllarini tartiblashtirgann birinchi klassifikatorlar nemis olimi V.Narstedn va bolgar nazariyotchisi N.Neshkovlar bo'lishdi. N. Neshkov turizm nazariyotchilarining shaxsini ifodalagan [101,102], I. Edzheychik esa turizmni rivojlantirish bo'yicha "ilmiy qarashlarning tanqidiy tahlili"ni taklif qilib, mulohaza predmeti sifatida elita, imtiyozli turizm va ommaviy, demokratik turizmni ajratib ko'rsatdi [40].

Turizmning iqtisodiy nazariyasini yaratish AQShda boshlangan. Ushbu ishning kashshoflaridan biri amerikalik nazariyotchi, Michigan shtati universitetining turizm bo'yicha faxriy professori P.V. Macintosh edi. U turizm masalalariga bag'ishlangan to'qqizta kitob, xususan "Xalqaro sayohat va turizm", "Foydani muvofiqlashtirish, turizm va mehmondo'stlik sanoati" asarlari muallifidir. Uning turizmni ilmiy bilimlar obyekti sifatida tushunishi P.V. Makintosh "Turizm: tamoyillar, amaliyotlar, falsafalar" (1971) asarining birinchi yirik nashrida bayon etilgan. U bilan birga ushbu monografiyaning mualliflari Charlz R. Goeldner, Kolorado universiteti professori va

J.R. Brentritchi, Kalgari universiteti professorlari bo'lishdi. Ushbu turizm ensiklopediyasi o'zining nazariy tushunchalarini va turizm faoliyatini amaliyot, tajriba va takomillashtirish bo'yicha umumlashtirilgan mulohazalarni muvaffaqiyatli o'zida mujassam eta olgan. Ilmiy xarakterdagi sarlavhalar uning nazariy yo'nalishidan dalolat beradi: "asosiy tushunchalar", "tushunchalar", "antropogeografiya", "turizm sotsiologiyasi", "ijtimoiy (subsidiyalangan) turizm", "ekoturizm" kabi bo'limlar. Ushbu asarning to'qqizinchi nashrda (2002) turizm o'zining iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy omillari bilan zamonaviy sivilizatsiya hayotiga sezilarli tasir ko'rsatadigan XXI asrning global hodisasi sifatida tahlil qilinadi [206].

Fransuz olimi, YUNVTOning sobiq Bosh kotibi, KUTEP faxriy doktori F.Franjialli AMFORT (2000) xalqaro forumidagi ma'ruzasida turizmning nazariy modelini taklif qildi. Turizm fani, deb ta'kidladi F.Franjialli, asosan ikki jihatda ko'rib chiqiladi: ushbu fanlararo sohaning xususiyatlarini aniqlash va turizmning iqtisodiy faoliyati istiqbollari baholash. Shu bilan birga, uning fikricha, geografiya fanining vakillari uning ahamiyatini tushunishga eng tayyor. F.Franjialli nazariy fundamental loyihalardan biri "Turizmning global axloq kodeksi"ni yaratish tashabbuskori bo'ldi. Unda yangi ming yillikda "turizmni mas'uliyatli va barqaror rivojlantirish" mezonlari to'plami belgilangan [25]. Kodeksda turizm harakatining demokratik, liberal xarakteri qayd etilgan bo'lib, u odamlarning "to'g'ridan-to'g'ri aloqalari tufayli" bag'rikenglik va ular birlashayotgan turli diniy, falsafiy va axloqiy e'tiqodlarga hurmat ruhida amalga oshiriladi. Kodeksda turizmning ijtimoiy hodisa sifatidagi funksiyasini ta'minlovchi omillar qisqacha tavsiflangan, turizm amaliyotining jamiyat hayotining barcha sohalariga ijtimoiy ta'siri, turizmning "individual va jamoaviy takomillashtirishning imtiyozli vositasi" sifatidagi ahamiyati ochib berilgan [25]. Bu qoida, g'oya va tushunchalar F.Franjialling keyingi asarlarida to'liq asoslab berilgan. U turizmning kompleks ta'rifini taklif qiladi, uni "infratuzilma, mehmondo'stlik, chegaradan o'tish erkinligi, tovar va xizmatlar sifati, tabiiy muhit holati, kadrlar tayyorlash, transportlarni, "biznesning sayohatchilarning talablariga moslashish qobiliyati", turizm xavfsizligi va boshqalarning bir-biriga bog'liqligini zanjir sifatida obrazli ta'riflaydi. [175].

Zaiflik, tashqi zarbalarga sezgirlik va shu bilan birga chidamlilik, o'z pozitsiyalarini tezda tiklash qobiliyati turizmning o'ziga xos xususiyatlaridan sanaladi. Keyingi paytlarda turizm jamiyatning boshqa sohalariga qaraganda ko'p jihatdan tezroq rivojlanmoqda. Zamonaviy turizmning bu xususiyatlari turizmni rivojlantirish konsepsiyasini va u asos bo'lgan falsafani aks ettiradi. "Barqaror rivojlanish – jahon turizmining kelajagi, uning o'sishining chegarasi emas, balki uzoq muddatli muvaffaqiyat garovidir" [175].

Turizmni barqaror rivojlantirish konsepsiyasi bir nechta ijtimoiy ahamiyatga ega vazifalarni hal qilishga qaratilgan: qashshoqlikka qarshi kurash, turizm biznesini "nazorat ostida erkinlashtirish", ekologik xavfsizlik va boshqalar. Shu bilan birga, shuni hisobga olish kerakki, barqarorlik va barqaror rivojlanish muammosini ijtimoiy rag'batlantirishning beqarorlik tendensiyasini, o'zgaruvchanlik, tasodifiy ahamiyatning ortishi, tabiiy va ijtimoiy-siyosiy ofatlar kabi omillarning tasirini hisobga olgan holda yengish kerak va ijtimoiy hodisalarni rivojlantirishning turli ssenariylari asosida olib borish kerak. Bularning barchasi doimiy ravishda turizmning barcha sohalariga, ayniqsa, turizm biznesiga tasir ko'rsatadigan ijtimoiy xavflar holatini keltirib chiqaradi. "Turizm - bu madaniyatlararo, iqtisodiy, siyosiy o'zaro tasirlarning integratsiyalashuvi va tabaqalanishidagi qarama-qarshi tendensiyalarning namoyon bo'lishi bilan tavsiflangan zamonamizning global hodisasi" [175].

Turizm haqidagi bilimlarning to'planishi bilan turizm bilimlarining asosiy bo'limlari shakllanadi, muammolar aniqlanadi, konseptual apparatni ishlab chiqadigan nazariy formulalar ishlab chiqiladi.

Turizm fani (turizmologiya) eng umumiy shaklda quyidagi **masalalarni** qamrab oladi:

- turizmning ijtimoiy hodisa va ijtimoiy institut sifatida mohiyati va mazmunini anglash;
- turizmning asosiy xarakterli belgilarini konseptual tarzda aniqlash, uning tezaurusi, lug'at va kategoriyaviy apparatini ishlab chiqish;
- turizm hodisasini tushunishga ilmiy yondashuvlarni tizimlashtirish, uning genezisi va evolyutsiyasini yoritish, turizm tushunchalarining mazmunini mustaqil ilmiy fanlarga nisbatan chuqurlashtirish;

- turizm bilimlarining tuzilishini, uning arxitekturasini, barcha qismlarining dialektik izchilligini tushunish;
- turizm nazariyasining vazifalarini, maqsadini aniqlash;
- turizmning qarama-qarshiligi, uning ijobiy va salbiy imkoniyatlari va ko‘rinishlarini tushunish;
- turizm faoliyati nazariyasi va amaliyotining dialektikasini (munosabatlarini) tushunish.

Bu fanning taklif etilayotgan tuzilishi ancha shartli. Bu subyektivdir va turistik yo‘nalishning turli nashrlarda taqdim etilgan turizm bilimlarining mohiyatini aniqlashning boshqa yondashuvlarini inkor etmaydi.

Turizm fanining turli nomlari nafaqat turizm tushunchasiga turlicha yondashuvlarni, balki uning mohiyatini har xilda tushunishni ham aks ettiradi.

Turizm ijtimoiy hodisa sifatida, ijtimoiy institut sifatida iqtisodiy, texnologik, axborot, axloqiy va kommunikativ, madaniy, marifiy, rekreatsion va boshqalarning xususiyatlari va fazilatlariga to‘plamiga ega. Shuning uchun, birinchi navbatda, turizm ko‘p qirrali obyekt ekanligini tan olish kerak, bu uning turli talqinlariga olib keladi. Nazariy va uslubiy jihatdan turizm olimining kognitiv tafakkuri “birinchi tartib” mohiyatidan “ikkinchi tartib”ning mohiyatiga o‘tishga qodir va hokazo.

Turizmologiya nuqtai nazaridan turizmning chuqur mohiyati shundan iboratki, u insonning o‘zini o‘zi anglash shaklidir. Turizmning bunday talqini uning “turizm mahsuloti sanoati” sifatidagi stereotipik tushunchasini buzadi. Turizm industriyasi yoki turizm infratuzilmasi, uning barcha ahamiyatiga qaramay, turizmning aniqlovchi va chuqur mohiyati emas.

Turist-sayohatchi turizmshunoslarning nazariy mulohazalarining asosiy obyekti hisoblanadi. Turistning shaxsiyati fransuz faylasufi G.Marsel tomonidan taklif qilingan ta’rifni to‘g‘ri aks ettiradi - "homo viator" (inson sayohatchi, sargardon).

Aynan turist turizmning markaziy obyekti bo‘lib, bu fundamental xususiyatga ega. Turizmning mohiyatini bunday tushunish zamonaviy ijtimoiy-gumanitar bilimlarni insonparvarlashtirish, antropologlashtirish va aksiologizatsiya qilishning umumiy tendensiyasiga mos keladi. Insonga qaytish, ijtimoiy jarayonlarning mohiyatini

sanoatchilarcha tushunishdan uzoqlashish eng yangi ijtimoiy-gumanitar fanga xos xususiyatdir.

Sayohatchi (olim, talaba, tadbirkor, ziyoratchi, mamlakat tadqiqotchisi, alpinist sportchi va boshqalar) - makon va vaqtda harakatlanadigan turistik mahsulotning iste'molchisi bo'lgan shaxs va sayohatlar, sayrlar, tashriflar chog'ida sayyohlik mahsulotini iste'mol qiladigan shaxsdir, dunyo tabiati, madaniy yodgorliklari, boshqa mamlakatlar va xalqlarning qadriyatlari bilan aloqada bo'ladigan shaxsdir. Aynan shu shaxs turizmning nazariy aks ettirilishining epitsentrini tashkil qiladi.

Demak, turist obyekt, turist shaxsi haqidagi nazariy umumlashtirilgan bilimlar esa fan sifatida turizmologiyaning predmeti hisoblanadi. Turizmologiya fanining predmeti o'z bilimi obyektini nazariy va kasbiy jihatdan idrok eta oladigan olimdir.

Turizm fenomenining murakkabligini hisobga olib, uning konsepsiyasining ko'p qirraliligini bir ma'noda aniqlab bo'lmaydi. Turizmning turli ta'riflari quyidagi mezonlarga ko'ra tasniflanadi:

1) Etimologik. Bu jihatdagi "turizm" atamasi fransuzcha tourisme (yurish, sayohat) so'zidan olingan. Uning mazmunida "tur" tushunchasi ham mavjud (aylana, belgilangan yopiq marshrut). Boshqacha qilib aytganda, lingvistik ma'noda turizm - bu sayohatning yoki shunchaki sayrning muayyan turini og'zaki tan olish;

2) Faollik. Ushbu mezonga ko'ra, turizm sayohatchining o'ziga xos faoliyatidir. Ushbu faoliyatning xarakterli xususiyatlari shundan iboratki, u tijorat maqsadiga ega bo'lmagan shaxsning doimiy yashash joyi va odatiy yashash joyidan tashqarida amalga oshiriladi;

3) Iqtisodiy. Bunday yondashuv bilan turizm iqtisodiy faoliyat sohasi sifatida talqin etiladi;

4) Dam olish. Turizm - bu dam olishning muhim vositasi, inson salomatligini yaxshilash, uning yaxshi jismoniy holatini tiklash uchun tegishli harakat;

5) Madaniy. Bu mezonga ko'ra turizm insonning turli madaniy ehtiyojlarini qondirish vositasidir;

6) Gumanistik-antropologik. Turizm insonning shaxs sifatida o'zini-o'zi anglashiga yordam beradi, intellektual, ma'naviy, axloqiy, madaniy ehtiyoj va qiziqishlarni shakllantiradi.

Ushbu hodisaning integratsiyalashgan axloqiy va qadriyatli xususiyati turizmning global axloq kodeksida keltirilgan: "Turizm

individual va jamoaviy takomillashtirishning imtiyozli vositasi sifatida rejalashtirilishi va amalga oshirilishi kerak; turizm ma'naviy ozodlik bilan bog'liq bo'lib, u o'z-o'zini tarbiyalashning o'ziga xos omiliga aylanadi..." [25].

Turizmologiyaning konseptual apparati, uning tezaurusida mingdan ortiq ta'riflar mavjud bo'lib, ularning asosiylari ensiklopedik va lug'at nashrlarida keltirilgan. Turistlarning butun nazariy ongli qiyofasini konseptual tarzda tashkil etuvchi asosiy atama-konsepsiyalar quyidagilardir: "turistik", "turizm", "sayohat", "maqsad", "turistik mahsulot", "turizm sanoati", "turistik infratuzilma" va boshqalar. Ularning barchasi turli jihatlar va o'ziga xos shakllarda turizmning mazmunini belgilaydi, turizmni tizimli xarakterlaydi, uni ijtimoiy-iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy institut sifatida tasdiqlaydi, uning umumiy tuzilishini aks ettiradi.

Agar "turizm tuzilmasi" tushunchasi ko'p jihatdan uning miqdoriy xarakterini, rivojlanish darajasini, barcha zarur bo'g'inlar mavjudligining to'liqligini tavsiflasa, "turizm tizimi" atamasi uning sifat mohiyatini, xususan, turizmni rivojlantirish qobiliyatini belgilaydi.

Tizim sifatida turizmning o'ziga xos xususiyati shundaki, u ijtimoiy institut sifatida ichki qonunlar va qonuniyatlarga muvofiq harakat qiladi, sinxron o'zini o'zi rivojlantirish va sinergik o'zini o'zi tashkil etishga qodir. Tizimli yondashuvning o'ziga xos xususiyati shundaki, obyekt faoliyatida nafaqat individual funksional xususiyatlar paydo bo'ladi, balki umumiy (konsentrlangan) tasirga ega bo'lgan umumiy tizim xususiyatlari ham butunning barcha qismlarining muvofiqlashtirilgan o'zaro tasiri tufayli yuzaga keladi.

Turizmologiyaning asosiy tushunchalari. Turizmning asosiy birliklarini tashkil etuvchi tizimlardan biri "sayohat" tushunchasidir. "Sayohat" va "turizm" ikkita asosiy tushuncha bo'lib, turizmning umumiy konseptualizatsiyasini, ilmiy, mantiqiy asoslangan ta'limotini, uning turistik holatini ta'minlaydi. Turizmologiya fani sayohat bilan bog'liq hamma narsani o'rganishi kerak. Turizmning o'ziga xos xususiyatlarini birinchi navbatda "inson - makon - vaqt" munosabatlari tekisligida, "joyning ixtiyoriy o'zgarishi", "hayot ritmlarining o'zgarishi" tushunchalari kontekstida ko'rib chiqish kerakligi haqidagi pozitsiyalardan biridir.

Turizmologiya tezislarini aniqlash. Amerikalik sotsiolog O.Toffler ta'kidlaganidek, "biz inson hayotidagi o'rin ma'nosini yo'q qilishning tarixiy jarayoniga guvoh bo'lamiz". Sayohat qilish va yashash joyini o'zgartirish odatiy holga aylangan odamlar soni tez su'ratlar bilan o'sib bormoqda.

Birinchi sayohatchilar (ruhoniylar, jangchilar, cho'ponlar, ovchilar, savdogarlar, dengizchilar va boshqalar) sayohatlari davomida olgan, ko'rgan va eshitgan taassurotlarini yozib olishgan. Tuzilishida amaliy ma'lumotlar ulushi ustun bo'lgan sayohatning geografik tavsifi vaqt o'tishi bilan madaniy, hissiy va psixologik tavsiflarga boyib borgan.

M.Birjakov turizm va sayohatning eng asosiy farqlarini ko'rsatadi: yashash joyi; sayohat maqsadi; belgilangan joyda qolish muddati. "Sayohat" - bu maqsadli motivatsiyadan qat'iy nazar, insonning makon va vaqtdagi har qanday harakati faktini belgilaydigan atama. Oddiy sayohatchining o'ziga xos xususiyati - bu o'z kasbiy vazifalarini bajarish uchun sayohat qilish. O'tmish sayohatchilari cho'ponlar, ko'chmanchilar, dengizchilar, yangi yerlarni kashf etuvchilar, ularning sayohatlari masofa yoki vaqt bilan cheklanmagan.

Turizm o'zining dastlabki shakllarida ham dam olish, sog'lomlashtirish, ko'ngil ochish, bo'sh vaqt hisobiga unutilmas joylarga sayohatlarni o'z ichiga olgan. Sayyohning sayohat paytidagi faoliyati tijorat maqsadlarida ko'zda tutilmagan, bo'lish vaqti va joyi aniq belgilangan. Shuning uchun turizm sayohatning o'ziga xos turidir. Shuning uchun turizm va sayohatni bir xil deb hisoblash to'g'ri emas. Xullas, sayohat turizmning asosidir. Har bir sayyoh sayohatchi, lekin har bir sayohatchi turist emas. Ushbu fundamental farqlarni aniqlash, ularni tan olish uchun rasmiy, mantiqiy va mazmunli mezonlardan to'g'ri foydalanish turizmologiyaning o'ziga xos vazifasidir.

Sayohatga turistik yondashuv geografik yoki mintaqaviy tadqiqotlardan sezilarli farq qiladi: birinchidan, turizm fanining asosiy predmeti shaxs ekanligini ta'kidlaydi; ikkinchidan, turizmshunos olimning diqqat-e'tibori sayohatning dunyoqarashi va madaniy ahamiyatini, ijtimoiy omillarini oydinlashtirishga, sayohatning turizmga aylanishiga olib kelgan tendensiya va qonuniyatlarni aniqlashga qaratiladi, uchinchidan, turizmologiyaning vazifasi

turizmning konkret biznes sifatida shakllanishi va rivojlanishining xronologik bosqichlarini aniqlashdan iborat.

Sayohatga bo'lgan ehtiyoj inson mavjudligining eng muhim xususiyatlaridan biridir. Turistik harakatda sodir bo'lgan va ro'y berayotgan o'zgarishlar individual va ijtimoiy hayotning dinamikasini aks ettiradi, bu jarayonda birinchi navbatda stixiyali, keyinchalik tashkillashtirilgan sayohatlar doirasi kengaydi. Bu jihatda sayohatning quyidagi ijtimoiy ko'rinishlari ajratiladi: dvoryanlar, zodagonlar, burjua, o'rta tabaqa va oddiy aholi sayohatlari.

Qadim zamonlarda faqat olijanob odamlar (zodagonlar), moddiy jihatdan taminlangan, yetarlicha rivojlangan ma'naviy ehtiyojlarning "hukmdorlari" oson sayohat qilish imtiyozidan foydalanganlar. Vaqt o'tishi bilan sayohatchilar soni yosh aristokratiya hisobiga o'sib bordi, ular uchun tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylarni ziyorat qilish, shuningdek, dengiz va tog' kurortlarida dam olish hayot tarzining oddiy qismiga aylandi.

XVII asr oxirida yosh ingliz zodagonlari "Buyuk sayohat" - Yevropa mamlakatlari bo'ylab marifiy sayohatni joriy qildilar va kurortlarda dam olishni boshladilar. XVIII asrda bu sayohatlar burjuaziyaga ham ochiq bo'lib, ular ham Yevropa bo'ylab sayohat qila boshladilar. Sanoat inqilobi avj olgan davrda ishbilarmonlar ham ta'tillarini tarixiy va madaniy joylarga, yovvoyi tabiatga, qishloqlarga (qishloq turizmining kelib chiqishi) sayohat qilishda harakat qilganlar. XIX asrlar oxirida chet el koloniyalarini qo'lga kiritish paytida yangi imkoniyat paydo bo'ldi - ekzotik joylarda dam olishga harakat boshlandi. Inglizlar Malta, Kipr, Misrga sayohat qilishni boshladilar. Lestershir matbaachisi va pastori Tomas Kuk dastlab 500 kishilik guruh uchun Lesterdan Londonga poyezd sayohatini uyushtirdi, so'ngra Parijdagi Butunjahon ko'rgazmasiga hamda Misrga ekskursionlarni tashkil qildi. Safarlar nafaqat tijorat, balki xayriya ham edi. Birinchi ommaviy sayohatdan maqsad hushyorlik jamiyati festivali bo'lib, sayohat ishtirokchilari asosan oddiy odamlar edi.

XX asrning 20-yillari o'rtalarida sanoati rivojlangan mamlakatlarda pullik ta'tillar joriy etildi. Temir yo'llarning keng tarmog'i yaratildi, avtomobil ishlab chiqarish tez su'ratlar bilan o'sdi. Bularning barchasi turizmni demokratlashtirishga xizmat qildi.

Turizm tarixi va uning nazariy tushunchasi turizmologiya fanining predmeti hisoblanadi - turist erishmoqchi bo'lgan

maqsadlarning mazmunini aniqlash xronikasi mavjud. Turizm nazariyasi kategoriyasi turizmologiya nuqtai nazaridan ushbu maqsadni tushunishga yordam beradi. “Maqsad” turizmologiyaning yana bir asosiy tushunchasidir.

Daniya nazariyotchisi N.Leyper tomonidan taklif qilingan **destinatsiya** konsepsiyasiga ko‘ra, geofazoviy talqinda destinatsiya turistik oqimlar shoshib kelayotgan va sayohatchilarning xohish-istaklari ro‘yobga chiqadigan, ularning ehtiyojlari qondiriladigan tranzit hududdir. Demak, destinatsiyalar semantik jihatdan turistlar uchun jozibador obyektlar - tarixiy va madaniyat yodgorliklari, me‘moriy inshootlar, tabiiy mo‘jizalar, dam olish joylarining markazlari hisoblanadi. Ular maqsadning asosiy jozibador kuchi, ijobiy his-tuyg‘ular joyi, ehtiyoj va umidlarni qondirish vositasi, turli xil tajribalarni bilish, qimmatli individual turistik tajribadir.

“Turizmning eng muhim tarkibiy qismi sayyohlik **maskanidir**. Destinatsiyada turizm umuman sayohatchiga tasir qiladi...” [142]. Turistik markazda rekreatsion resurslarning mavjudligi, iste‘molchiga taqdim etilayotgan turistik mahsulot sifatining o‘ziga xos xususiyati hisoblanadi. Ingliz tadqiqotchisi J.Svarbrik ta’kidlaganidek, bu turistik mahsulotning asosiy bo‘g‘ini bo‘lib, bu, xususan, madaniyat yodgorliklari, toza dengiz plyajlari, qiziqarli ekspozitsiyalar, yaxshi jihozlangan texnologik muzeylar, yaxshi ta‘mirlangan yoki to‘g‘ri buyurtma qilingan yaxshi restoranlardir.

Turist o‘z sayohati davomida to‘laqonli “**turistik mahsulot**” olishga intiladi. Turistik mahsulot nazariyasi turizmologiya fanining muhim qismidir. O‘z mohiyatiga ko‘ra, turistik mahsulot turizm faoliyatini taminlovchi turistik xizmatlar va tovarlar yig‘indisi, sayohatchining qiziqishlari va ehtiyojlari qondiriladigan sohadir.

Turistik mahsulot turistik bozorda sotiladigan obyekt yoki xizmat sifatida aniq mahsulot hisoblanadi. Tuzilmaga ko‘ra, u quyidagi tarkibiy qismlardan shakllanadi: turistik xizmatlar (turizm tashkilotchilari - turoperatorlar va turagentlar xizmatlari), tashuvchilik xizmatlari, mehmondo‘stlik va ovqatlanish tizimi xizmatlari, attraksion tizimi muassasalari xodimlarining xizmatlari (ko‘ngilochar xizmatlar), dam olish); ekskursiya davomida iste‘mol qilingan tovarlar; turizm xizmatlarini iste‘mol qilish jarayoniga hamrohlik qiluvchi va taminlovchi ishlar. Turistik mahsulot turning asosidir.

Turistik tur - turistlarni joylashtirish, tashish, ovqatlanish, ekskursiya xizmatlari, shuningdek, gid-tarjimonlar xizmatlari va sayohat maqsadiga qarab turist tomonidan olinadigan boshqa xizmatlar majmuidir. Tashkil etilgan turning barcha unsurlari o‘zaro bog‘langan xizmatlar to‘plami orqali har tomonlama taqdim etiladi. “Tur” turkumi boshqa ma’noda ham – turistik sayohatning tipik nomi sifatida, oldindan belgilangan marshrut sifatida, ma’lum to‘xtash joylari bilan foydalaniladi, bunda turist turpaket tomonidan taqdim etiladigan xizmatlar qatorini oladi.

Turistik mahsulotning asosiy manbai turistik resurslar, destinatsiya manbalari; sayohat maqsadi. **Turistik resurslar** - turistik qiziqishni jalb qiluvchi tabiiy-iqlim va madaniy, ijtimoiy-madaniy obyektlar yig‘indisidir.

Turizm sanoati murakkab, ko‘p bosqichli tizimdir. U iqtisodiy tuzilmaning nisbatan avtonom bo‘g‘ini sifatida mavjud bo‘lib, turizmga bevosita yoki bilvosita xizmat qiladi. **Turizm industriyasi** ham turistlar uchun mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko‘rsatish bo‘yicha tarmoqlararo majmua hisoblanadi. Va nihoyat, bu turoperator va sayyohlik agentliklari faoliyatini taminlaydigan mehmonxonalar va boshqa turar joylar, transport vositalari, ovqatlanish shoxobchalari, ko‘ngilochar, madaniy obyektlar to‘plami. Turizm industriyasi tizimi oziq-ovqat tizimi, mehmondo‘stlik sanoati, hordiq chiqarish, ko‘ngil ochish kabi quyi tizimlarga bo‘linadi.

Turizm infratuzilmasi - turistlarning turistik resurslardan normal foydalanishini va ulardan turistik maqsadlarda to‘g‘ri foydalanishini ta’minlovchi moddiy ob’yektlar, muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlari inshootlari, shu jumladan telekommunikatsiyalar, yo‘llar, turli korxonalar majmuasi. Turizmning umumiy infratuzilmasi uning har xil turlarining infratuzilmasini birlashtiradi. Ushbu infratuzilmaning bo‘linmalarining bir qismi bevosita turistlarning dam olishiga xizmat ko‘rsatishga qaratilgan. Aksariyat hollarda mahalliy aholiga ham xizmat qiladi. Shuning uchun infratuzilmani rivojlantirish mahalliy davlat infratuzilmasini yaxshilashning kuchli rag‘batlantiruvchi omili, aniq hududlarni rivojlantirish, aholi punktlarini ijtimoiylashtirish va qayta ijtimoiylashtirish, ish o‘rinlari sonini ko‘paytirish omilidir.

Turizm nazariyasining muhim tarkibiy qismi uning tamoyillari, usullari va funksiyalari haqidagi ta’limotdir. Turizmologiya fanining

bu qismi yetarlicha rivojlanmagan va yuzaki taqdim etilgan. **Prinsiplar** (lotincha principium - boshlanish, asos) ilmiy tushunchada asosiy, boshlang'ich pozitsiyasi, boshlang'ich va organuvchi g'oya bo'lib, ular asosida nazariya (materializm tamoyili, umuminsoniy harakat tamoyili, bilish tamoyili va boshqalar) shakllanadi.

Prinsiplar gnoseologik kategoriyalar sifatida borliq qonuniyatlarini aks ettiradi, uning barcha unsurlarini tartibga soladi va bo'ysundiradi. Nazariy bilimlar doirasida prinsiplar ushbu bilimlarni barcha nazariy takliflar mantiqiy bog'langan tizimda qo'llashga yordam beradi (fikir va borliqning birligi prinsipi).

Fanda asosiy (universal) tamoyillar (obyektivlik g'oyasi va bilim qonunlari) va o'ziga xos, "umumiy" tamoyillar (huquq fanida aybsizlik prezumpsiyasi prinsipi, bozor munosabatlarida raqobat prinsipi) mavjud.

Ko'pincha tamoyillar to'liq hodisani bilishning o'ziga xos yondashuvi sifatida attestatsiyadan o'tkaziladi (prinsip-yondosh). Bu borada tarixiy, iqtisodiy, sotsiologik, geografik, antropologik, psixologik, siyosiy, huquqiy yondashuvlar belgilanadi, ulardan foydalanish: fanning tegishli konsepsual versiyalarini belgilaydi.

Turizm nazariyasiga nisbatan umumiy va xususiy tamoyillar (yondashuvlar) aniqlanadi. Umumiy tamoyillarga quyidagi tamoyillar kiradi: faoliyat (turizm inson faoliyati va harakatchanligining maxsus shakli sifatida), sayohatchilar motivatsiyasining stixiyaliligi, turistik aloqalarning bevositaligi va boshqalar.

Turizmologiya tamoyillari tizimi turistik bozorning axloqiy tamoyillarini (turistning axloq kodeksi), javobgarlik tamoyillarini (mas'uliyatli turizm), turistning ijtimoiy va iqtisodiy samaradorligi kombinatsiyasini taminlash talablariga rioya qilish tamoyillarini o'z ichiga oladi.

Turizmologiyaning asosiy tamoyili turizmning tabiiy va ijtimoiy mavjudot shakli va sayohatchining hayoti sifatidagi mohiyatini tushunishdir. Ushbu prizma orqali turizmologiyaning dolzarb vazifalari ko'rib chiqiladi: turizm turlarini tushunish va izohlash, turistik xizmatlar konsepsiyasini ishlab chiqish, turistik markazlar va hududlarning modellarini amaliyotga tadbiq etish va boshqalar.

Prinsiplarni amalga oshirish ularni amaliyotga tadbiq etishning ma'lum usullarini, shu jumladan ilmiy yo'llarni bilishni talab qiladi. Buning uchun tegishli uslubiy jihozlar talab qilinadi. Metodlar

(yunoncha metodos — biror narsaga yo‘l) ilmiy usullar, maqsadga erishishning nazariy vositalari, nazariy yoki amaliy natija olishning tizimlashtirilgan usuli, axborot, muammolarni hal qilish). Usullar ma‘lum bir nazariya bilan birlikda ishlatiladi. Nazariya tanlangan ilmiy usullarga muvofiq shakllantiriladi, ishlab chiqiladi va sinovdan o‘tkaziladi. Ilmiy usullar nazariyaning teskari tomoni ekanligiga ishoniladi. Boshqacha aytganda, metodning o‘zi nazariya, nazariy yondashuv (masalan, empirik usul) vazifasini bajarishi mumkin. Umumiy usullar (dialektik), maxsus (sinergistik) va xususiy (sotsiologiyada mazmun tahlili) mavjud. Ilmiy yoki amaliy natija olish usullari (yondashuvlar, usullar, sharhlar) majmui **metodologiyadir**.

Turizmologiyada barcha usullar (yondashuvlar) guruhlari qo‘llaniladi, tizimli yondashuv, modellashtirish, rasmiylashtirish, analogiya, taqqoslash (qiyoslash), ideallashtirish usullari alohida ahamiyatga ega. Turizm sohasini uslubiy tahlil qilish yo‘nalishiga qarab (iqtisodiyot, mehmonxona xo‘jaligi, restoran biznesi, kasb-hunar ta‘limi tizimi, turizmni huquqiy taminlash va boshqalar) tegishli usullar qo‘llaniladi.

Hozirgi bosqichda turizm nazariyasi matematika, matematik statistika, informatika yutuqlarini o‘zining uslubiy vositalariga tobora ko‘proq jalb qilmoqda. Turistik oqimlarni o‘rganish uchun turizm xizmatlarini iste‘mol qilish dinamikasi va strukturasi, zamonaviy menejment va marketing metodologiyasi, ekonometrik usullar, matematik tahlil usullari, ommaviy xizmat ko‘rsatish nazariyasi, empirik sotsiologiya usullari qo‘llaniladi.

Turizmning jamiyat iqtisodiy va ijtimoiy sohasining ko‘plab tarmoqlari bilan bog‘liqligi fanning turli sohalarida namunali tadqiqot vositalaridan keng foydalanishni belgilaydi.

Turizmologiya tamoyillari va usullari turizm faoliyatining asosiy tamoyillarini shakllantirish, uning turizmologiya **funksiyasining** (lotincha funksiya - bajarish) funksional yo‘nalishini aniqlashning nazariy asosini tashkil qiladi. Bu ma‘lum bir omilning asosiy yo‘nalishlarini yoki rolini, maqsadini tavsiflovchi tushunchadir.

Har bir davlat muassasasi, shu jumladan turizm ham bir qancha turli funksiyalarni bajaradi. Ular muayyan vazifalarga ko‘ra tasniflanadi. Turizmologiya fani tomonidan o‘rganiladigan turizmning **asosiy funksiyalari** quyidagilardan iborat: kognitiv, dam olish, ko‘ngilochar, madaniy, kommunikativ, ijtimoiylashuv.

Turizm **“xalq diplomatiyasi” funksiyasini** ham bajaradi. Turizm nufuzli ijtimoiy-madaniy institut bo‘lganligi sababli, turizmning turistik tafakkurda aks ettirilgan ijtimoiy-iqtisodiy funksiyasini ajratib ko‘rsatish prinsipial jihatdan muhimdir.

Turizmning **bashorat qilish funksiyasi** dolzarbdir, chunki turizm juda dinamik hodisadir. U insonning ijtimoiy va individual ehtiyojlari tarkibida sodir bo‘layotgan o‘zgarishlarga, XXI asr sivilizatsiyasiga xos bo‘lgan barcha chaqiriqlar, takliflar va tahdidlarga sezgir munosabatda bo‘ladi. Soha mutaxassislari notanish hodisalarni o‘rganishi, nafaqat taktik ko‘nikmalarni, balki strategik, istiqbolli, shu jumladan “ehtiyotkorlik” tafakkurini ham shakllantirishi, nafaqat turizm nazariyasi va amaliyotining zamonaviy muammolarini, balki uning yaqin va uzoq istiqbollari ham baholay olishi kerak.

Turizmologiya muammolari. Hozirgi vaqtda turizmologiya fanining nazariy va amaliy muammolari bo‘yicha tadqiqotlarga qo‘yiladigan talablar yangilanmoqda.

Birinchidan, turizmning turli turlarini shunday mazmunli tuzilishga ko‘ra tushunish va talqin qilish bo‘yicha kelishib olish kerak: genezisi, funksional xususiyatlari, turistik xizmatlari, turizm nazariyasi va amaliyotida model yaratish va amalga oshirish zaruratining rivojlanish darajasi.

Ikkinchidan, turizmning organik “hujayralari” sifatida turistik markazlar va hududlar muammolari.

Uchinchidan, bugungi kunda yuzaga kelayotgan vazifa va muammolarni hal etishda milliy va jahon miqyosida ta‘lim, ilmiy muassasalar va tadqiqotchilarning sa‘y-harakatlarini birlashtirish muammosi ham dolzarbdir.

Turizm ijtimoiy taraqqiyot omili sifatida. Turizm butun ijtimoiy hayotga sezilarli tasir ko‘rsatdi. Ba‘zi rivojlangan mamlakatlarda turizm ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasining yangi tarmoqlarini, turistik mahsulotni ishlab chiqarish tizimini rivojlantirishga yordam beradigan, byudjetni shakllantirishning muhim vositasidir. Rivojlanayotgan mamlakatlarda turizm yanada muhim omilga aylandi. U ijtimoiy jarayonning iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy tarkibiy qismlarining o‘zaro tasirining tabiatiga sezilarli tasir ko‘rsatadi. Bu mamlakatlarning asosan agrar iqtisodiy boshqaruv tizimidan postindustrial iqtisodiyotga o‘tishiga aynan turizm katta hissa qo‘shadi. Bu texnika va texnologiyaning eng yangi yutuqlarini

hisobga olgan holda iqtisodiyotni qurishga yordam berdi. Turizmi barqaror mamlakatlar tinchlik va yaxshi qo'shniçilik muhitida faol rivojlanmoqda.

Siyosiy tartibsizliklar, iqtisodiy tushkunliklar, fuqarolik tartibsizliklari, ayniqsa, terrorizm turizm uchun noqulaylikdir. Biroq, noqulay sharoitlarda ham, turistik harakat har safar o'zining "yashovchanligini" namoyish etadi, u tezda tiklanishi va rivojlanishi mumkin. Zero, turizmning barcha mexanizmlarini targ'ib qiluvchi asosiy rag'bat - insonning sayohatga bo'lgan ehtiyoji o'zgarishsiz qolmoqda.

Turizmologiya - bu yosh fan. Nomlangan tushunchalar, shakllantirilgan qoidalar uning murakkab, xilma-xil mazmunining faqat bir qismidir. Uning shakllanishi va rivojlanishi zamonaviy fanning umumiy evolyutsiyasi, birinchi navbatda, umumiy gumanitar va iqtisodiy farqlari sharoitida amalga oshiriladi. Turizmologiya fani tarmoqlararo (bilimlar bo'yicha) va fanlararo (o'quv va o'quv fanlari ro'yxati bo'yicha) fandır.

Xullas, turizm insonning ijtimoiy va individual ehtiyojlari tarkibidagi barcha o'zgarishlarga, XXI asr sivilizatsiyasiga xos bo'lgan chaqiriqlar, takliflar va tahdidlarga javob beradi. Turizm nazariyasi va amaliyotining nafaqat zamonaviy muammolarini, balki uning yaqin va uzoq istiqbollari, istiqboldagi imkoniyatlarini ham hisobga olish turizmologiyaning dolzarb vazifasi hisoblanadi.

1.5. Turizmologik bilimlarning genezisi va evolyutsiyasi

Turizmologiya genezini ushbu fanning asosiy obyektining paydo bo'lish va rivojlanish tarixi bilan chambarchas bog'liq holda ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir. Turizm tarixini davrlashtirish uni shakllanish, evolyutsiya jarayonlari va ichki qonuniyatlarini tushunishga yordam beradi. Aynan mana shu metodologik usul ushbu ijtimoiy hodisani nazariy jihatdan umumlashtirish imkonini beradi.

Muayyan jarayonni tarixiy rivojlanishining xronologik jihatdan mazmunli bo'linishi sifatida davrlashtirish bir qator nazariy va uslubiy muammolarni oldindan hal qilishni talab qiladi, xususan: o'rganilayotgan jarayonlarning mohiyatini, ularning mazmunini, ketma-ket joylashtirish bosqichlarini aniqlash.

Tarixshunoslikda sayohat va turizm tarixini davrlashtirishda turlicha yondashuvlardan foydalaniladi. Masalan, rus olimi

V.Gritskevich tomonidan taklif etilgan turizm tarixini davrlashtirishning asosini tarixiy-xronologik yondashuv tashkil etadi, unga ko‘ra quyidagilar mavjud:

- 1) antik dunyoda turizmning ilk unsurlarining paydo bo‘lishi;
- 2) o‘rta asrlarda turizmning ayrim turlarining rivojlanishi;
- 3) ma‘rifat davrida (XVII - XIX asr boshlari) ta‘lim va madaniy tarbiya olish usuli sifatida turizmning shakllanishi;
- 4) turizmning uyushgan ommaviy harakat shaklida rivojlanishi (XIX asrning 40-yillaridan boshlab) [30].

Amerikalik tadqiqotchi D.Uoker turizm tarixini davrlashtirishga texnoindustrial (iqtisodiy) yondashuvni asoslab beradi, uning mezoni sayohat vaqtida foydalaniladigan transport vositalarining rivojlanishi hisoblanadi, bu jarayonni besh davrga ajratadi:

-sanoatdan oldingi davr, ular eng oddiy transport vositalaridan foydalanganlar;

- temir yo‘l transporti davri;
- avtomobilda tashish davri;
- reaktiv avialaynerlar davri;
- dengiz laynerlarida kruizlar davri [157].

Turizm tarixini davrlashtirishga xuddi shunday yondashuvni belarus olimi G. Shapoval qo‘llab-quvvatlaydi [182].

Rossiya tadqiqotchisi L. Voronkova tomonidan turizm va mehmondo‘stlik tarixini davrlashtirishning asosi tarixiy davrlarning sifat mezoni hisoblanadi. U quyidagi davrlarni ajratib turadi:

- qadimgi sayohatlar tarixi va mehmondo‘stlik an‘analarining kelib chiqishi;

- o‘rta asrlar madaniyatining sayohat vaqtlari;

- buyuk geografik kashfiyotlar davri;

- XVI-XVIII asrlar Yevropa madaniyatida sayohat va mehmondo‘stlik an‘analari;

- XIX asrda mehmondo‘stlik va turizm sanoatining rivojlanishi;
- XX asrda ommaviy turizmning rivojlanishi;
- XXI asr boshidagi xalqaro turizm.

Tarixni davrlashtirish muammolariga oydinlik kiritish uchun “davr” va “bosqich” tushunchalarini aniq ajratib olish maqsadga muvofiqdir. *Davr* - bu har qanday tugallangan jarayon sodir bo‘ladigan uzoq vaqt davri. *Bosqich* - har qanday jarayonning cheklangan vaqt davri bilan tavsiflangan bosqichi.

Sifat o'zgarishlarini, e'tiborga molik voqealarni hisobga olgan holda, turizm tarixini quyidagi davrlashtirishni taklif qilish mumkin:

I davr (miloddan avvalgi III-II ming yilliklar - milodiy XIX asrning birinchi yarmi). Sanoatdan oldingi jamiyat. U quyidagi bosqichlarga bo'linadi:

- turizmning dastlabki belgilarining qadimgi dunyoda odamlarning sayohatlariga turtki (kognitiv, sog'lomlashtiruvchi, dam olish, ko'ngilochar) berib paydo bo'lishi;

- o'rta asrlarda turizmning ushbu belgilarining rivojlanishi (uyushgan sayohatlarning paydo bo'lishi);

- buyuk geografik kashfiyotlar davri (sayohatning ijtimoiy makonini kengaytirish, transport vositalarini takomillashtirish va sayohat infratuzilmasini rivojlanishi);

- ma'rifat davrida sayohatni mazmunli boyitilishi (ma'rifiy maqsadlarda sayohat qilish, ekskursiya amaliyotining paydo bo'lishi).

XIX asrgacha bo'lgan sayohatni ushbu atamaning zamonaviy ma'nosida turizm deb bo'lmaydi. Ular zamonaviy turizmning prototipi - praturizm sifatida yanada to'g'ri tavsiflanadi, bunda turizmning ma'lum belgilari paydo bo'ladi va turli sayohatlar doirasida uyushgan sayohat sifatida rivojlanadi [17]. Sayohatchilarning o'zlari tomonidan sayohat hodisasini tushunishga birinchi urinishlar mifologiya, geografik va falsafiy matnlarda mavjud.

II davr (XIX asrning birinchi yarmi – XX asr boshlari). Sanoat jamiyati. Turizmning paydo bo'lishi va shakllanish davri. Bunda quyidagi bosqichlarni ajratash mumkin:

- 1847 yildan - Birinchi jahon urushigacha. Birinchi milliy va xalqaro turizm tashkilotlarining vujudga kelishi, zamonaviy turizm infratuzilmasi shakllana boshlagani;

- 1914-1918 yillar. Turizm faoliyatining amalda to'xtatilishi, odamlarning ommaviy majburiy ko'chirilishi;

- XX asrning 20-30-yillari. Turizm infratuzilmasini tiklash va takomillashtirish, ijtimoiy turizmni rivojlantirish.

Turizmning paydo bo'lishi va rivojlanishining asosiy omillari:

- a) jadal ilmiy-texnika taraqqiyoti (an'analarni takomillashtirish va yangi transport va kommunikatsiya turlarining paydo bo'lishi);

- b) jahon geografik makonining jadal rivojlanishi;

- c) aholi farovonligining oshishi va bo'sh vaqt ulushining ko'payishi;

- d) turizm infratuzilmasini rivojlantirish;
- e) turizmni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash;
- f) aholining madaniy darajasini oshirish.

Ilmiy-texnika taraqqiyoti, ijtimoiy islohotlar, turmush darajasining ko‘tarilishi, ta‘tillar (masalan, Germaniyada, masalan, 1873 yildan) ikkinchisi foydasiga ish va bo‘sh vaqt nisbati asta-sekin o‘zgarishiga olib keldi. XIX asrning 2-yarmidan mehmonxona korxonalari dam olish sanoatiga kirdi. Birinchi sayyohlik agentliklari paydo bo‘ldi.

Turizmning tarqalishida transport rivojlanishidagi inqilobiy o‘zgarishlar muhim rol o‘ynadi. Paroxodning ixtirosi (1807), parovoz (1814), pochta aloqasining rivojlanishi, Yevropada yo‘nalishlar tarmog‘ining kengayishi, Atlantika okeani bo‘ylab yo‘lovchi tashish (1830) tezligi va ishonchliligini oshirishni taminladi, uning narxini kamaytirishga harakat qilindi.

Iqtisodiy inqirozlar va ijtimoiy qo‘zg‘alishlar (inqiloblar, urushlar, ocharchilik va boshqalar), insonlarning ijtimoiy mavqeini yaxshilash, turmush darajasini oshirish istagi odamlarni yangi yashash joylariga, ba‘zan hatto chet elga ko‘chirishga majbur qildi. Amerika qit‘asining mustamlaka qilinishi, Qo‘shma Shtatlarning jadal iqtisodiy va madaniy rivojlanishi, bu mamlakat aholisining o‘ssishi va fuqarolarning farovonligi, Atlantika okeani bo‘ylab yo‘lovchi tashishni mustaqil biznes sohasi sifatida chiqishiga imkon berdi. Minglab muhojirlar va tadbirkorlar Eski dunyodan Amerika qit‘asiga ko‘chib o‘tishdi.

Sanoat jamiyatining rivojlanishi, aloqaning takomillashishi, temir yo‘l transporti va dengiz transportining paydo bo‘lishi bilan sayohat uyushtirilgan ochiq mashg‘ulotlar shaklini oldi va o‘z nomini oldi - turizm. 1847 yilda Buyuk Britaniyada tarixda birinchi turistik tashkilot (zamonaviy turistik kompaniya prototipi) "Tomas Kuk va O‘g‘illari" paydo bo‘ldi. XIX asrning 2-yarmida Yevropaning ko‘pgina mamlakatlarida havaskor (jamoat) turistik tashkilotlar, klublar, jamiyatlar (Buyuk Britaniyada — 1857 yilda, Avstriyada — 1862, Italiya, Shveysariyada — 1863, Germaniyada — 1869) tuzildi, keyinchalik Fransiya, Rossiya va boshqalarda [161]). Ular marshrutlarni ishlab chiqdilar, sayohatchilarni dam olish, xizmat ko‘rsatish joylari bilan taminlash haqida g‘amxo‘rlik qildilar. Bu davrda turizmga oid tarixiy, geografik, iqtisodiy, pedagogik, ijtimoiy

kabi fanlar bo'yicha turli bilimlar to'plangan edi. Shuning uchun bu davrni *turizmografiyaning rivojlanishi deb atash mumkin* (turizmga oid har qanday ma'lumot yozma ravishda qayd etilgan).

III davr (XX asrning ikkinchi yarmi - XXI asr boshlari, postindustrial jamiyatga o'tish). Turizmning ommaviy ijtimoiy hodisaga, jamoat ishlab chiqarishining rivojlangan tarmog'iga aylanishi. XX asrda, ayniqsa, uning ikkinchi yarmida, yuz millionlab odamlar turist sifatida jahon keza boshladi. Turistik xizmatlarga bo'lgan talab ko'plab mamlakatlarda turizm sanoatining jadal rivojlanishiga turtki bo'ldi. Katta valyuta tushumlari jalb etildi, sayyohlarga xizmat ko'rsatish sohasida ko'plab ish o'rinlari yaratildi, bu esa turizm infratuzilmasini rivojlantirishda mamlakatlarning iqtisodiy tiklanishiga xizmat qildi. 1950-2000-yillarda xalqaro turistik sayohatlar soni 20 barobardan ortiq oshdi. Turizm ham rivojlangan mamlakatlarda keng ijtimoiy qatlamlar turmush tarzining ko'rinishlaridan biriga aylanib, ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida katta ahamiyat kasb etdi.

Turizm industriyasini malakali kadrlar bilan taminlash muammosini hal etishni nazariy bilimlarsiz, binobarin, ushbu murakkab, ko'p qirrali hodisani ilmiy tushunmasdan turib imkonsiz bo'lib qoldi.

Sayohat va turizm hodisasining mifologiya, geografiya, falsafadagi ilk aks ettirilishi. Turizm sayohat, ziyorat qilish amaliyotidan vujudga kelgan, ularning kelib chiqishi miloddan avvalgi 2-ming yillikka borib taqaladi. Shuning uchun bu hodisani tushunishga birinchi urinishlar mifologiya, geografiya va falsafada uchraydi. Qadimgi xalqlarning afsonalari sarson-sargardon qahramonlarning obrazlari bilan to'ldirilgan. Ko'pgina afsonalarda sayohat tavsiflari muhim ma'lumotlarni o'z ichiga oladi, xudolar hatto sayohatchilarga homiylik qiladi va yo'llarni qo'riqlaydi. Masalan, qadimgi hind mifologiyasida Pushana xudosi "yo'lning hukmdori yoki qo'riqchisi", "yolg'on yo'llardan qutqaruvchi" sifatida tasvirlangan. Zevsni qadimgi yunon shoiri Gomer "mehmondo'st Zevs" deb atagan. Quyosh xudosi Apollon yo'llarning, dengizchilar va sayohatchilarning qo'riqchisi hisoblangan. Qadimgi yunon ma'budalari Gera va Afina argonavtlarga "oltin jun" izlashda yordam berishgan. Qadimgi mifologiyada sayohatchilarning o'rnini bosuvchi Germes edi.

Xristianlikda Aziz Nikolay Mo'jizakor sayohatchilar va dengizchilarning himoyachisi hisoblanadi.

Ko'pgina geograflar va tarixchilarning fikricha, yo'l sayohatlari davri savdogarlar va bosqinchilarning ommaviy karvon harakatlaridan boshlangan. Fransuz olimlari J.Deleuz, F.Gvattari, turizm mutaxassislari S.Perrot va J.M. Oerner [171] turizm haqidagi nazariy fikrlarning geografik kelib chiqishiga e'tibor qaratdi. Sayohat tufayli odamlar geografik xaritalar tuzishni, dengiz chuqurligini, bosib o'tgan masofani o'lchashni, shaharlar, orollarning koordinatalarini aniqlashni, shamol kuchini, dengiz oqimlarini aniqlashni, transport vositalarini (ayniqsa, kemalarni) qurish va yaxshilashni, yo'llar qurishni va atrofdagi dunyo haqida ilmiy asarlar yaratishni yo'lga qo'yishdi [158].

Qadimgi dunyo sayohatchilari turli mamlakatlarning xaritalari va tavsiflaridan foydalanganlar. Bu tavsiflar geografik va tabiiy-geografik turlarga bo'linadi. Ular orasida eng mashhurlari: Ariana tomonidan "Pontus Euxinus bo'ylab sayohatning ta'riflari" (milodiy I asr), "Klavdiy Ptolemey geografiyasi" (milodiy II asr), Pausaniasning "Ellalar tavsifi" (milodiy II asr) [158].

Antik davr sayohatchilarining tajribasi Strabonning "Geografiya" asarida jamlangan bo'lib, unda o'sha davrning geografik bilimlari 17 kitobda tartibga solingan.

Gerodotning "Tarix"ida (9 kitobdan iborat) Shimoliy Italiya, Kichik Osiyo, Misr, Babil, Shimoliy Qora dengiz mintaqasi madaniyati va geografik xususiyatlari haqida ham ma'lumotlar bor edi.

Sayohat hodisasi haqidagi birinchi mulohazalar antik davrning turli falsafiy maktablari - Fales, Solon, Pifagor, Platon, Prokl va boshqalarning asarlarida uchraydi.

Qadimgi Rim qulagandan keyin yangi madaniy davr boshlandi - o'rta asrlar (Rim imperiyasining tanazzulga uchrashi - Buyuk geografik kashfiyotlar davrining boshlanishi (XV asr)). Bu davrda diniy faoliyat ustunlik qildi, bu sayohatning tabiati va mazmuniga sezilarli tasir ko'rsatdi. Inson hayotining o'zi Xudo dunyosiga qiyin sayohat sifatida taqdim etilgan va kundalik hayot diniy aqidalarni tan olgan, shuning uchun muqaddas joylarga ziyorat qilishgan hamda missionerlik ishlari asta-sekin ta'lim sayohatlariga almashtirildi.

Ziyoratchilarning Falastinga sayohatlari III - IV asrlarda, Quddusda Muqaddas qabr cherkovi qurilgan paytdan boshlangan, u hanuzgacha ziyoratgohning asosi va butun dunyodagi nasroniylarning diniy markazi hisoblanadi. Quddusda ham islom, ham iudaizm ziyoratgohlari mavjud bo‘lib, bu shaharni jahon miqyosida ziyorat markaziga aylantiradi.

O‘rta asrlarda arablar navigatsiya va geografik tadqiqotlarni rivojlantirishda muhim rol o‘ynagan. Arab kemasozlari kuchli va tez yuradigan kemalar yaratishgan bo‘lib, ularda juda ko‘p yuklar sig‘ishi mumkin edi. Ular O‘rta yer dengizini, Marokashdan Pireney shimoligacha bo‘lgan Atlantika qirg‘oqlarini o‘zlashtirdilar, asrlar davomida muhim hududlarga egalik qilishdi. X asrda arab portlari va savdo nuqtalari Hindiston, Seylon, Indoneziya va Xitoy qirg‘oqlarida joylashgan. Arab sayohatchilari turistik ma‘lumotlarning o‘lchoviga aylangan asarlar yozdilar. Xususan, XIV asrda Tanjerdan (Marokash) Abu Ibn Batutani aytish mumkin. U o‘sha paytdagi Osiyo va Yevropaning deyarli barcha mamlakatlariga sayohat qilgan va bu haqda katta tarixiy, geografik va etnografik materiallarni o‘z ichiga olgan “Ibn Batutaning sayohatlari” kitobini yozgan.

Buyuk geografik kashfiyotlar davrida jamiyat taraqqiyotiga ijtimoiy-madaniy omil (fan, madaniyat rivoji) va yangi bozorlar va xom ashyolarni iqtisodiy izlash tasir ko‘rsatdi. Sayohat tarixidagi Uyg‘onish davri Buyuk geografik kashfiyotlar davriga to‘g‘ri keldi. Tarixchilar buni ikki bosqichga bo‘lishadi:

- ispan-portugal davri (XV asr oxiri – XVI asr o‘rtalari). Bu vaqtda Amerika kashf etilgan; portugallar Sharqiy Osiyo va Hindiston qirg‘oqlariga suzib ketishgan (Vasko da Gama ekspeditsiyasi); bu davr Magellanni yerni aylanib chiqish bilan yakunlandi;

- rus-golland davri (XVI asr o‘rtalari – XVII asr o‘rtalari). Rus kashshoflari (Yermak, Dejnev) butun Shimoliy Osiyo bo‘ylab, Gollandiya navigatorlari Tinch okeanida, inglizlar Avstraliyani kashf etdilar [17].

Uyg‘onish davri sayohatining ahamiyati quyidagilardan iborat edi:

- yangi yerlar va ularga boradigan yo‘llar ochildi;
- jahon savdosi paydo bo‘ldi;

- turli mintaqalar va xalqlar o'rtasida madaniy va iqtisodiy almashinuv boshlandi;
- sayohat yanada uyushgan;
- transport vositalari yaxshilandi, infratuzilma rivojlandi [158].

Yangi gumanistik yo'naltirilgan madaniyat doirasida sayohatning motivatsiyasi va geografiyasi o'zgardi. Tarix, madaniyat va arxitektura yodgorliklari to'plangan joylar ma'rifat ahlining madaniy ziyoratgohlariga aylanadi, sayohatlar maroqli hordiq sifatida mashhur bo'lib bordi.

L. Stern (1713-1768) "Fransiya va Italiyaga sentimental sayohat" romanida haqiqatda bu shaharlarga sayohat qilish zarurligini targ'ib qilgan. Turli mualliflar tomonidan tasvirlangan sayohatlar namuna bo'ldi [17].

Hozirgi zamonda sayohat bilim olish va ta'lim chegaralarini kengaytirish vositasiga aylandi. Ingliz faylasufi F.Bekon o'zining "Sayohat haqida" asarida sayohat har qanday yoshda foydali ekanligini aytdi: yoshlikda ular "ta'limga qo'shimcha", balog'at yoshida esa "tajribani to'ldirish" vazifasini bajaradi. Sayohatda o'rganishdan asosiy maqsad "Vatan urf-odatlarini begona odatlar bilan almashtirish emas, balki ularni begona yurtda o'rganganlarimning eng yaxshilari bilan boyitishdir". Sayohat an'anasi oliyjanob bolalarga ta'lim maqomini berdi. L. da Vinchi shunday deb yozgan edi: "Dunyo mamlakatlarini bilish inson ongi uchun go'zallik va ozuqadir".

Uyg'onish davrida Yevropada birinchi universitetlar ochildi, shu jumladan Bolonya (XI asr), ularda yuzlab talabalar tahsil oldi, bu ta'lim sayohatiga hissa qo'shdi. XVI asr mutafakkiri M. Eykem (Monten) ko'p sayohat qilib, hayajonli sarguzashtlarni boshidan kechirgan, sayohat qilish imkoniyatini cheklash uning erkinligini cheklash ekanligini ta'kidlagan.

G'arbiy Yevropada ma'rifatparvarlik Uyg'onish davri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, bu davrda qadriyatlarni qayta baholash sodir bo'ldi va erkin fikrlash ancha rivoj topdi.

Demak, Yangi davr mutafakkirlari sayohatni faol ijtimoiy hayotning zaruriy unsuri, inson erkinligining ko'rinishi deb hisoblaganlar. Bu davrdan yer aslida sayohatchilar sayyorasiga aylana boshladi [171].

Sayohatchi faylasuf G.Skovorodaning hayotiy kredosi shunday edi: "Yashash - sayohat qilishdir". U butun Ukrainaning Sloboda bo‘ylab sayohat qilgan, Moskva, Tokay (Vengriya), Bratislava, Vena, Italiya va Germaniyaga tashrif buyurgan. U sayohatlari haqidagi taassurotlarini “Hayotdagi haqiqiy baxt haqida beshta sayohatchining suhbatlari”da joylashtirgan.

Umrining 24 yilini sarson-sargardonlikda o‘tkazgan va “1723-1747-yillarda Sharqning muqaddas joylariga sayohatlar” nomli kundalik qoldirgan yozuvchi V. Grigorovich-Barskiy Sharqning eng mashhur ziyoratgohlarini: Quddusga batafsil tasvirlab bergan, Nosira, Baytlahm, O‘lik dengiz va Tiberiya ko‘li, Tovor tog‘i, Sinay haqida yozgan. Geografik, tarixiy, etnografik va arxeologik qaydlar monastirlar, ibodatxonalar, diniy marosimlar, ziyoratchilar uchun boshpanalar, yodgorliklar, mo‘jizaviy piktogrammalar, apokrif afsonalari haqidagi hikoyalar bilan o‘zaro bog‘langan [161].

Yozma tarixiy manbalarni tahlil qilish, Praturizm davrida sayohat haqidagi bilimlarni to‘plash asosan geografiya fanida sodir bo‘lganligini va ularning ilmiy tushunchasi umumiy madaniy-falsafiy an’anaga mos kelishini aytishga asos beradi. Bunday xulosani Kiyev turizmologiya maktabi vakili M. Tsyurupa “Tarixiy va falsafiy an’analarda sayohat va turizm fenomenini tushunish” tadqiqotida keltirgan [171].

Sanoat jamiyatining rivojlanishi, kommunikatsiyalarning takomillashishi, temir yo‘l transporti va dengiz transportining paydo bo‘lishi bilan sayohat uyushtirilgan, faol dam olish shaklini oladi va o‘z nomini – “turizm” oldi. Asta-sekin bu faoliyat fanlari shakllanib bormoqda.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizm muhim ijtimoiy soha deganda nimani tushunasiz?
2. Turizmni o‘rganadigan fanni yaratish murakkabligi nimada?
3. Turizmni faol rivojlantirish qanday maqsadlarga yo‘naltirilgan?
4. Turistik faoliyatning o‘ziga xosligi nimada?
5. Turizmning asosiy xususiyatlari nimada namoyon bo‘ladi?
6. Turizm qanday funksiyalarni bajaradi?
7. Turizmologiya fanini ifoda etuvchi terminlarini tushuntirib bering.
8. Turizmologiyaning shakllanish va rivojlanish boshqichlarini tushuntirib bering.

9. Turizmologiya fanini rivojlangan mamlakatlarda o'rganilishi haqida gapirib bering.
10. Turizmologiya fanini MDH mamlakatlarida o'rganilishini gapirib bering.
11. Turizm faoliyatining asosiy iqtisodiy xususiyatlari nimalardan iborat?
12. Turizmologiya fan sifatida nimalarni talab qiladi?
13. Turizmologiyaning mohiyati va tuzilishi haqida gapiring.
14. Turizmologiyaning shakllanishida Yevropaning qaysi mamlakat olimlari muhim rol o'ynashgan?
15. Turizm nazariyasining shakllanishida qaysi AQShlik olimlarning hissasi katta?
16. Turizmologiya eng umumiy holda qaysi masalalarni qamrab oladi?
17. Turizmologiyaning asosiy tushunchalarini ayting.
18. Turizmologik bilimlarning evolyutsiyasi haqida gapirib bering.
19. Turizmologiya tarixini davrlashtirishning qanday yondoshuvlarini bilasiz?
20. Praturizm deganda nimani tushunasiz?
21. Turizm hodisasining mifologiya, geografiya, falsafadagi ilk aks ettirilishi haqida nima deya olasiz?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Азар В. Экономика туристического рынка / В. Азар, С. Туманов. – М., 1998.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм: уч. пособие для вузов / А. Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001.
3. Бабарицкая В. Менеджмент туризма: Туроперейтинг / В. Бабарицкая, О. Малиновская. - М.: Альтерпресс, 2004.
4. Балийская декларация по туризму (24 – 27 сентября 1996 г.) //Правовое регулирование туристической деятельности в Украине. – К., 2002.
5. Бауман З. Глобализация: последствия для человека и общество/З. Бауман. - М.: Весь мир, 2004.
6. Бевзенко Л. Д. Социальная самоорганизация / Л. Д. Бевзенко. – К., 2002.
7. Волков Ю. Ф. Законодательные основы гостиничного сервиса/Ю. Ф. Волков. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – (Серия «Учебники, учебные пособия»),

8. Горский С. В. Социология туризма / С. В. Горский, Ф. Ф. Шандер // Социология: учеб, пособие. - М.: КУТЭП, 2003.
9. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие /В. Г. Гуляев. - М.: Финансы и статистика, 2003.
- 10.Зорин И. В. Туристка: монография /И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. - М.: Советский спорт, 2001. 288 с.
- 11.Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: учебник /В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003.
- 12.Котляров Е. А. География отдыха и туризма: формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов / Е. А. Котляров. - М.: Мысль, 1978.
- 13.Культура и образование специалистов туристской сферы: современные тенденции и прогнозы: материалы Междунар. науч. - практ.конф. (13 14 октября 2004 г.). - М.: КУТЭП, 2005.
- 14.Лукашевич М. П. Социология туризма. Курс лекций / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандер. - Ужгород, 2008.
- 15.Лукашевич О. Н. Психология туризма: концептуальное определение / О. Н. Лукашевич. - М.: КУТЭП, 2004.
- 16.Лукиянова Л.Г. Образование в туризме: учеб. - Метод, пособие. / Л. Г. Лукьянова. – М., 2008.
- 17.Окишев П. А. Основы туризмовеждения / П. А. Окишев. - Томск, 2005.
- 18.Олейник Я. Б. Теоретические основы туризмологии: учеб. пособ. / Я. Б. Олейник, А. В. Степаненко. – К.: Ника-Центр, 2005.
- 19.Практика современного туризма: социальная и экономическая эффективность: материалы IV междунар. науч.-практ. конф. (14 октября 2008 г.). - М.: КУТЭП, 2009.
- 20.Смолий В. А. Энциклопедический словарь-справочник по туризму/ В. А. Смолий, В. К. Федорченко, В. И. Цыбух, В. М. Литвина. - К. Вид. Дом Word, 2006.
- 21.Ткаченко Т. И. Устойчивое развитие туризма: теория, методология, реалии бизнеса / Т. И. Ткаченко. - К.: Киев. Нац. торг. - Эконом, ун-т, 2006.
- 22.Туризм и устойчивое развитие. Доклад генерального секретаря. Добавление. Туризм и экономическое развитие |устойчивому развитию. Сессия 7; 1999. - Нью-Йорк: ООН, 1999 г.-н. 17/1995/5/

23. Туризм и сближение культур (При поддержке Всемирной туристской организации (UN WTO): материалы междунар. науч. - практ. конф. – М., 2012.

24. Туризм в XXI веке: глобальные тенденции и региональные особенности: материалы II междунар. науч.-практ. конф. (10-11 октября 2001 г.). – К.: «Знание» Украины, 2002.

25. Туризмология: концептуальные основы теории туризма: науч.учеб. изд. - М.: КУТЭП, 2008.

26. Туризмология (теория туризма): учеб. - метод, пособие, со спец курса / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, О. А. Кручек, И. М. Минич. - К.: КУТЭП, 2010.

27. Философия туризма: учеб, пособие. / под ред. В. С. Пазенко, В. К. Федорченко. - М.: Кондор, 2004.

28. Философские очерки туризма: науч.-учеб. изд. / под ред. д-ра филос. наук, проф., чл.-корр. НАН Украины В. С. Пазенко. – К., 2005.

29. Cohen E. Contemporary tourism - trends and challenges: sustainable authenticity or contrived post-modernity? / E. Cohen // Туризм: Critical в Social Sciences /ed. By S. Уильямс. – Vol. I. - London; NY: Routledge, 2004.

30. Goeldner Charles R. Tourism: Principles. Practices. Philosophies. Eighth Edition. США / Charles R. Goeldner, JR Brent Ritchie, Роберт W. McIntosh. - 1999.

31. Hunziker W. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehr/W. Hunziker, K. Крапф. – Zurich, 1942.

32. Leszycki S. Wspolczesne zagadnienia turyzmy / S. Leszycki. - Краков, 1937.

33. Lindner W. Uber die Reisen in die alte und moderne Zeit /W. Линднер. – Berlin-Bremen, 1921.

34. Mac-Cannel D. Tourist: New Theory of the Leisure Class/D. Mac-Cannel. – New York: Schocken, 1976.

35. Nash D. Anthropology of Tourism/D. Nash. — Oxford: Elsevies, 1996.

II - MAVZU. TURIZM FALSAFASI

Fanni o‘tishdan maqsad: Turizmni o‘ziga xos soha sifatida uning falsafiy asoslarini, fenomenologiyasini, hermenevtikasini, prakseologiyasini, turistik faoliyatning o‘ziga xos jihatlari o‘rganadi.

Reja:

2.1. Turizm falsafasiga kirish. Turizm falsafasining asosiy bo‘limlari.

2.2. Turizm fenomenologiyasi va hermenevtikasi.

2.3. Turizmning falsafiy prakseologiyasi.

2.4. Turistik faoliyatning qarama –qarshiliklari.

2.5. Turizmologiya: turizm nazariyasining shakllanish jarayonida falsafaning o‘rni.

2.1. Turizm falsafasiga kirish. Turizm falsafasining asosiy bo‘limlari.

Turizm falsafasiga kirish. "Tabiat falsafasi", "texnika falsafasi", "ta'lim falsafasi", "tibbiyot falsafasi" va boshqalar farqlanadi. Ammo, zamonaviy adabiyotda falsafa kategoriyasidan o‘zboshimchalik bilan foydalanish uchraib turadi, masalan: "falsafa asri, atrof-muhit falsafasi, "pul falsafasi" va boshqalar. "Menejment falsafasi" iborasi ham keng tarqalgan. Biroq, falsafaning klassik va zamonaviy ko‘rinishlarida "maqsad"i odamlar uchun hayotiy ma'noni shakllantiruvchi yo‘l-yo‘riqlarni o‘z vositalari va imkoniyatlari orqali aniqlash, ularni donolik olamiga jalb qilishdir.

Falsafa nazariy tushunchalarda inson dunyoqarashi va dunyoqarashining "abadiy" invariant asoslarini ochib beradi va shakllantiradi. Falsafiy madaniyatning dolzarb vazifasi - tez o‘zgaruvchan dunyoda ("Geraklit oqimi") inson mavjudligining tobora murakkab muammolariga yechim topish metodologiyasini asoslash, mavjudlikning yangi ma'nolarini izlashda shaxsdan foydalanish.

So‘nggi o‘n yilliklarda ijtimoiy hayot va inson faoliyatining turli haqiqatlarini tushuntirish uchun falsafiy ta'riflarni qo‘llash doirasi sezilarli darajada kengaydi.

XX asrdan boshlab inson va jamiyat fani falsafadan butunlay ajratilgan deb hisoblangan, bugungi kunda ularning "qayta falsafalash" turi sodir bo‘lib, bu inson va jamiyat fanlari o‘rtasidagi

munosabatlarning o'zgarishiga olib keladi. Bu, ayniqsa, falsafiy nazariyaning ijtimoiy falsafa va uning boshqa umumiy gumanitar fanlar bilan aloqasi kabi sohasiga taalluqlidir. Shu nuqtai nazardan, bu "turizm falsafasi" ning ham mutlaqo qonuniy muammosidir.

Turizm falsafasi turizmologiya nazariyasining uslubiy asosi sifatida namoyon bo'ladi - o'ziga xos ijtimoiy -iqtisodiy va ijtimoiy -gumanitar fan bo'lib, u sintetik xususiyatga ega hamda tarmoqlangan fanlararo aloqalarga ega [168].

Fransuz faylasufi G. Marsel insonning obrazli ifodasi viator (sayohat qiluvchi) [89] insonning allaqachon o'rnatilgan mujassamlarini (homo) aktyorlik (homo agen), odamni ko'ngil ochish (homo ludens)lik qobiliyatlarini **yaratuvchi mavjudot** sifatida to'ldiradi. Turizm insoniyatning yashash usullaridan birining o'ziga xos xususiyati bo'lib, sayohat, ziyorat qilish amaliyotidan o'sib boradi, uning tarixi sayohatga bo'lgan ehtiyojda qadim zamonlarga borib taqaladi, inson mentalitetining belgilovchi xususiyatlaridan biri sanaladi.

Insoniyat tarixi karvon yo'llarining yotqizilishi va rivojlanishi, muqaddas joylarga ziyorat qilish, dengizda sayohat qilish, yangi yerlarning kashf etilishi yilnomasidir. Faylasuflar dunyoni bilish, haqiqatni izlash uchun uzoq safarlarni amalga oshirdilar.

Sayohat va falsafaning umumiy jihatlari juda ko'p - ajablanish, atrofimizdagi dunyoni, umuman, uning qonunlari va mohiyatini tushunish va bilish istagi. Oldin ham, hozir ham, Aristotel ta'kidlaganidek, ajablanish odamlarni falsafa qilishga undadi. Sayohat qiziquvchan odamlarning hayotiy tajribasini boyitib, ularga boshqa madaniyat olamiga kirishga imkon beradi. Pifagor nafaqat qadimgi yunon mutafakkirlari ta'limoti, balki Qadimgi Sharq sirlari tasirida "sonlar falsafasi"ni yaratdi, Misr, Finikiya va Suriyaga sayohat qildi.

Uyg'onish davri sayohatchilari sayohat falsafasining shakllanishiga tasir ko'rsatdi. Yevropadan Sharq, Janubiy, Kichik Osiyo, arab mamlakatlari sari ochilgan yangi jug'rofiy yo'llar ochilgan, savdogar va tadbirkorlar orasidan yorqin shaxslar shakllangan. Bunday ajoyib shaxslardan biri ukrain faylasufi G. Skovoroda edi. U butun Ukraina Slobodasini aylanib chiqdi, Moskva, Tokay, Bratislava, Vena, Italiya va Germaniyada bo'ldi. Skovoroda sayohat taassurotlarini o'zining "Ko'ngil tinchligi haqida suhbat" asarida ifodalagan.

Turistlar (erkin, ongli ravishda sayohat qiluvchilar) va o'z-o'zidan harakatlanuvchi sarsonlar, daydilar, flaner (ko'chada sayr qilishdan rohat oluvchi shaxs)lar o'rtasidagi sifat jihatidan farq, ular "joyni o'zgartirish" istagini nazorat qiladi, deb ta'kidlaydi, ingliz faylasufi va sotsiologi Z. Bauman: "Turist suvga cho'milishni xohlaydi, o'zini notanish, ekzotik muhitda (yoqimli, hayajonli, yoshartiruvchi tuyg'u, go'yo sizni dengiz to'lqinlari tortayotgandek)» [84].

Turistlar o'ziga xos motivatsiya bilan ajralib turadi - bilim, dam olish, o'yin-kulgi, sog'lomlashtirish, ziyorat qilish, madaniy diqqatga sazovor joylar bilan tanishish va boshqalar. Asosan madaniy va rekreatsion maqsadlarda tashkil etilgan sayohatlar sifatida vujudga kelgan turizm global miqyosda ommaviy hodisaga aylandi, turli shakl va ko'rinishlarga ega bo'ldi. XX asrning oxirida turizmning "virtual sayohat" kabi noodatiy turi paydo bo'ldi. Ekologik turizm rivojlanmoqda, suv osti, paleontologik, speleologik, hodisa (festival), hatto kosmik turizm kelib chiqdi. Sayyohlik agentliklari injiq badavlat sayyohga Braziliyaning mahalliy aholisining qishloqlariga tashrif buyurishni, Parijning "klochardlari" (Fransiyadagi kambag'al vagabond, daydi) bilan birga Sena shaharlari yaqinida tunashni, havo safarini taklif qilishadi. Chernobil AESning vayron qilingan reaktoriga tashrif buyurishadi. Bu kabi barcha sarguzashtlarning asosi gedonistik motivlardir.

O'tmishning ko'pgina mutafakkirlari zavqlanish istagi insonning barcha harakatlarining motivi ekanligiga ishonishgan (Epikyurizm). "Agar bizda o'yin-kulgi bo'lmaganida, biz shunday charchagan, ko'ngil aynishini boshdan kechirardik", deb yozgan B. Paskal. Xuddi shunday, o'yin ham o'z-o'zidan qimmatli bo'lishi mumkin, chunki o'yin dam olishning bir turi bo'lib, u o'z navbatida insonning ko'rinishidir. Sarguzasht, ekstremal, karnaval, festival turizmlari ushbu o'yin ehtiyojlarini qondirishga qodir.

Turizm faoliyatining kengayishi va texnologik ixtirolar bilan to'yinganligi uni antropologik mazmundan mahrum qilmaydi.

Turizm falsafasi, eng avvalo, turistik hodisalarni boshdan kechiruvchi shaxsning falsafiy tushunchasidir. Binobarin, falsafiy qarash turizmning sayohat va dam olish sanoati sifatidagi an'anaviy tushunchasini qayta ko'rib chiqishga sabab bo'lib, unga kengroq insoniy o'lchov beradi. Bu sayyohning ijtimoiy institut va umuminsoniy madaniyat hodisasi sifatida dunyoqarashi, madaniy,

gumanistik, kognitiv, axloqiy, estetik, kommunikativ ma'nolariga e'tiborni qaratishni o'z ichiga oladi. Bu jihatdan turizmshunoslikning asosiy obyekti sayohatchining shaxsiyati, uning qiziqishlari dunyosi, istaklari, intilishlari, qadriyat yo'nalishlari va birinchi navbatda erkinlikdir. "Mening erkinlikka bo'lgan ehtiyojim shu qadar kattaki, – deb yozgan edi M. Monteske, agar menga hind yerlarining qaysidir go'shasiga kirishga ruxsat berilmasa, o'zimni qandaydir xo'rlangandek his qilardim" [119].

Shuning uchun sayohatchi shaxs turizmning falsafiy aks ettirish markazidir. U nafaqat dunyoni o'ylash yoki undan foydalanish, shu jumladan atrof-muhitga zarar yetkazadigan vahshiylik, balki unga qoyil qolish, tabiat va madaniyat boyliklarini o'zlashtirish, olingan bilim va taassurotlarni o'zlashtirishga aylantirishga qodir.

Turizm falsafasining asosiy bo'limlari. Turizmga falsafiy qarashni shakllantirish uchun uning mohiyatini konseptual tarzda aniqlash, uni qat'iy, konseptual tarzda taqdim etish zarur. Bu qiyin vazifa, chunki turizm ijtimoiy hayotning ko'p tuzilmali ko'p omilli hodisasi bo'lib, tegishli nazariy arxitektonikani oldindan belgilab beradi. Turizm bir vaqtning o'zida dunyodagi eng yirik va eng dinamik sohalardan biri bo'lib, yuzlab million odamlarni ish bilan taminlaydigan keng qamrovli ijtimoiy xizmat, turli sayohatlar va ekskursiyalar, antropoekologik paradigmaga asoslangan rekreologiya shaklidir, o'ziga xos turmush tarzidir, sevimli mashg'ulot, zavqlanish vositasidir va boshqalar.

Turizm - bu juda murakkab ko'p qirrali ijtimoiy hodisa, shuning uchun biron bir ijtimoiy - gumanitar fan uni to'liq tavsiflashga qodir emas. Turizm nazariyasi (turizmologiya, turizmshunoslik, turizmometriya, turizmografiya) ushbu hodisaning barcha tarkibiy qismlarini aks ettiruvchi tizimli-strukturali shaklda mavjud bo'lib, turizmni umumlashtirilgan tarzda insonning proyeksiyasi sifatida aks ettiradi, uning ijtimoiy, ma'naviy va madaniy mohiyatini ochib beradi, uning falsafasi esa boshqa turizm fanlari bilan bog'liq holda uslubiy funksiyani bajarishga mo'ljallangan. Shu bilan birga, u, o'z navbatida, bu fanlarning o'ziga xos ilmiy ishlanmalari bilan boyib boradi. Astasekin turizm falsafasi ijtimoiy falsafa doirasida ne'mat bir intizomiy avtonomiyaga ega bo'ladi.

Turizm falsafasi tarixi turizmning o'ziga xos tarmoq, tashkiliy tizim va mehmondo'stlik instituti sifatida shakllangan davrda

boshlangan. Tarixiy va falsafiy jihatga qiziqishni qadimgi sayohatchilarning hikoyalarini o‘z ichiga olgan adabiyotlar keltirib chiqaradi.

Turizm falsafasining tarkibiy bo‘linmalari tarixiylikdan tashqari, ontologiya (borliq falsafasi), fenomenologiya, ekzistensial fan, antropologiya, aksiologiyalar sanaladi. Turizmni falsafiy tushunish yna uni sotsiologik, ekologik va madaniy (keng ma’noda) aspektlarda tadqiq qilishni ham o‘z ichiga oladi.

Turizm ontologiyasi. Turizm falsafasida ontologik qism, ya’ni ijtimoiy hayot, ijtimoiy voqelikning bir turi sifatidagi turizm haqidagi ta’limotdir, uning umumiy belgilari (mohiyat, fazoviy, vaqt va boshqalar), namoyon bo‘lish va rivojlanish qonuniyatlari ajratiladi. "Turizm ontologiyasi turizm mavjudligining fundamental tabiiy va ijtimoiy asoslarini, eng umumiy subyektlari, toifalari, ideallashtirilgan obyektlari va modellarini, shuningdek, ushbu sohaning rivojlanish qonuniyatlarini ko‘rib chiqadigan birinchi, boshlang‘ich bo‘limdir". Bu ta’rif muallifi, professor V.Pavlovskiyning fikricha, turizmning ontologik o‘lchovi ham tabiiy muhitni – "turistik hayot borlig‘ini" (yer yuzasi, koinot yaqinida), ham ommaviy "jonli ijtimoiy materiyani" tavsiflash uchun ishlatiladi. "Turizmning ijtimoiy ontologiyasi turizm amaliyotining turli xillarining shakllanishi, takror ishlab chiqarilishi va yangilanishining umumiy mantiqini (logotiplarini), uning muammoli tabiatini, jamiyat hayotiga "kirib ketish"ini, turizm jarayonining umuman ijtimoiy dinamikada tutgan o‘rnini ochib beradi [108].

Demak, ijtimoiy ontologiya «turistik» nazariy ongning shakllantirish, bu ongning dunyoqarash yo‘nalishlarini rivojlantirish va turistik amaliyot subyektlarining tegishli faoliyati uchun uslubiy asosdir.

2.2. Turizm fenomenologiyasi va germenevtikasi

Turizmning ijtimoiy borlig‘ining falsafiy jihatdan aks etishi turizm falsafasining o‘ziga xos ijtimoiy falsafiy **fenomenologiyaga** aylanishini belgilaydi.

Fenomenologiya - hodisa to‘g‘risidagi ta’limot, "o‘zini namoyon qiladigan", tajribada berilgan, noumenadan farqli o‘laroq, hislar tomonidan idrok etiladigan (ong bilan tanilgan) hodisalardir vabu

ontologiya bilan bog‘liq. Nemis faylasufi E.Gusserl fenomenologik metod ontologik muammolarni tushunishga “yondash usuli” ekanligini ta’kidlagan. Fenomenologiyaning markaziy kategoriyasi "hayot olami" - bevosita hayot tajribasi olamidir. Fenomenologlarning ta’kidlashicha, bu har qanday inson bilimining asosidir. Sun’iy ravishda yaratilgan ilm-fan olamidani farqli o‘laroq, hayot dunyosi tabiiy ravishda paydo bo‘ladi, u "refleksiyadan oldin", insonga amaliyot tartibida, amaliy maqsadlar to‘plamida beriladi.

Fenomenologik konsepsiyada turizm falsafasidagi “hayot olami” turistik hodisalarni subyektiv baholovchi oddiy turistning sog‘lom fikr mulohazalari bilan konkretlashtiriladi. Hayotiy dunyo har doim individual ravishda subyektiv bo‘lib, shaxsning muayyan obyektarga yo‘naltirilganligi bilan farqlanadi. Uning fenomenologik bilimlarining manbai "boshqalar" bilan "uchrashish" (madaniyatlararo va mavzulararo aloqa) natijasida olingan madaniy tajribadir. Bu “uchrashuvlar” natijasida ongda semantik bilimlar shakllanadi, taqdim etilgan tushuncha turistik ongga atrofdagi va ijtimoiy voqelikni idrok etish imkonini beradi.

Sayohat olamini, va umuman hayot olamini anglashda falsafiy hermenevtika alohida o‘rin tutadi. **Germenevtika** - talqin qilish san’ati, tushunish haqidagi ta’limot, izohlash (tushuntirish) ma’nosidir. Nemis faylasufi V. Diltheyning fikricha hermenevtika gumanitar fanlarning metodologik asosidir. Sayohatchi bilan sodir bo‘ladigan madaniy qadriyatlarni idrok etish va tushunish uchun hermenevtik muolajalar falsafiy turizmologiyaning ajralmas qismidir.

Ekskursiyalar, tashriflar yoki sayohatlar paytida turist shaxs sifatida nafaqat kuzatadi, hikoyalar va tushuntirishlarni tinglaydi, balki tarixiy yodgorliklar, me’morchilik durdonalari, tabiat asarlari mazmunini mustaqil ravishda "kashf etadi", ularni o‘zlashtiradi. "Boshqa dunyoni" bilgan holda, u madaniy va turistik makonning ko‘p xilma-xilligini idrok qiladi va tushunadi.

Tenglashtirish, qiyosiy lashtirish, baholash va o‘z-o‘zini aniqlash turistik hodisalarning muhim g‘oyaviy va falsafiy muolajalari hisoblanadi. Natijada, insonda madaniy shartli tuyg‘ularning murakkab axloqiy-psixologik majmuasi - zavq va norozilik, hasad va mag‘rurlik, quvonch va umidsizlik va boshqalar shakllanadi.

Turistlarning mavjudligi. Turizm orqali inson o‘zining odatiy yashash tarzidan farq qiladigan "boshqa" ning ajralmas

imkoniyatlarini his etadi, shuning uchun, turizm ekzistensial o'lovga ega bo'ladi. **Ekzistensializm** muhim muammolarni - hayot mazmunini, inson mohiyatini ro'yobga chiqarish shartlarini o'zgartiradi. Ekzistensial nazariyaning ta'kidlashicha, mavjudlik har doim individual hayot bo'lib, shaxsning hayotiy dunyosini tashkil etuvchi umidlar, intilishlar, tajribalar bilan to'la. Inson o'zini mavjud hayotiy vaziyatlarning "chegaralaridan tashqariga chiqish" qobiliyati tufayli anglaydi.

Sayohat har doim odatiy mavjudlik chegarasidan tashqarida yangi dunyoga chiqish yo'lidir, shuning uchun ekzistensializm turistik masalalarga organik ravishda mos keladi. Begona odamlar bilan uchrashuv, tabiiy landshaftlar, madaniy diqqatga sazovor joylar kabi ekzistensial hodisa uslubiy ahamiyatga ega.

Uchrashuv voqealarining barcha qismlari (tayyorgarlik, tasodif, ajablanish, ma'noni tushunish, yoqimli yoki yoqimsiz xotiralar) sayohatning muhim bosqichlari hisoblanadi. "Yo'l", "uy", "tanlash", "muloqot" kabi ekzistensiallar o'zaro bog'langan bo'lib, turistik makonning ekzistensial tarmog'ini tashkil qiladi.

Sayohatning ekzistensial ma'nosi shundaki, yo'llar, uchrashuvlar va boshqalar "o'zingizni kashf qilish" uchun zarurdir. Turistik borliq - bu inson borlig'ining individualligi namoyon bo'ladigan va boyitib boruvchi mavjudlik usulidir.

Turizm antropologiyasi. Turizm falsafiy, insonparvarlik mazmuniga boydir, ular esa shaxsni rivojlantiradi va boyitadi. "Agar odam sayohat paytida o'zgarishsiz qolsa, demak bu yomon sayohatdir", deydi faylasuf E. Bloch. Sayohatning shifobaxsh tasiri to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita turizm biznesining professional vakillari va turistik tadbirlarning oddiy ishtirokchilari tomonidan seziladi. Ularning barchasi, u yoki bu tarzda, inson qonuniy rezidenti yoki egasi bo'lgan sivilizatsiyalashgan birgalikda yashash dunyosini yaratishda ishtirok etadi. Bu xabardorlik darajasi, dunyoda bo'lishning muntazamligini his qilish ko'p jihatdan turistik harakat subyektiga - finksiyerga, menejerga yoki tashrif buyuruvchiga, sayohatchiga, oddiy turistga, ularning hayotiy tajribasiga, madaniyatiga, ma'lumotiga, faoliyat motivatsiyasiga, moddiy imkoniyatlar va boshqalarga bog'liqdir.

Biroq, amaliyot shuni ko'rsatadiki, sayohat maqsadidan qat'iy nazar, sayyoh boshqa xalqlar va mamlakatlarning tarixi, madaniyati va

urf-odatlarini bilan uchrashuvlardan yoqimli taassurot oladi. Ijobiy his-tuyg'ular noqulayliklarga nisbatan ustunlik qiladi, yaxshi his-tuyg'ular noqulayliklarni esdan chiqishiga sabab bo'ladi.

Turizm aksiologiyasi. Turizm faoliyatining aksiologik jihati turizmning muhim hal qiluvchi falsafasidir. Hatto qisqa muddatli sayohatlarning natijasi insonning va boshqa odamlarning qadriyatlarini haqidagi g'oyalarni chuqurlashtirishdir. Shaxslararo aloqalarning oqibatlariga qarab, shaxsning qadriyat yo'nalishlari tuzatiladi, "boshqa" hayot tarzi haqidagi g'oyalar shakllana boradi va o'zgaradi.

Muhim falsafiy va gumanistik ahamiyatga ega bo'lgan qadriyat dunyoni o'zlashtirish tufayli shaxsning kommunikativ madaniyatini shakllantirishga ega bo'ladi. Masalan, muqaddas joylarni ziyorat qilish nafaqat ziyoratgohni ziyorat qilish, balki ziyorat guruhiga turli odamlar qo'shilish tufayli guruh a'zolari o'rtasida o'ziga xos jamoaviy madaniyatni shakllantirishdan iborat.

Shubhasiz, insonparvarlik jamiyatini shakllantirish omillaridan biri jamiyat hayotiga muloqot etikasining joriy etilishidir. Turli hayotiy pozitsiyalarning tengligini tan olish, shaxsiy erkinlik va umumiy mas'uliyat qadriyatlarining uyg'unligi tamoyillariga asoslanib, bu axloq umumbashariy madaniyatning asoslarini tashkil qiladi. Insoniy munosabatlarning eng demokratik shakli sifatida turizm bu jarayonga o'z hissasini qo'shadi.

Kommunikativ madaniyatning insonparvarlik-terapevtik ma'nosi uning qadriyat me'yorlari bilan belgilanadi, ular orasida inson qadriyatini tan olish, "muqobil" yoki o'xshash bo'lmagan fikrlar, e'tiqodlar, turmush tarziga xayrixoh munosabat (bag'rikenglik tamoyili), hamdardlik va tushunish (xayr-ehson tamoyili) kabilar kiradi. Turistik kommunikatsiyalar ishonch, samimiylik va xayriyaga asoslangan erkin muloqotga erishish imkonini beradi.

Turizm nizolarni yengishga yordam beradi, uning kommunikativ dialog va polilog qobiliyatlari subyektlararo maqsadlarga erishishga yordam beradi. "Ma'noning yonishi" (K.O.Appel), shuningdek, "ajratilgan dunyo" ning integratsiyasi: "...Turli madaniyatlar va turmush tarzi vakillari bo'lgan erkaklar va ayollarning to'g'ridan-to'g'ri, o'z-o'zidan va "zerikarli bo'lmagan" aloqalari orqali turizm global va mintaqaviy darajada yaxshi qo'shnichilik va mehmondo'stlik muhiti" [139].

Norasmiy uchrashuvlar ishtirokchilari individual shaxslararo muloqotning planetar tarmog'ini tashkil qiladi. Shuning uchun turizm diplomatiyaning samarali kanali sifatida tan olingan. Turizm insonlarning madaniyatlararo munosabatlari hokimiyat tuzilmalaridan tashqarida amalga oshiriladi, ular bevosita, samimiy, shaffofdir.

Ijtimoiy, oilaviy, yoshlar, diniy, "nostalgik" turizm, "uchinchi" yoshdagilar, nogironlar uchun sayohatlar katta insonparvarlik salohiyatiga ega. Turizm falsafasining antropologik va aksiologik funksiyalarida qayd etilishicha, turistik hodisaning asosiy xarakteri muayyan funktsiyani bajarishga majbur bo'lgan siyosiy yoki iqtisodiy shaxsdan farqli o'laroq, o'zini erkin, tabiiy ravishda amalga oshiradigan shaxsdir.

2.3. Turizmning falsafiy prakseologiyasi.

Turizmni nazariy tushunish faqat ushbu hodisaning falsafiy tomonlarini oydinlashtirish bilan cheklanmaydi. Turizmologiyaning ajralmas qismi **turist prakseologiyasi** - turistik hodisalar subyektlarini boshqarish amaliyotini nazariy anglash, tushunish va ilmiy umumlashtirishdir. Mutaxassislar turizmning prakseologik funksiyasini ustun deb hisoblaydilar.

Prakseologiya amaliy faoliyat va boshqaruvni tashkil etish nazariyasi sifatida amaliyot ehtiyojlaridan kelib chiqadigan muammolarni umumlashtirilgan tarzda tushunishga chaqiradi: mehnatni oqilona yo'naltirish, o'ziga xos tarixiy xususiyatlarni hisobga olgan holda samarali me'yoriy harakatlar tizimini ishlab chiqish, ijtimoiy - madaniy kontekst, inson faoliyatining muayyan sohasini tushunishingiz mumkin bo'lgan toifalar tizimini ishlab chiqish va boshqalar.

Turizmning zamonaviy amaliyoti, xususan, turistik mahsulotni ishlab chiqish va sotish sohasidagi menejment va marketing faoliyati uning tashkiliy asoslarini takomillashtirishni taqozo etadi.

Praxeologik o'zlashtirishning asosini aniq faktlarga, harakatlarga (foyda!) qaratilgan usul sifatida pragmatizmni tashkil etadi. Pragmatizm sayohatlar, ziyoratlar va boshqalarni tashkil etishga yondashuvni belgilaydi. Prakseologiya umumiy maqsad sifatida faoliyat usullarini uning samaradorligi nuqtai nazaridan o'rganadi.

Asosiy prakseologik funksiyalaridan biri unumdorligi past korxonalarni, ishlarni aniqlashdir. Iqtisodiy maqsadga muvofiqlik,

uning ekvivalentlari (pul, foyda, foydalilik) turistik korxonalar, kompaniya, firmaning maqsadli faoliyati uchun asosiy rag'batga aylanadi.

Prakseologiya va turizmning qarama-qarshiligi - bu faoliyat maqsadi sifatidagi pragmatizm (qulaylik, foyda) va "cheklovchi", imtiyozlarni oluvchi sifatidagi axloq o'rtasidagi qarama-qarshilik. U ishbiarmonlar orasida biznes oqilona maqsadga muvofiqlik doirasida ishlaydi, axloqqa nisbatan neytraldir, degan fikr keng tarqalgan. Iqtisodiyot bo'yicha Nobel mukofoti sovrindori M.Fridman tadbirkorning kasbiy faoliyatidan ko'zlangan maqsad, uning "ijtimoiy burchi" foyda olish, qonunda o'zida mujassamlangan jamiyatning asosiy me'yorlariga moslashgan holda imkon qadar ko'proq pul ishlash, deb hisoblaydi. Biznes uchun etika, M.Fridmanning fikricha, "marjinal ahamiyatga ega" va axloqiy baho faqat tadbirkorning shaxsiyatiga nisbatan joizdir, uning faoliyatiga emas.

"Foydalilik tamoyili yuksak axloqqa ziddir, - deb ta'kidlaydi rus axloqshunosi R.Apresyan, - lekin aynan ijtimoiy munosabatlarda mujassamlangan foydalilik tamoyili unga sharoit yaratadi, foydalilik jamiyatning barkamol rivojlanishi omiliga aylanadi...". Prakseologiyaning pragmatik asosi uni axloqiy mazmundan mahrum qilmaydi. Pragmatizm muxoliflari uni naf va imtiyozlarni mutlaqlashtirishda ayblaydilar. Biroq, sog'lom pragmatizm faoliyatning umumiy oqilona nazariyasi sifatida vulgarizatsiyalanmagan prakseologiyaga xos bo'lgan ijtimoiy va axloqiy motivlar bilan tavsiflanadi. Bu klassik prakseologiya amaliylik va neopragmatizmning yangi gumanistik versiyasining paydo bo'lishini boshlanishidir, bu "yuqori va qizg'in axloqiylikdan uyalmaydigan va bir ma'noda yaxshilik va takomillashtirishga qaratilganlar uchun jozibador emas" [168].

Prakseologiya faoliyatning falsafiy konsepsiyasi sifatida turizmning strategik rivojlanishini modellashtirishning nazariy asosi, uning samarali faoliyat ko'rsatishi uchun ishlab chiqilgan dasturlar va takomillashtirishning bosh rejalari hisoblanadi. U menejment, marketingning falsafiy jihatlariga taalluqlidir. Turizm prakseologiyasi mutaxassislarning samarali faoliyati texnologiyasidir. U turli harakatlar yoki ularning kombinatsiyasini tahlil qilish usullarini taklif qiladi, ularning yakuniy samaradorligi va rivojlanishini taminlashga intiladi.

Prakseologiyaning umumiy kontekstida turizm sohasi mutaxassislarining ijodiy (innovatsion) salohiyatini aktuallashtirish alohida ahamiyatga ega. Turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash ham prakseologik jihatdan belgilangan. Amerikalik prognozchi O.Toffler bandlik sohasidagi tub o'zgarishlarni bashorat qilib, shunday ta'kidlagan edi: "...Biz odamlarni sog'liqni saqlash, ko'ngilochar, turizm va boshqalar kabi xizmat ko'rsatish sohalarida ishlashga tayyorlashimiz kerak".

2.4.Turistik faoliyatning qarama –qarshiliklari

Har qanday ijtimoiy hodisa singari turizm ham ichki qarama-qarshiliklar bilan tavsiflanadi, ularning ba'zilar antagonistikdir: jamoat hayotini demokratlashtirish tendensiyasi bilan mehmonxona va ekskursiya xizmatlarini elitizatsiya qilish o'rtasidagi; turistik munosabatlarning baynalmilallashuvi va alohida mintaqalar, turistik markazlarning ma'lum bir milliy chegaralanishi o'rtasida; turistik oqimlar hajmining o'sishi va ularni qabul qilishda jalb qiluvchilarning cheklangan maydonlari o'rtasida va hokazo.

Turizmning universallashtirishini hisobga olmaslik mumkin emas, uning globallashtirish asl milliy madaniyatlarni sezilarli darajada qadrsizlantiradi. Ommaviy sayyohlik bozori standartlarini joriy etgan mas'uliyatsiz tashkilotchilar ochiq tijorat yoki maskarad, karnaval xarakteriga ega bo'lgan sun'iy psevdomadaniy artefaktlarni yaratishga hissa qo'shadigan noyob madaniyat namunalarini yo'qotishga olib keladi.

Muammo shundaki, turizmdan olinadigan daromad sayyohlar uchun jozibali ba'zi joylar aholisi uchun deyarli yagona tirikchilik manbaiga aylanib bormoqda. Bu ularning iqlim sharoitiga, xizmat ko'rsatish bozoridagi beqaror sharoitlar, siyosiy voqealarning keskinlashishi va boshqalarga bog'liqligini keltirib chiqaradi.

Innovatsion turistik mahsulotni yaratish odamlarni ijtimoiy jihatdan sezilarli darajada o'zgartiradi, sayohatning noodatiy («ekzotik») shakllarining paydo bo'lishi, har qanday qiziqish va talablarni qondirishga intilish, ayniqsa, boy turistlar axloqsiz, g'ayriijtimoiy hodisalarga olib kelishi mumkin.

“Odamning barcha ko'rinishlarida, ayniqsa, jinsiy turizm va bolalarni ekspluatatsiya qilish turizmning asosiy maqsadlariga ziddir

va shu munosabat bilan xalqaro huquqqa ko‘ra, shiddat bilan ularni bartaraf etish kerak...” [119].

Tabiat turizmi va ekoturizm insonlarni, ayniqsa, boyituvchi eng qimmatli shakllar sifatida e‘tirof etilgan holda, bir vaqtning o‘zida ekotizimlar va biologik xilma-xillik tufayli shakllangan tabiiy merosni himoya qilishga intilishi kerak. Turizm jarayoni ishtirokchilari, ayniqsa, turizm mutaxassislari zaif joylar va qo‘riqxonalaridagi faoliyatni muayyan cheklashlarga rozi bo‘lishlari kerak.

Ushbu qarama-qarshiliklar, salbiy tendensiyalar, turizmga xos bo‘lgan ochiq yoki yashirin tahdidlar ham falsafiy mulohazalar mavzusidir. Soha mutaxassislari tomonidan kundalik turizm amaliyotida yirik turistik tadbirlarni rejalashtirish va amalga oshirish ularni turizmning pul, moddiy va statistik jihatlariga e‘tibor qaratishga majbur qiladi. Aksincha, turizm falsafa, etika va estetika belgilarini o‘zida aks ettirishi, umumiy tushunchada birlashishi, turistlar falsafasi esa kitob falsafasi kabi qiziqarli va mazmunli bo‘lishi kerak, deb yozadi ukrainalik faylasuf M. Popovich. Turizmni rivojlantirish o‘z-o‘zidan maqsad emas, balki mamlakatning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy strategiyasi va ma‘naviy taraqqiyotining muhim unsuridir.

Barqaror rivojlanish konsepsiyasi nafaqat iqtisodiy o‘sish, balki ijtimoiy taraqqiyot va eski muhitni saqlab qolishdir. Uning axloqiy va madaniy jihatlari ham mavjud. Shuning uchun turizm fenomeniga yuzaki nazar tashlash ham uning falsafiy tushunchasi ushbu sohaning ontologik, fenomenologik, ekzistensial, aksiologik, antropologik funksiyalarini tushunish, shuningdek, uning prakseologik imkoniyatlarini aniqlashni o‘z ichiga oladi, deb hisoblashga asos beradi.

Turizmga falsafiy va mafkuraviy yondashuv shuni ko‘rsatadiki, ijtimoiy, guruhli va individual faoliyatning ushbu turi odamlarning ichki va jahon madaniyati qadriyatlarini bilan tanishishi, o‘zlashtirishi asosida odamlarning birlashishi, muloqoti va ijtimoiylashuviga sezilarli hissa qo‘shadi. Turizmning har qanday turi, hatto ishbilarmonlik, kongress-turlar, biznes yoki sog‘lomlashtirish ham “madaniy” hisoblanadi. Turizm turlarini farqlashning asosi “madaniyat” (“madaniy turizm” va “nomadaniy”) mezonini emas, balki uning mazmun-funksional maqsadi bo‘lishi kerak.

2.5. Turizmologiya: turizm nazariyasining shakllanish jarayonida falsafaning o‘rni

Falsafiy bilimlar tizimida turizm falsafasi ijtimoiy falsafaning nisbatan avtonom tarkibiy qismi, uning amaliy jihati sifatida tavsiflanadi, turizm falsafasining falsafiy bilimlar tarkibida tutgan o‘rni oydinlashtiriladi.

Turizmni nazariy **tushunish zaruratining dolzarbligi** bir qator **sabablar** bilan bog‘liq: sayohat rivojlanishining sayyoraviy xususiyati, turizm faoliyatining keng ko‘lamliligi, turizmning barqaror rivojlanishini ilmiy asoslash zarurati, umumiy muammolarni hal qilishda turli yondashuvlarni muvofiqlashtirish.

Turizmning global muammolari. Hozirgi paytda turistik faoliyatning to‘plangan faktik materiallari batafsil baholashni, jamlashni, umumlashtirishni talab qiladi. Turizm nazariyasi (turizmologiya) shunday rol o‘ynashga xizmat qiladi. Uning mohiyati turizmning asosiy nazariy qoidalari va konsepsual modellarini asoslashdadir.

Turizmologiya fani nazariy va amaliy muammolarni o‘rganishda yangi talablar bilan to‘qnash kelmoqda. Turizmning ayrim turlarini tushunish va talqin qilishni uyg‘unlashtirish, turistik xizmatlar tushunchasini, turistik markazlar va hududlar modellarini takomillashtirish dolzarb nazariy vazifadir. Bu kabi dolzarb muammolarni hal qilish uchun milliy va jahon miqyosida turli ta‘lim, ilmiy muassasalar, alohida olimlarning sa‘y-harakatlarini birlashtirishga zarurat tug‘ilmoqda.

Turizm o‘z tabiatiga ko‘ra turli ko‘rinishda namoyon bo‘ladi: u jahon iqtisodiyotining eng muhim va dinamik tarmoqlaridan biri; sayyohlarning katta oqimini keltirib chiqaradigan, shuningdek, yuz millionlab ish o‘rinlari yaratilishini taminlaydigan rivojlangan ijtimoiy tizimdir. Ushbu komponentlarning barchasi har tomonlama tushunilishi va qadrlanishi talab qilinmoqda.

Ijtimoiy institutlarning barcha atributlari zamonaviy turizmga ham xosdir: o‘zini o‘zi taminlash va avtonomiya, tashkiliy yaxlitlik, o‘z infratuzilmasining mavjudligi, uning bo‘linmalari, muassasalari va korxonalari faoliyatini tartibga solish bo‘yicha belgilangan me‘yorlar, tamoyillar, qoidalar to‘plami; tegishli inson resurslari va boshqalar. Uning rivojlanish istiqbollari taminlash uchun ushbu ijtimoiy

organizmning asosiy tarkibiy qismlarini va uning ishlash tamoyillarini keng ko‘lamli, nazariy o‘rganish zarur.

Turizm umuminsoniy madaniyat hodisasi, insonning o‘zini o‘zi anglash vositasidir. Turizm sayohatlari va sarguzashtlari doirasida inson xatti-harakatlarining muhim motivlarga chiqish yo‘lini topadi - dunyoning shaxsiy rivojlanishiga abadiy intilish, dam olish va o‘yinkulgiga bo‘lgan ehtiyojni taminlash. Sayohat jarayonida nafaqat atrofdagi landshaftlar o‘zgaradi, balki insonning o‘zi ham o‘zgaradi, olingan bilim va taassurotlarni inson o‘zining ma’naviy madaniyati mulkiga aylantiradi. Bu jihatdan tadqiqotning asosiy obyekti mehmonxonalar, sayyohlik agentliklari, foyda emas, balki sayohat qiluvchi shaxs – “Homo visitor” bo‘lishi kerak. Bu esa turizmni sotsiologiya, madaniyatshunoslik, etika, psixologiya, tarix, ekologiya va boshqa fanlar bilan ijodiy uyg‘unlashtirish orqali mumkin.

Hozirda turizm hodisasini ilmiy tushunish xalqaro akademiyalar va ilmiy markazlar tomonidan harakat qilinmoqda. Turizmni o‘rganishning ilmiy tamoyillarini shakllantirish uning tug‘ilishi va rivojlanishining butun jarayoni davomida bosqichma-bosqich davom etdi va etmoqda. Sayohatni ilmiy tushunishga birinchi urinishlar umumiy madaniy va falsafiy an‘analarning asosiy oqimida sodir bo‘ldi.

Sayohat hodisasining dastlabki aks etishlari haqida shuni ta’kidlash kerakki, sayohatlar hatto qadimgi dunyo madaniy hayotining ajralmas qismi bo‘lgan.

Sayohatning tabiati va mohiyati haqidagi g‘oya qadimgi yunon mifologiyasida va undan oldingi mifologiyalarda (Mesopotamiya, Misr va boshqa sivilizatsiyalar) o‘z aksini topgan. Biz sayohatning birinchi umumlashmalarini antik davrning turli falsafiy maktablari vakillari - Fales, Solon, Pifagor, Platon, Prokl va boshqalar orasida topishimiz mumkin. Qadimgi donishmand va mutafakkirlarning sayohatlari suhbat va bahslar, fikr almashish orqali tevarak-atrofni bilishning usullaridan biri edi. Bunday sayohatlarning o‘ziga xos xususiyati yuqori ma’naviy va madaniy xususiyatga hamda ko‘p funksiyali xususiyatga ega edi. Qadimgi yunon faylasuflari o‘z-o‘zini tarbiyalash va boshqalarga o‘rgatish maqsadida sayohatlarga borib, boshqa mamlakatlarning atoqli mutafakkirlari bilan uchrashish va ularning donishmandliklari bilan tanishish, o‘zga madaniyat bilan

tanishish va o'z madaniyati yutuqlarini boshqa xalqlarga taqdim etish maqsadida borishgan.

Sayohat bilim olish va ta'lim chegaralarini kengaytirish shakli sifatida Yangi davrda paydo bo'ladi. Buning yorqin tasdig'i F.Bekonning "Sayohat haqida" essesidir. Sayohatning ilmiy tomonini yoritib, bu ingliz mutafakkiri ular har qanday yoshda foydali ekanligini ta'kidladi: o'smirlik davrida sayohatlar ta'limni to'ldiradi, balog'at yoshida esa tajribani to'ldiradi. Sayohatda ilm olishdan ko'zlangan asosiy maqsad vatanning urf-odatlarini begona odatlar bilan almashtirish emas, balki uni begona yurtda o'rgangan eng yaxshi narsalar bilan boyitish edi.

Uyg'onish davri va yangi davrning o'ziga xos xususiyati shundaki, ular yosh avlod madaniyatiga o'ziga xos tashabbus sifatida shakllantirishga harakat qilgan. Ko'p sayohat qilish an'anasi olijanob bolalarga kattalar, ijtimoiy hayotga kirish imkonini berdi.

Sanoat jamiyatining rivojlanishi, aloqa yo'llarining takomillashishi, temir yo'l transporti va transport kompaniyalarining paydo bo'lishi bilan sayohat uyushtirilgan, faol dam olish shaklini oladi va o'z nomini oldi - turizm (XVIII asr oxiridan boshlab, sayohat qilgan odamlar turli maqsadlarda, boshqa mamlakatlarga tashrif buyurganlar, fransuzcha tur - sayohat so'zidan turistlar deb atala boshlandi).

1847 - yilda Buyuk Britaniyada birinchi sayyohlik tashkiloti "Tomas Kuk va o'g'illari" tashkil topdi. XIX asrning ikkinchi yarmidan boshlab ko'pgina Yevropa mamlakatlarida havaskor turizm tashkilotlari - klublar, jamiyatlar tashkil topa boshladi. Shunga mos ravishda turizm fanining shakllanishi uchun shart-sharoit vujudga keladi.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizm falsafasi deganda nimani tushunasiz?
2. Turizm falsafasining asosiy bo'limlari nimadan iborat?
3. Turizm falsafasi tarixini gapirib bering.
4. Turizm ontologiyasi nima?
5. Turizm fenomenologiyasi nima?
6. Turizm germenevtikasi nima?
7. Turizm antropologiyasi nima?
8. Turizm aksiologiyasi nima?

9. Turizmning falsafiy prakseologiyasi nima?
10. Turistik faoliyatning qarama-qarshiliklari nimada namoyon bo'ladi?
11. Turizmologiya: turizm nazariyasining shakllanish jarayonida falsafaning o'rni nimada?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Бех В. П. Философия социального мира: гносеологический анализ / В. П. Бех. - Запорожье: Тандем - В, 1999.
2. Горский С. В. Социология туризма / С. В. Горский, Ф. Ф. Шандер // Социология: учеб, пособие. - М.: КУТЭП, 2003.
3. Делез Ж. Что такое философия / Ж. Делез, Ф. Гваттари. – М.; СПб. 1998.
4. Зорин И. В. Туристка: монография / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. - М.: Советский спорт, 2001. 288 с.
5. Курас И. Ф. Философия и туризм / И. Ф. Курас // Философские начерты туризма: науч. - учеб, издание. – К.: Укр, центр духовного культуры, 2005.
6. Марсель Г. Homo viator / Г. Марсель. – К., 1999.
7. Олейник Я. Б. Теоретические основы туризмологии: учеб. пособ. / Я. Б. Олейник, А. В. Степаненко. – К.: Ника-Центр, 2005.
8. Павловский В. Становление философии туризма: онтологичный аспект / В. Павловский // Вестник Киев. Нац. торг. - Эконом, ун-та. - 2006.
9. Пазенок В. С. Философия туризма. Туризмология: концептуальные основы теории туризма: науч. - учеб, изд. / В. С. Пазенок. КУТЭП, 2008.
10. Практическая философия настоящего: предмет и перспективы // Практическая философия. – 2000. – № 1.
11. Современный философский словарь / под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. Кемерова. - 2-е изд. исп., и доп. – Москва. ПАНПРИНТ, 1998г.
12. Табачковский В. Г. Практика / В. Г. Табачковский // Философский энциклопедический словарь. – К., 2002.

13. Туризмология (теория туризма): учеб, - метод, пособие, со спец курса / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, О. А. Кручек, И. М. Минич. - К.: КУТЭП, 2010.
14. Философия туризма: учеб, пособие. / Под ред. В. С. Пазенко, В. К. Федорченко. - М.: Кондор, 2004.
15. Философские очерки туризма: науч. - учеб. Изд. / под ред. д-ра филос. наук, проф., чл.-корр. НАН Украины В. С. Пазенко. – К., 2005.
16. Франжиалли Ф. Туризм: философия и концепция развития/Ф. Франжиалли // Философские очерки туризма. – М., 2005.
17. World Tourism Organization. Tourism towards 2030/Global Overview, UN WTO, Madrid. – 2011. – P.3.
18. <http://pst-lab.ru/turizmologiya-protsess-formirovaniya-teorii-turizma/>

III - MAVZU. TURIZM GEOGRAFIYASI

Mavzuni o'tishdan maqsad: Turizm geografiyasining o'ziga xosligini, zamonaviy turizm geografiyasining mohiyatini, hududlarni turistik va rekreatsiyaviy jihatdan mohiyatini o'rganadi.

Reja:

3.1. Turizm geografiyasining falsafiy asoslari.

3.2. Geografik turizm tadqiqoti predmetining mohiyatini, uni rivojlantirish va o'zgartirish xususiyatlari.

3.3. Zamonaviy turizm geografiyasining mohiyati.

3.4. Hududiy rekreatsion tizimlarning mohiyati.

3.1. Turizm geografiyasining falsafiy asoslari

Turizmning geografik tadqiqotlari turizmni ijtimoiy hodisa sifatida uning "jamiyat – tabiat" tizimidagi barcha qirrali o'rtasidagi o'zaro aloqadorlikda tushunishga asoslanadi.

Turizm aholining rekreatsion faoliyatining faol shakli sifatida insonning kuch-qudratini tiklash, sog'lig'i va dam olishini, intellektual o'zini o'zi rivojlantirishni ko'zda tutadi, shuning uchun uning asosiy vazifalari dam olish, ya'ni, madaniy hisoblanadi. Ijtimoiy va ekologik yo'naltirilganlik - bu turizm faoliyatining imperativi va turizm industriyasining iqtisodiy samaradorligi turistlarga xizmat ko'rsatish, ularning motivatsion ehtiyojlarini qondirish faoliyati natijasi-dir. Aynan shu ketma-ketlikda va shu talqinda geografiya turizmni geografik bilimlarning maxsus tarmog'i – turizm geografiyasining o'rganish obyekti sifatida ko'radi.

Turistik faoliyat (ushbu tushunchaning keng ma'nosida) odamlar va atrof-muhit o'rtasidagi bevosita aloqalarni (havaskor turizm, turizmning faol shakllari, inson organizmiga jismoniy zo'riqish va boshqalar) hamda turistik mahsulotni tashkil etuvchi turizm tashkilotchilarining faoliyatini o'z ichiga oladi, hamda uni ma'lum bir joyda yoki ko'chirish jarayonida iste'mol qilishni taminlaydi.

Turizmning geografik tadqiqotlari ko'plab umumiy ilmiy yondashuvlarning "chorrahasida" shakllanadi, lekin ular ko'pincha tizimli, umumiy ta'lim, xronologik, xorologik (populyatsiyalarning tarqalishi) va texnologik-deterministik yondashuvlardan foydalana-dilar.

Turizmning *geografik mohiyatini talqin qilishda geotizimli yondashuvni qo'llash mumkin. Turizm, uning doirasida geografik va turistik bilimlar tizimidagi o'rnini belgilab* beradigan, uning doirasida “inson (jamiyat) – tabiat (atrof-muhit)” tizimidagi munosabatlar va o'zaro tasirlarning ko'p qirraliligini o'rganadi.

Geotizim yondashuvi rekreatsion va turistik faoliyatning tizimli tabiati va turizmni geofazoviy tashkil etish turlarini shakllantirishda uning tizim tuzuvchi roli haqidagi bilimlar bilan qurollantiradi.

Faol yondashuv o'rganilayotgan obyektning funksional xususiyatini, uning ichki va tashqi aloqalarini, turistik harakatni o'z-o'zini tashkil etish va uni boshqarishni muvofiqlashtirish mexanizmlarini aniqlashga yordam beradi.

Xronologik yondashuv turli vaqt miqyoslarida barqaror rekreatsion sikllarni fazoviy tashkil etish shakllaridagi o'zgarishlar konsepsiyasini shakllantirishga, kosmosning faoliyati va evolyutsiyasi jarayonlarini, rekreatsion va turistik tasir ostida uning barqarorligi va o'zgaruvchanligini ochib berishga yordam beradi.

Horologik (fazoviy) yondashuv turizmni geografik makon bilan o'zining barcha xilma-xil ko'rinishlari, uzluksizligi va diskretligining o'ziga xos kombinasiyasi bilan bog'laydi.

Texnologik-deterministik yondashuv ilmiy-texnikaviy taraqqiyot va globallashuvning obyektiv jarayonlari natijasida yuzaga kelgan texnologik o'zgarishlar rekreatsiya va turizmning rivojlanishiga, iste'molchilarni rag'batlantirishga va rekreatsion faoliyat sikllariga qanday tasir qilishini kuzatish imkonini beradi, rekreatsion ixtisoslik sifatida hududlarda ham, yangi o'zlashtirilayotgan hududlarda ham turizmni rivojlantirish uchun ijtimoiy muhit bo'ladi.

Ilmiy-texnika taraqqiyotining rivojlanishi turizmni universal qilib, uni nafaqat hududga, balki akvatoriya va havo zonalariga, koinotga ham kengaytirdi. Shuni hisobga olgan holda, birinchi navbatda, turizm geografiyasining nazariy va uslubiy apparatini ishlab chiqish muammosi paydo bo'ldi, bu uning amaliyoti ehtiyojlarini yetarli darajada aks ettiradi. Bu turizmni shakllantirishning umumiy muammosiga ham taalluqlidir, chunki turizmning jadal rivojlanishi uni nazariy va uslubiy darajada tushunishni va nazariy pozitsiyalarni amaliy faoliyat bilan uyg'unlashtirgan zamonaviy usullar bilan zamonaviylik imperativlariga rioya qilishni talab qiladi, amaliyotchilarni terminologik-kategorik apparat, tadqiqot

metodologiyasi, tegishli dizayn va prognoz ishlanmalari bilan jihatlaydi.

Turizmni o'rganishda tadqiqot obyekti turizm, shu jumladan turizm geografiyasi bo'lgan fanlarning yutuqlari asosida yangi g'oyalar, yondashuvlar va usullarni ishlab chiqish imkoniyati hal qiluvchi rol o'ynashi kerak.

3.2. Geografik turizm tadqiqoti predmetining mohiyatini, uni rivojlantirish va o'zgartirish xususiyatlari.

Turizm ijtimoiy hodisa sifatida fazoviy koordinatalar tizimida, makon-vaqt uzluksizligida rivojlanadi va muhimlik, qadriyat, faollik, xronologik xususiyatlar bilan ajralib turadi hamda sifat va miqdoriy xususiyatlarga ega. Turizm geografiyasi turizmologiya fani sohalari ichida birinchilardan bo'lib XIX asrda turizm individual sayohatdan ommaviy hodisaga aylana borish davrida o'zining tadqiqot obyekti tanladi. Turizm haqidagi bilimlarning deyarli ikki asrlik rivojlanishi davomida turizm geografiyasi obyekt ehtiyojlariga mos ravishda rivojlandi.

Turizm geografiyasi tadqiqotlarini rivojlantirishda quyidagi **bosqichlarni** ajratish mumkin:

1. Resurs-axborot bosqichi (XIX asr o'rtalaridan XX asr o'rtalarigacha), bunda tadqiqotchilarning asosiy e'tibori noyob tabiiy ob'ektlarni izlash va aniqlashga hamda ulardan kompleks foydalanish imkoniyatlariga qaratildi. O'sha davrda turizm shakllaridan, birinchi navbatda, faol turizm, ustunlik qilgan. Ulardan asosiylari noyob hududlarni topish, sog'lomlashtirish va davolash uchun kurort faoliyatini rivojlantirish uchun balneologik resurslarga (birinchi navbatda mineral suvlarga) e'tibor qaratilgan. Tabiiy va rekreatsion xususiyatlariga ko'ra bo'sh vaqtni o'tkazish uchun, kelajakda esa kurort yoki ekskursiya faoliyatini rivojlantirish uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan joylarni aniqlash uchun dala geografik tadqiqotlari o'tkazilgan. O'lkashunoslik tadqiqoti hududni har tomonlama bilishga harakat qilindi. Asta-sekin chuqurlashib borayotgan ushbu yo'nalish xorijiy turistlarning ehtiyojlarini qondira oladigan (yoki jalb qiladigan) resurslarni topish va rekreatsiya zonalarini tashkil etish, ularni rekreatsion va turistik faoliyatga ixtisoslashtirish imkoniyatlarini o'rganish uchun hududdan

foydalanishga qaratildi. Keyin «xorijiy turizm geografiyasi» (nem. Fremdenverkehrsgeographie) atamasi paydo bo'ldi, bu atama birinchi marotaba 1905 yilda olim J. Strander tomonidan qo'llanilgan.

2. Infratuzilmaviy-iqtisodiy bosqich (XX asrning 60-80-yillari) ommaviy turizmning rivojlanishi hamda uning moddiy bazasi va infratuzilmasini rivojlantirish zarurati bilan bog'liq. Geografiya fani, xususan, uning rekreatsion geografiyasi kabi sohasi rekreatsion va turistik ixtisoslashgan hududlarni - kurortlar, aholining dam olishi uchun turistik markazlar va boshqa unsurlar bilan ifodalangan turizmning hududiy tuzilishini shakllantirishning nazariy va uslubiy asosiga aylandi. Ushbu yo'nalishlarning asosi Sovet davridagi turistik infratuzilmani rivojlantirish jarayonida amalga oshirildi.

Shu davrda Sovet olimi V. Preobrazhenskiy tomonidan "hududiy rekreatsion tizim" (HRT) toifasi ishlab chiqilgan. Shunga ko'ra, rekreatsion geografiya rivojlandi - "xalq xo'jaligining maxsus tarmog'i, ishchilarga ish vaqtidan tashqari, doimiy yashash joyidan tashqarida xizmat ko'rsatishni tashkil qilish uchun mo'ljallangan" [22], uning bir qismi turizm geografiyasi edi.

Turizm geografiyasining predmet mohiyati rekreatsion tadqiqotlarga kengayib, M.Krachilo ta'kidlaganidek, "turizm industriyasining hududiy tashkil etilishi, uning turli mintaqa va mamlakatlarda rivojlanish sharoitlari va xususiyatlari" mavzusidagi tadqiqotlarga o'tdi [83].

Shu bosqichda Yevropa turizm geografiyasi esa kompleks geografik va integrativ yondashuvlardan foydalanish asosida rivojlangan. Yevropa olimlari turizm geografiyasini turizm rivojlanishiga tabiiy va ijtimoiy-iqtisodiy muhitning tasirini, shuningdek, turistik harakatni va turizm rivojlanishining tabiiy va ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlarga tasirini o'rganishga mo'ljallangan fan sifatida qaradilar (Warszynnska J., Jackowski A., 1978, 1981 va boshq.).

3. Bozor bosqichi (XX asr oxiri – XXI asr boshlari) turizmni bozor faoliyati shakllariga qayta yo'naltirish bilan bog'liq bo'lib, turizm xizmatlari bozori sub'yektlari faoliyatining iqtisodiy samaradorligiga alohida e'tibor qaratildi. Turizm geografiyasi shu nuqtai nazardan turizm industriyasini tarmoqlararo kompleks sifatida tushunilgan bo'lib, uning faoliyati hududiy komplekslardan ijtimoiy geografiyaning nazariy va uslubiy ishlanmalariga asoslanib, aholining

bo'sh vaqtlarini sayohat qilishda ko'p qirrali ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. (O. Shabliy, S. Ishchuk, M. Chistobaev, M. Sharygin va boshqalar).

Tizimli yondashuv va hududiy komplekslar doktrinasiga asoslanib, turizm industriyasining tuzilishi ishlab chiqarish-funksional, hududiy-iqtisodiy va institutsional-tashkiliy quyi tizimlarning bir qismi sifatida ishlab chiqilgan, chunki u kompleks ijtimoiy-geografik yondashuvga egadir (O. Lyubitseva). Ushbu yondashuv "maqsad" toifasini ishlab chiqishda istiqbolli bo'lib, uning asosi ma'lum bir ierarxik darajadagi ma'lum bir sohada turizm industriyasi tarkibiy qismlarining kombinasiyasi sifatida rekreatsion va turistik faoliyat klasteri bo'lishi mumkin. Bu hozirgi bosqichda rekreatsiya va turizm geografiyasining ustuvor yo'nalishlari orasida nazariy va amaliy jihatdan eng dolzarb hisoblanadi.

"Rekreatsion geografiya kengroq mavzuga e'tibor qaratishi kerak va uning asosiy vazifasi ijtimoiy-madaniy tizimlar doirasida rekreatsiya faoliyati jarayonida odamlarning xatti-harakatlarining fazoviy naqshlari va xususiyatlarini o'rganishdir", deb hisoblaydi D. Nikolaenko [103] va turizm geografiyasini o'rganish predmeti «turizm jarayonini geofazoviy tashkil etish» bo'lishi kerak (O. Lyubitseva).

Dastlabki bosqichlarda turizm geografiyasi rekreatsion geografiyaning bir tarmog'i hisoblangan (V. Preobrajenskiy, M. Krachilo, O. Lyubitseva va boshqalar). O'z doirasida turizm rekreatsion faoliyatning bir turi sifatida qaraldi va asosiy vazifa turistlarning rekreatsion va turistik resurslar to'plangan joylarga harakati natijasida hosil bo'lgan turistik oqimlarni tahlil qilish edi.

Hozirgi bosqichda turizm industriyasining jadal rivojlanishini hisobga olgan holda, ayrim geograflar rekreatsion faoliyatni turizm jarayonining bir qismi sifatida ko'rib chiqish mumkin, va shuning uchun rekreatsion geografiya turizm geografiyasining bir qismi bo'lib, rekreatsiya sharoitlari to'g'risida bilimlarni to'playdi va muayyan hududning resurslari (N.Fomenko) tadqiqot predmeti sohasining kengayishi geografik bilimlarning yangi sohasini dam olish va turizm geografiyasi sifatida belgilashni taqozo etdi. Uning predmeti turizm harakati, rivojlanish omillari, tuzilishi, turizm hodisalarining hududiy xususiyatlari va ular bilan bog'liq bo'lgan tabiiy, ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlardir (Jackowski, 1981; Liszewski, 2003; Kovaychik, 2000; Kurek, 2003.).

Shaxs turistik harakatning subyekti sifatida dam olish va turizm geografiyasiga uning ehtiyojlari va sayohat motivatsiyasi, shuningdek, u joylashgan makonni bilish, sayohat shakllari va yoʻnalishlarini tanlash bilan qiziqadi. Masalan, polshalik olim A.Kovalchik geografik turizm tadqiqotining quyidagi yoʻnalishlarini koʻrsatadi: turizm sharoiti va resurslari, turizm iqtisodiyoti, turizm harakati, turizm tasirida ijtimoiy va tabiiy muhitning oʻzgarishi, turizmni rivojlantirishni rejalashtirish va turizm geomarketingi.

Binobarin, rekreatsiya va turizm geografiyasi tadqiqot predmetini, uslubiy yondashuvlar xilma-xilligini kengaytiradi, no geografik sikl fanlari bilan fanlararo geografik aloqa va aloqalarni chuqurlashtiradi.

4. Muvozanatli (barqaror) rivojlanish davri (XXI asrning birinchi yarmidagi istiqbolli bosqich sifatida). U turizm va rekreatsion faoliyatni shunday tashkil etishni nazarda tutadiki, u uzoq vaqt davomida uning hayotiyligini taminlaydi, u faoliyat yuritayotgan tabiiy va ijtimoiy-madaniy muhitning degradatsiyasiga yoki oʻzgarishiga olib kelmaydi, muvaffaqiyatli rivojlanishiga toʻsqinlik qiladigan omillarni bartaraf eta olish darajaga yetadi.

Turizm ijtimoiy amaliyotda dam olish shakli, iqtisodiy faoliyat turi sifatida munosib oʻrin egallashi va manfaatlar muvozanati asosida rivojlanishi kerak: -turizm faoliyatining iqtisodiy samaradorligi va tabiiy muhitni saqlash va xalqlar hokimiyatining ijtimoiy-madaniy madaniyati oʻrtasida hamda faoliyati mumkin boʻlgan maksimal foyda olishga qaratilgan tadbirkorlik subyekti va mahalliy hamjamiyat oʻrtasida. Bu nafaqat ijtimoiy-iqtisodiy oʻsish, balki kelajak avlodlar uchun turizm faoliyatining tabiiy va ijtimoiy-madaniy tarkibiy qismlarini saqlab qolish toʻgʻrisida gʻamxoʻrlik qilishi kerak, bu esa uning barqaror ishlashi uchun manba hisoblanadi.

Shu maʼnoda “doimiylik” tushunchasi geografik “muvozanat” (“murakkab-proporsional rivojlanish”) tushunchasining iqtisodiy aksidir, u insonning keng koʻlamli faoliyati oʻrtasidagi manfaatlar mutanosibligiga asoslanadi hamda rekreatsion tabiatni muvozanatli boshqarish tamoyillari tufayli hududning ekologik va ijtimoiy-madaniy cheklovlaridan iborat boʻladi.

Turizmning barqaror rivojlanishining mohiyati turizm faoliyati subyektlari tomonidan rivojlanish darajasi, suʼrati va yoʻnalishlari nisbati nuqtai nazaridan kompleks-proporsuʼrasional boʻlgan

rekreatsion va turistik tabiatni boshqarish tizimini shakllantirishdan, iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik komponentlarning rivojlanishidan iborat.

Shunday qilib, rekreatsiya va turizm geografiyasi turizm faoliyati balansi asosida rekreatsion va turistik tabiatni boshqarish bilan bog‘liq jarayon va hodisalarni o‘rganish uchun o‘z predmet doirasini kengaytiradi.

3.3.Zamonaviy turizm geografiyasining mohiyati

XX asr oxiri – XXI asr boshlarida turizm geografiyasi nafaqat amaliy, balki nazariy va uslubiy muammolarni ham o‘rgandi. Endi turizm geografiyasi fanining bir nechta talqinlarini ajratib ko‘rsatish mumkin:

- ❖ Turizm resurslari, ularning hududning geografik xususiyatlariga qarab taqsimlanishi haqidagi fan;
- ❖ Turistik migratsiyaning keng shakllarini (turistik oqimlarni) o‘rganuvchi fan;
- ❖ “Turizm industriyasining shakllanish qonuniyatlarini, joylashishini va hududiy tashkil etilishini o‘rganuvchi geografiya fanining tarmog‘i” [134];
- ❖ Turizm faoliyatini hududiy tashkil etish, uning rivojlanishi va joylashish sharoiti va xususiyatlarini ko‘rib chiquvchi geografiya fanining fanlararo sohasi (S.Kuzik, 2010);
- ❖ Turizm jarayonining geofazoviy tashkil etilishi (turizm migratsiyasi jarayonida turistik mahsulotni iste‘mol qilish jarayoni) haqidagi geografik bilimlarning fanlararo bo‘limi (O. Lyubitseva, 2003, 2008).

Turizm geografiyasi tadqiqotining asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

- Turizm jarayonini ijtimoiy hodisa sifatida baholash;
- Turistik (rekreatsion-geografik) makonni tahlil qilish va uning turistik jarayonga mosligi va moslashuvini baholash;
- Tabiatdan foydalanishda uning muvozanatlash yo‘nalishlarini (turizm faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik jihatlari) aniqlash maqsadida baholash;
- hududning rekreatsion-turistik va boshqa ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalari o‘rtasidagi o‘zaro aloqalar va o‘zaro tasirlarni aniqlash;
- turizmning hududni ijtimoiy-iqtisodiy tuzilishidagi rolini aniqlash maqsadida baholash.

Turizm geografiyasining turizmologiyada tutgan o'rnini turizm nazariyasi va prakseologiyasi sifatida turizmshunoslikning mohiyatiga asoslanadi.

Turizm geografiyasi grafik tadqiqotning fanlararo sohasi sifatida ko'plab fanlarning ishlanmalarini (nazariy, uslubiy, amaliy) birlashtiradi: tabiiy geografik (landshaftshunoslik, iqlimshunoslik, geomorfologiya, quruqlik gidrologiyasi, okeanologiya, biogeografiya, geoekologiya) va ijtimoiy-geografik (ijtimoiy geografiya, aholi va aholi punktlari geografiyasi, xizmatlar geografiyasi, etnogeografiya, madaniyat va din geografiyasi, tibbiy geografiya), shuningdek tabiiy va ijtimoiy geografiya nazariyasi jamiyat va tabiatning o'zaro tasiri jarayonlari qonunlari va qonuniyatlarni shakllantirishga qaratilgan.

Turizm geografiyasi murakkab fan sifatida, uning obyekt-subyekt sohasi tabiat va jamiyat o'rtasidagi o'zaro tasir jarayoni sifatida turizmologiyani nazariy va uslubiy tadqiqot bazasini ishlab chiqishga ko'maklashdi.

Turizm geografiyasi boshqa fanlar kabi obyekt haqidagi quyidagi ilmiy bilimlar tarkibidan foydalanadi:

- nazariya;
- Prinsiplar va postulatlar;
- Qonunlar va qonuniyatlari;
- Gipotezalar va tushunchalar;
- Usullar;
- Konsepsiya va toifalar;
- Faktlar.

Geografik yondashuvga asoslangan turizm amaliyotini umumlashtirish maxsus konseptual va toifali apparatni shakllantirishda turizmologiyada asosiy bo'lishi mumkin bo'lgan rekreatsiya va turizm geografiyasining quyidagi kabi tushunchalari va toifalarini shakllantirishga imkon berdi: "turizm jarayoni", "turizm jarayonining geografik tashkil etilishi", "dam olish va turizmning hududiy tashkil etilishi", "dam olish va turizmning hududiy tuzilishi", "turizm industriyasi", "destinatsiya", "attraksion".

Polsha tadqiqotchilarining fikricha, turizm geografiyasi tabiiy va ijtimoiy-iqtisodiy muhitning turizm rivojlanishiga tasiri, uning jarayoni va turizm rivojlanishining tabiiy va ijtimoiy-iqtisodiy muhitdagi o'zgarishlarga tasirini kuzatib boradi (Jackowski, 1981; Lishevskiy, 2003; Kovaychik, 2000; Kurek, 2003.). Ya'ni turizm

geografiyasini turizmshunoslikning tarkibiy qismi sifatida turizm jarayonini geofazoviy tashkil etishning qonuniyatlari va tendensiyalari haqidagi fan sifatida qarash mumkin.

Turizm jarayoniga turistik migratsiya (turistik oqimlarning harakati) va turistik tovarlarni (resurslar, xizmatlar, tovarlar) iste'mol qilish jarayoni sifatida qaraladi, bu harakatlar davomida amalga oshiriladi va turizm bozori subyektlari faoliyati bilan taminlanadi. Turizm jarayonining subyekti turist bo'lib, u harakatlanayotganda tijorat (bozor) subyektlari - jismoniy va yuridik shaxslar bilan ma'lum iqtisodiy va noxo'jalik munosabatlariga kirishadi, uning maqsadi turistga xizmat ko'rsatish jarayonida foyda olishdir. "Turizm jarayoni" toifasi turizmning geografik va iqtisodiy-tashkiliy (bozor) tomonlarini bog'laydi va nafaqat turizm geografiyasi, balki turizmni o'rganish uchun ham baza sifatida qaralishi mumkin.

Geografik yondashuv turizm jarayonining fazoviy-vaqt hodisasi sifatida quyidagi **muhim xususiyatlarini** shakllantirishga imkon beradi:

1) turistik xizmatlar va umuman turizm faoliyatining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda yaxlitlik;

2) yerning mavsumiy geografik dinamikasi va ijtimoiy amaliyot bilan belgilanadigan sikliklik (xususan, bayramlarning ijtimoiy kafolatlari, ularni taminlash va tartibga solish tizimi, bayramlarda bo'sh vaqtlar majmuasini shakllantirish va boshqalar);

3) muvozanat asoslariga muvofiq turizmni rivojlantirishda obyektiv cheklovlar mavjudligi (landshaftlarga antropogen tazyiqlar, mahalliy aholiga ijtimoiy-madaniy va psixologik tazyiqlar va boshqalar) tufayli kelib chiqadigan cheklanganlik;

4) polimorfizm (resurs bazasining xilma-xilligi), bu geofazoning mavjud differensiasiyasini obyektiv ravishda aks ettiradi;

5) tabiiy rekreatsiya sharoitlarini geografik rayonlashtirish hisobiga rayonlashtirish;

6) turistik talabni qondirish uchun mahalliy sharoitlarning o'ziga xosligi va turizm industriyasini shakllantirish xususiyatlarida namoyon bo'ladigan mintaqaviylik.

Turizm jarayoni ma'lum obyektlarning (tabiiy, tarixiy va madaniy) **jozibali** (turistlar uchun jozibador, qimmatli) *xususiyatlari* to'g'risidagi ma'lumotlar bilan rag'batlantiriladi (bu bilan uning postindustrial jamiyatdagi roli sezilarli darajada oshadi).

Diqqatga sazovor joylar. Hududni geografik jihatdan o‘rganish dastlab uning jozibadorligini aniqlash va baholashga qaratilgan bo‘lsa, keyinchalik umumiy va maxsus infratuzilmani rivojlantirish asosida turistik markazlarni shakllantirish orqali mustahkamlandi.

Attraksionlar (keyinchalik bozor kon’yunkturasi va hududning imkoniyatlariga qarab yaratilgan) sayohat maqsadini tashkil qiladi (masalan, Disneylend) va ularning ma’lum bir hududda jamlanishi turistik jarayonni mahalliyashtiradi.

Turizm geografiyasi turistik resurslarni turli mezonlar (M. Krachilo, O. Beydik, I. Smal, O. Lyubitseva, M. Rutinskiy va boshqalar) bo‘yicha aniqlash, inventarizatsiya qilish va tasniflashda katta tajribaga ega bo‘lib, ularning jozibadorlik xossalari ishlab chiqilgan (O. Beydik). Biroq, bu ilmiy va amaliy muammo hali ham dolzarbdir.

Turizmologiya fanining uslubiy ishlanmalaridan foydalangan holda ilmiy asosda amalga oshirilayotgan turizm resurslarini inventarizatsiya qilish, ularning tasnifi, holati va turizm faoliyatida foydalanish imkoniyatlarini baholash nafaqat davlat dasturlarini ishlab chiqish va davlat dasturini amalga oshirish uchun asos bo‘lib xizmat qiladi, balki turizm siyosatini olib borish, investitsiyalarni maqsadli taqsimlash, davlat va hududiy boshqaruvni uyg‘unlashtirish uchun ham asos bo‘ladi.

Turizm geografiyasi turizm jarayonini nafaqat strukturaviy jihatdan, balki xronologik (vaqt bo‘yicha rivojlanish dinamikasi) jihatdan ham ko‘rib chiqadi.

Turistik jarayonni geofazoviy tashkil etish - turistik migratsiyani (turistik harakat yo‘nalishi, hajmi, turar-joylari, boshqa belgilari bo‘yicha) rekreatsion va turistik resurslarning (rekreatsion turizm faoliyati uchun qulay hududlar) joylashgan joyiga (konsentratsiyasiga) nisbatan optimallashtirishdan iborat. U turli xil ierarxik darajadagi (makromintaqaviy, milliy, mahalliy) turizm bozorlarining tuzilishi, turlari va faoliyat ko‘rsatish shakllari, rivojlanishi va o‘zaro tasirida o‘ziga xos sharoitlarda namoyon bo‘ladi.

Turizmni hududiy tashkil etish turizm sohasida tarkibiy qismlarining funksional muvofiqlashtirishdan (texnologik, boshqaruv, axborot) iborat, va u bozor munosabatlari subyektlarining o‘zaro bog‘liqligi bilan xarakterlanadi.

“**Hududiy tashkilot**” kategoriyasi XX asrning 70-80-yillarida rus geograflari (Yu. Saushkin, B. Xorev, E. Alaev) va ukrain olimlari (M. Palamarchuk, I. Gorlenko, M. Pistun, V. Yurkovskiy) tomonidan ishlab chiqilgan.

Turistik talabni qondirish uchun turizm faoliyatidagi o‘zaro tasir jarayonida hududning resurslari va imkoniyatlari bilan bog‘liqligini aks ettiruvchi *turizmning hududiy tuzilmasi shakllanadi*.

Ko‘pincha, hududiy tashkilot turizm faoliyatini ichki va tashqi omillar tasiriga nisbatan optimallashtirish uchun ma’lum bir hududda turizm jarayonini boshqarishning hududiy tuzilishi va shakllarini o‘rganish sifatida talqin etiladi. Ichki omillar hududning turistlar ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini, tashqi omillar esa eng yuqori darajadagi bozorlardagi vaziyatni aks ettiradi. Tahlil asosli (tabiiy, ekologik, ijtimoiy, demografik, iqtisodiy, siyosiy, infratuzilmaviy va boshqalar), ularni rag‘batlantirish, barqarorlashtirish va cheklash bo‘yicha guruhlash, turistik faoliyatni yaratuvchi omillarni taqsimlash va turistik faoliyatni mahalliyashtiruvchi omillar geografik joylashuvning ajralmas unsurlaridir.

Hududning sharoitlari va imkoniyatlarini tahlil qilish korrelyatsiya-regressiya, klaster, omil tahlili yoki jadval va grafik shaklida taqdim etilishi mumkin bo‘lgan ma’lumotlarni matematik va statistik qayta ishlashning boshqa usullaridan foydalangan holda bir qator matematik va statistik muolajalardan so‘ng yakunlangan deb hisoblanishi mumkin.

Turizmning hududiy tuzilmasi hodisaning konsentratsiya darajasi va tarkibiy qismlarning integratsiyalashuv darajasiga qarab diskret yoki hududiy bo‘lishi mumkin. Tanlangan mezonlarga ko‘ra, hududiy tuzilmaning unsurlari tipiklashtirilib, nuqtalar (eng kichik hududiy tuzilmalar), markazlar va tugunlar (eng yirik mahalliy birlashtirilganlar) diskret tuzilmalar va kurortlar, kurort zonalari hududiy tuzilmalar sifatida belgilanadi.

Hududiy tuzilish unsurlarini, ular o‘rtasidagi bog‘lanishlarni (moddiy, ishlab chiqarish, texnologik va axborot), turistik faoliyatning baholangan omillarini tiplashtirish natijalari turizmning rivojlanish darajasini baholash orqali kartografik modelda birlashtiriladi.

Mintaqaviy kontekstda turli usullardan (normativdan qiyosiy geografik tahlilgacha) foydalaniladi. Bu muayyan hududda turizmni hududiy tashkil etish holatini har tomonlama baholash imkonini beradi

va turizm jarayonini hududiy tashkil etish shakllarini aniqlash uchun asos hisoblanadi.

XX asrning 70-yillari o'rtalarida rus iqtisodiy geografi I. Mayergoiz tomonidan iqtisodiyotning hududiy tuzilishi shakllari to'g'risidagi ta'limot ishlab chiqilib, keyinchalik u jamiyatning hududiy tashkil etilishi shakllari haqidagi ta'limotga aylandi (B.Xorev, Yu. Saushkin). Ulardan foydalanib, turizm jarayonini geofazoviy (hududiy) tashkil etishda quyidagi shakllarni ajratish mumkin:

- Sintetik rayonlashtirish jarayonini aks ettiruvchi integral;
- Rayonlashtirishni aks ettiruvchi ko'p va tarqoq turizmning tarmoq tarkibiy qismlarini (talab va taklif, mehmondo'stlik, transport va boshqalar);
- Chiziqli, har xil turdagi diskret unsurlar va ular orasidagi bog'lanishlar bilan ifodalanadi.

Turli ierarxik darajalardagi ushbu shakllarning ko'pchiligi "mintaqa", "tuman" toifalarida o'z aksini topgan turizm jarayonining geofazoviy (hududiy) tashkil etilishi haqida tasavvur hosil qiladi.

Hududlarga ajratish turizm geografiyasining asosiy usullaridan biridir.

Turizm ijtimoiy hodisa sifatida aholining havaskor turizmi va turizm tashkilotchilarining bozor faoliyati jarayonida shakllanadigan ko'plab munosabatlar va hodisalarni qamrab oladi. Turizmni strukturaviy tarkibiy qismlarning diversifikatsiyasiga bog'liq bo'lgan ochiq dinamik tizim sifatida hisobga olgan holda, uning quyi tizimlari dam olish va turizm geografiyasida ajralib turadi:

a) turizmni rivojlantirish uchun muayyan hududning resurslari, sharoitlari va imkoniyatlaridan shakllanadigan hududiy-iqtisodiy tizim;

b) ishlab chiqarish-xo'jalik tizim, u o'z ichiga mehmondo'stlik xizmatlarini ko'rsatish (mehmonxona, restoran biznesi, dam olish), transport, sayohat, ekskursiya (turizm sanoati) va sog'lomlashtirish va davolash faoliyati (kurort biznesi) tashkil etish subyektlarini oladi;

v) turizm faoliyatini huquqiy, moliyaviy va iqtisodiy tartibga solishni, shuningdek, uni kadrlar va ilmiy taminlashni qamrab oluvchi institutsional va tashkiliy tizim.

"Turizm sohasida", va uning doirasida, turizm sanoati ajralib turadi. Ushbu turkum XX asrning 90-yillarda geograflar tomonidan

ishlab chiqilgan (B. Yatsenko, O. Lyubitseva, A. Beydik), va keyinchalik u chuqurlashdi va (O. Lyubitseva).

Turizm industriyasi - bu turistik mahsulotni yaratish va sotish orqali aholining sayohat paytida bo'sh vaqtini o'tkazishga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish uchun maqsad va jamoat maqsadlari bilan birlashtirilgan faoliyatning yaxlit tizimi bo'lgan tarmoqlararo iqtisodiy majmua. "Turizm industriyasi" turkumi jahon miqyosidagi iqtisodiy faoliyatning integratsiyalashgan turini tashkil etuvchi turizm sektorining ishlab chiqarish-iqtisodiy tarkibiy qismi: mehmondo'stlik, transport va turizm sanoatining faoliyatini anglatadi.

Turizmning turlari va shakllariga mos keladigan maqsadlariga ko'ra turizm industriyasi subyektlarining mahalliy birikmalari **klasterlar** (mos ravishda turizm, mehmondo'stlik, davolash va boshqalar) hisoblanadi.

Klasterlash turizm geografiyasida ularning faoliyatini optimallashtirish va ushbu sharoitlarda mumkin bo'lgan maksimal iqtisodiy samaradorlikka erishish uchun hududiy obyektlarni shakllantirishga ilmiy yondashuv sifatida, turizm sanoatida ishlab chiqarish jarayonlarini hududiy tahlil qilish usuli sifatida va yo'nalishlarni rayonlashtirish va taqsimlash uchun ham qo'llaniladi.

Destinatsiya turistning belgilangan joyga, turistik mahsulot iste'mol qilinadigan joyiga (hududiga) harakat yo'nalishi sifatida belgilanadi. Turizm amaliyotida bu tushuncha ko'proq birinchi ma'noda qo'llaniladi, lekin uning ikkinchi ma'nosi mazmunini ko'proq ochib beradi - "joy sifati", uning mazmuni, turistning o'sib borayotgan va o'zgaruvchan ehtiyojlarini qondirish qobiliyatidir. Bu talqinda "maqsad" kategoriyasini ishlab chiqish geografiya fanining vazifasiga aylanadi.

"Maqsad" toifasi mohiyatining harakatiga yondashuvlardan biri turistlarni jalb qilish va ularning nafaqat o'sib borayotgan, balki diversifikatsiya qilinayotgan ehtiyojlarini qondirish qobiliyati bilan belgilanishi mumkin.

Destinatsiyani shakllantirishning asosini turizm resurslari va ularning o'sish imkoniyatlari (turizm bozorining ehtiyojlari va shartlariga muvofiq) tashkil etadi. Potensial holda **destinatsiya** quyidagi jihatlar bo'yicha **baholanadi**:

- hududning rekreatsion va turistik faoliyat uchun sifati va yaroqliligi;

- mahalliy aholining mahsulot yaratish uchun zarur bo'lgan kadrlar sifati;

- turistlar, mahsulotlar va tovarlarni etkazib berish kanallari sifatida infratuzilma darajasi.

Xullas, turistlar boradigan joyning mavjudligini, uning rekreatsion va turistik xizmatlarni ko'rsatishga yaroqliligini va hozirgi vaqtda ham, kelajakda ham funksiyalarni bajarishga yaroqliligini aniqlaydilar.

Bu aniqlanadigan ko'rsatgichlar joyning ekologik, ijtimoiy va infratuzilmaviy salohiyatini ko'rkonsentratsiyasatadigan asosiy ko'rsatgichlar hisoblanadi.

Turistlarning xohish-istaklarini qondirish uchun hudud sifatida destinatsiyani shakllantirish uchun asos bo'lib, sayohatchining ehtiyojlarini qondirish uchun baza sifatida mehmonxona sanoatining asosiy fondlarida shakllantirilgan mehmondo'stlik klasteri bo'lishi kerak. Bunday klaster korporativ asosda yanada optimal ishlaydi, korporatsiya shakli esa mintaqaviy xususiyatlar va maqsadning ixtisoslashuviga muvofiq tanlanadi. Korporatsiyaning asosi klasterning barcha tarkibiy qismlarini birlashtiruvchi funksiyalarga ega bo'lgan moliyaviy yadro bo'lishi kerak: turistlarning motivatsion ehtiyojlarini taminlashga qaratilgan mehmondo'stlik xizmatlari (tunash, ovqatlanish, qo'shimcha xizmatlar), transport, dam olish, diqqatga sazovor joylarni ko'rish, turli xil dam olish tadbirlari. Turoperatorlar, sayyohlik agentliklari, turistik axborot markazlari va turizm industriyasining boshqa tarkibiy qismlari nafaqat sayohat tashkilotchilari (sotib olish), balki iste'mol jarayoni sifatida destinatsiyadagi turizm jarayonining haqiqiy tashkilotchilari funksiyalarini ham bajarishlari kerak.

Demak, destinatsiyalar turizm industriyasining turizm resurslaridan birgalikda foydalanishi asosida shakllangan hududlardir. Destinatsiya tarkibi, ierarxik darajasiga qarab, turizmning hududiy tuzilishining shakli va turi bo'yicha har xil bo'lgan unsurlarini o'z ichiga olishi mumkin.

Destinatsiyani tiplashtirish ushbu toifani rivojlantirishning navbatdagi bosqichidir. Destinatsiyani shakllantirish darajasining qisman namoyon bo'lishi arxitektura va landshaft muhitini shakllantirish va shunga mos ravishda turli xil turizm turlariga ixtisoslashuvdir.

Milliy turizmni rivojlantirish faoliyatida quyidagi algoritmdan foydalanish mumkin:

- hududning turistik resurslarini inventarizatsiya qilish (obyektlar va hududlar);
- ularning jozibadorligini baholash;
- attraksionlardan foydalanish imkoniyatlarini tahlil qilish;
- davlatdan foydalanish tartibini ishlab chiqish (turizmning ayrim turlari va shakllarida);
- rekreatsion-turistik zonaning ixtisoslashuvini aniqlash (turizmning ustuvor turlari); ma'lum bir ierarxik darajadagi manzilning ixtisoslashuviga muvofiq mehmondo'stlik klasterini rivojlantirish
- turistik hududlar kadastrini ishlab chiqish;
- belgilangan joyda tabiatdan foydalanish tartibini shakllantirish;
- turistik ijara haqini va turistik faoliyatni soliqqa tortish tizimini joriy etish.

3.4. Hududiy rekreatsion tizimlarning mohiyati

Hududiy rekreatsion tizim geografik turizm tajribasi asoslanadigan birinchi asosiy tushunchalardan biridir. Uning konsepsiya XX asrning 70-yillarida professor V. Preobrazhenskiy tomonidan ishlab chiqilgan. HRT (hududiy rekreatsion tizim) rekreatsion faoliyatni hududiy tashkil etish shakli va rekreatsion geografiyaning o'rganish obyekti sifatida talqin qilinadi.

Tizimli yondashuvga ko'ra, HRT yaxlit, dinamik, ochiq tizim bo'lib, uning barqarorligi va ishonchliligi quyidagi tarkibiy qismlarning funksional birligi bilan taminlanadi: dam oluvchilar (rekreantlar), tabiiy, tarixiy va madaniy resurslar, infratuzilma (transport, mehmonxona), texnik va boshqa xizmatlar ko'rsatuvchi xodimlar va boshqaruv organlari.

Rekreatsion geografiyaning **vazifalari** rekreatsion resurslarni aniqlash va baholash, rekreatsion imkoniyatlarni va HRTning rivojlanishi va ishlashini optimallashtirish uchun ilmiy asoslangan standartlarga muvofiq rekreatsion landshaftlarga mumkin bo'lgan maksimal yuklarni o'rnatishdan iborat.

HRTning shakllanishi va faoliyatining asosi aholi talabini rag'batlantiradigan tabiiy va madaniy-tarixiy resurslarning konsentratsiyasi va kombinasiyasidir. U HRTga turistlar oqimini va

infratuzilma tarkibiy qismlari ehtiyojlarini qondirish uchun mo'ljallangan.

HRT tadqiqoti ular ichida sodir bo'ladigan hodisalarni, shu jumladan ichki aloqalar va tasirlarni, ularning boshqa hududiy tizimlar (tabiiy, tabiiy-antropogen, ijtimoiy, texnogen) bilan aloqalarini tahlil qilishdan iborat. Konsepsiyaning afzalligi turizm hodisa va jarayonlarini boshqa turistik bo'lmagan tizimlar bilan bog'liq bo'lgan ichki murakkab tizim sifatida talqin etishdan iborat.

Rekreatsioon-geografik (turistik) makon (RGM) tushunchasi. U XX asrning 70-80-yillarida V.Preobrajenskiy tomonidan ishlab chiqilgan. Ammo u HRT turizm faoliyatiga xos bo'lgan barcha jarayon va hodisalarni to'liq tavsiflab bera olmaydi, degan xulosaga keldi. U RGMni rekreatsioon faoliyat doirasi sifatida ta'riflagan, uning ishlashi ijtimoiy, texnologik va tabiiy ritmlarni (kundalik, haftalik, yillik/mavsumiy) o'zida mujassamlashtirgan dam olish faoliyati sikllarining mazmuni va tuzilishi bilan belgilanadi. Rekreatsioon-geografik makon geografik makonning tarkibiy qismi bo'lib, o'zining quyidagi xususiyatlariga ega: tarkibiy qismlarning xilma-xilligi, komponentlar va unsurlarning fazoda notekis taqsimlanishi, vaqt o'tishi bilan o'zgaruvchanligi, izchilligi.

Ushbu konsepsiyani ishlab chiqishda polshalik geograflar RGM tuzilishini aniqladilar, bu uning xususiyatlarini, turlarini ochib berdi. RGM geografik makonning bir qismi sifatida qaraladi, ya'ni tabiiy, ijtimoiy, iqtisodiy makon, uning doirasida rekreatsioon va turistik hodisalar va jarayonlar sodir bo'ladi.

Rekreatsioon-geografik makon turistik maqsadlar mazmunini belgilovchi birlamchi unsurlardan, turistik jozibadorlikdan va turistik ehtiyojlarni qondirishni belgilovchi yoki qondirishni taminlovchi ikkilamchi unsurlardan tashkil topgan o'ziga xos tuzilma, u ma'lum ichki tashkilotga ega. **Birlamchi unsurlar** ikkita genetik jihatdan alohida guruhga bo'linadi: atrof-muhit komponentlari turistik foydali (relef, gipsometriya), iqlim va ichki resurslar (suv, o'simlik, hayvonot dunyosi), shuningdek, tarixan shakllangan moddiy va ma'naviy komponentlarga ega. **Ikkilamchi unsurlar** - bu (texnik va tashkiliy infratuzilma jihozlari) turistlarga ularning moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi. Birlamchi va ikkilamchi unsurlar makonning turistik jozibadorligidan dalolat beradi (Y. Varshinskaya, A. Yatskovskiy, 1978, 1999).

Binobarin, RGM turistik maqsadlarda geografik tabiiy va ijtimoiy muhitdan foydalanadigan shaxsning funksional jihatdan alohida yaratilishi bo‘lib, uning paydo bo‘lishi va rivojlanishining asosi dam olish, bilim va tajribaga bo‘lgan ehtiyojdir (S.Lishevskiy, 1995). RGM obyektlar va tabiiy hodisalarga asoslangan, ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlardan kelib chiqqan holda, tanlov prinsipi bo‘yicha aniqlanadi. Tabiiy va texnogen jozibalar yordamida ular iste‘molchilarning o‘ziga xos talablariga moslashtiriladi, texnik va turar-joy infratuzilmasi va turli tashkiliy tarmoqlarni shakllantiradi.

RGMning asosiy modeli uchun asos geografik makon va rekreatsion faoliyatning birligi g‘oyasi bo‘lib, unga yagona jarayon sifatida qaraladi. Asosiy model (V. Preobrazhenskiy, 1988 yil bo‘yicha), qoida tariqasida, rekreatsion tizim bilan bir xil tarkibiy qismlarni (haqiqiy yoki potensial dam oluvchilar guruhlari, tabiiy va madaniy komplekslar, texnik vositalar, xodimlar va boshqaruvni) o‘z ichiga oladi.

RGM quyidagi **xususiyatlarga** ega:

- turizm hodisalari dinamikasidan kelib chiqadigan beqarorlik va ularning davriy rivojlanishi;
- atrofdagi tabiat, madaniyat sohasida ham, turizmni rivojlantirish shakllarida ham heterojenlik (**heterojen lotin tilidan** heterojen degani, turli tabiat qismlaridan iborat bo‘lgan narsalar) ;
- volatillik, chunki u rekreatsion faoliyat yoki turistik faoliyatning diversifikatsiyasiga ko‘ra o‘zgarib turadigan funksional bog‘liqlik (Y. Varshinskaya, A. Yatskovskiy, 1978; S. Lishevskiy, 1995).

RGMning quyidagi **turlari** mavjud:

- a) real (rasmiy), mehmondo‘stlik korxonalarini va ularga hamrohlik qiluvchi baza bilan jihozlangan joy;
- b) geografik makonda shaxsning rekreatsion va turistik faoliyatini ifodalovchi funksional makon;
- v) persepsual (persepsual-aqliy), ya’ni real rekreatsion-geografik (turistik) makonning individual yoki guruhli tasviri (virtual namoyish).

Funksional tamoyil asosida (rekreatsion va turistik faoliyat jarayonida o‘ziga xos funksiyalarni amalga oshirish) **turistik makonning** quyidagi **turlari** aniqlanadi:

- turistik ekspluatatsiya uchun makon, bunda insonning turistik faoliyatining namoyon bo‘lishi kam ma’lum bo‘lgan hududlarni

ochish, muhim va to'g'ridan-to'g'ri turizm investitsiyalarining yo'qligi;

- turistik kirib borish fazosi, unda inson turistik faoliyatining asosiy hodisasi bilim, o'lkashunoslik faoliyati va qisqa muddatli dam olishdir;

- turistik namoyon bo'ladigan turistik assimilyatsiya maydoni;

- inson faoliyati natijasida mahalliy aholini topish va ular bilan aloqa o'rnatish, turmush sharoiti, urf-odatlar, madaniyati va boshqalar bilan tanishish mumkin bo'ladi;

- turistik mustamlaka fazosi, unda yangi yerlarning turistik o'zlashtirilishi sodir bo'lib, ulardan asosiy foydalanishni o'zgartiradi. Bu dam olish uylari, mehmonxonalar, pansionatlar, dam olish markazlari, lagerlar, yozgi uylar va boshqalarning paydo bo'lishi bilan bog'liq;

- turistik urbanizatsiya fazosi bo'lib, unda inson turizmi faoliyatining asosiy ko'rinishi turistik jihozlangan qishloq hududlarini shaharlarga aylantirish hisoblanadi. Turistik urbanizatsiya tizimining shakllanishi turistik mustamlaka jarayonining so'nggi bosqichi bo'lib, uning rivojlanishining tasiri turistik hududlarni shahar aholisining doimiy yashash joyiga aylantirishdir.

RGM geografik muhitda turizmning barcha ko'rinishlarini qamrab oluvchi asosiy tushunchadir. Unda turli jarayonlar sodir bo'ladi: konsentratsiya, dekonsentratsiya, aglomeratsiya va deaglomeratsiya, diffuziya, kengayish, hududiylashuv, ierarxizatsiya, ixtisoslashuv va b.

Rekreatsioon faoliyat bo'yicha rus tadqiqotchisi R. Butler turistik makonning tipologiyasini turistik makon *evolyutsiyasi sikli modeliga aylantirdi*, unda uning shakllanishi va evolyutsiyasi mexanizmini tushuntirishga harakat qilindi. Muallifning ta'kidlashicha, turistik mintaqaning rivojlanishi ma'lum bir siklga muvofiq sodir bo'ladi, unda ma'lum xarakterli quyidagi **bosqichlarni** aniqlash mumkin:

- 1) Ma'lum bir makonda turizm hodisalari rivojlanishining dastlabki bosqichini tavsiflovchi ekspluatatsiya. Tabiatning go'zalligi yoki tarixiy va madaniy obyektlar tomonidan jalb qilingan birinchi sayyohlarning paydo bo'lishi bilan bog'liq. Sayyohlar soni unchalik katta emas va ularning mahalliy iqtisodiyotga va aholi hayotiga tasiri deyarli sezilmaydi. Sayyohlarning kelishi ko'pincha aholida ishtiyoq va zavq uyg'otadi, chunki ular o'zlarining madaniyati va yashash

joylariga qiziqishadi. Odatda tunni egalari ijaraga olgan xonalarda yoki ibtidoiy boshpanalarda (tog' kulbalari, stansiyalar, kempinglar) o'tkazish mumkin;

2) Turistlar sonining faol o'sishi bosqichi. turistlarning o'sishi bilan birga mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish korxonalari, transport xizmatlari va boshqalarga bo'lgan ehtiyoj rivojlanadi. Ba'zi rezidentlar sayyohlarga xizmat ko'rsatishni boshlaydilar, bu ular uchun qo'shimcha daromad manbaiga aylanadi. Turizm infratuzilmasi rivojlanadi, birinchi navbatda mehmondo'stlik obyektlari, turistik yo'nalishlar tarmog'i shakllana boradi;

3) Turizmning moddiy-texnik bazasi jadal kengayib borayotgan rivojlanish bosqichi, buning natijasida hudud turistik muhit belgilariga ega bo'ladi. Turistik xarajatlar mahalliy daromadlarning asosiy manbalaridan biriga, turizm funksiyasi esa hududning asosiy ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalaridan biriga aylanadi. Turizm infratuzilmasi odatda tashqi investorlar tomonidan rivojlantiriladi, shuning uchun turizmdan tushgan daromadning muhim qismi mahalliy iqtisodiy tizimda qolmaydi. Eng katta o'zgarishlar tabiiy muhitda sodir bo'ladi;

4) Allaqachon rivojlangan turistik hududni (maqsadni) tavsiflovchi konsolidatsiya bosqichi. Turizm mahalliy iqtisodiyotning asosiy daromad manbaiga aylanadi. Turistlar sonining o'sish su'rati sezilarli darajada pasaya boshlaydi, turistik oqim va talab hajmi chegaraviy qiymatga yeta boshlaydi. Bu sayyohlik markazlari rahbarlarini raqobatbardoshlikni saqlashga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishga majbur qiladi (masalan, xizmatlar sifatini oshirish, "promoshin" bilan shug'ullanish, mehmonxona tipida quriladigan yangi obyektlarni qisqartirish);

5) Turg'unlik, mehmonxona yotoqlarining o'sishi, shuningdek, dam olishga kelgan mehmonlar sonining kamayishi kuzatiladigan vaziyatni aks ettiradi. Mehmonxona bazasining sig'imi turistlar oqimining o'sishiga to'g'ri kelmaydi, turistik talabning o'zgarishi ba'zi turistik obyektlarni moliyaviy qiyinchiliklarga olib keladi va ularning keyingi faoliyatiga tahdid soladi. Mahalliy turizm bozorida raqobatning kuchayishi obyektlarni modernizatsiya qilish va o'z bozor segmentlarini izlashini talab qiladi. Turistlarga bo'lgan talab hajmi va turizmdan olinadigan daromadni saqlab qolish uchun turistik hududning jozibadorligini oshirish, uni targ'ib qilish va

investitsiyalarni jalb qilish maqsadida mahalliy hokimiyat organlari bilan aralashuv zarur bo'lib qoladi;

6) Ko'rilgan chora-tadbirlar natijasida turistik talabning ortishi yoki kamayishiga qarab turistik funksiyaning tiklanishi yoki uning pasayishi sodir bo'ladi. Turizm daromadiga juda bog'liq bo'lgan hududlarda turistlar oqimining hajmi kamayadi, bu esa rentabel bo'lmagan turistik obyektlarning yopilishiga va ulardan foydalanishning o'zgarishiga olib keladi. Tegishli infratuzilmani modernizatsiya qilish uchun moliyaviy resurslarning yetishmasligi uning to'liq pasayishiga olib keladi, bu esa hududning turistik jozibadorligini pasaytiradi. Turizm funksiyasining rivojlanishini tiklashga urinishlar katta kapital qo'yilmalar bilan bog'liq bo'lib qoladi.

R.Batler modeli - yo'nalishlarni o'rganishda qo'llaniladigan asosiy tadqiqot tushunchalaridan biridir. U turizmga ixtisoslashgan hududlarda sodir bo'layotgan tabiiy, ijtimoiy, iqtisodiy jarayonlar o'rtasidagi ko'plab bog'lanish va munosabatlarni, turizm hodisalarining kuchayishini qamrab olish imkonini beradi. Biroq, bu konsepsiya juda umumiy va deterministik bo'lgani, tashqi omillarni e'tiborsiz qoldirgani uchun tanqid qilingani. Biroq, u yo'nalishlarni talqin qilish va prognozlashda keng qo'llaniladi.

Kosmosni idrok etish tushunchasi. U ichki jarayonlarda shaxsning turistik va rekreatsion faoliyati sabablarini izlaydigan xulq-atvor tushunchalariga kiradi. Ushbu tadqiqotlar fanlararo xarakterga ega bo'lib, psixo-sotsiologik, tabiiy va iqtisodiy fanlar doirasida amalga oshiriladi. Bir tomondan, ular landshaftni vizual baholash va insonning dam olishga bo'lgan ehtiyojlari nuqtai nazaridan makonni idrok etish bilan bog'liq bo'lsa, ikkinchi tomondan, potentsiallar orasida turizm mahsuloti haqida g'oyalarni yaratish bilan bog'liq.

Xulq-atvor ma'nosida turistik va rekreatsion xulq-atvor va yo'nalishlarni tanlashga avvalgi kuzatuvlar natijasida kelib chiqadigan hozirgi va kelajakdagi e'tiqodlar shakllanadi. Idrok - tevarak-atrofdagi voqelikni (makon) idrok etish jarayonidir. U hissiy taassurotlardan, kiruvchi signallarni qabul qilishdan, ularni aqliy qayta ishlashdan, voqelik tasvirini qurishdan shakllanadi, bu esa shaxsning subyektiv bahosi bilan birlashib, insonga ma'lum bir xatti-harakatni tanlash imkonini beradi.

Turistik makonni idrok etishni o'rganish hozirgi vaqtda destinatsiyalar (mahalliy aholi punktlari va turistik hududlar) o'rtasidagi raqobatning kuchayishi, turistik jozibadorlikni baholashda atrofda dunyo obyektlari sifatining dolzarbligi va turistik makonni o'rganish to'g'risida qaror qabul qilinishi tufayli tobora ommalashib bormoqda. Turistik sayohat maqsadini tanlash kamdan-kam hollarda faqat bitta omil asosida amalga oshiriladi.

Landshaftning estetik jozibasi, me'morchiligi, tashqi ko'rinishi, kompozitsiyasi, tartibliligi, uyg'unlik taassurotini yaratuvchi (Richling, Solon, 1994) qiymati borgan sari ortib bormoqda, chunki ular landshaftning noyob turistik resursini tashkil qiladi. Landshaftni, landshaft xususiyatlarining estetikasini baholash mezonlari quyidagilardan iborat: bu rejalar soni, landshaftni shakllantiradigan unsurlar, alohida obyektlarning estetikasi, unsurlarning xilma-xilligi, vertikal tuzilish va uyg'unlikning rivojlanishi (A. Kovalchik, 1992).

Periferiya tushunchasi (turizm va dam olish maskanlarini joylashtirish nazariyasi). XX asrning 60-yillarida nemis nazariy geografi V.Kristaller tomonidan shakllantirilgan. Konsepsiyada ma'lum joylar va hududlarni dam olish joylari sifatida tanlash sabablari tushuntiriladi. U asosiy markazlar urbanizatsiyalashgan hududlar (shaharlar) bo'lib, ularning aholisi va yaqin hududlar aholisi uchun ma'lum funksiyalarni (masalan, ma'muriy, iqtisodiy) bajaradi, degan nazariyaga asoslanadi. Markaziy joylar aholining dam olishga bo'lgan ehtiyojlarini qondira olmaydi, shuning uchun ular zaif yoki urbanizatsiyalanmagan chekka hududlarga (periferiyaga) boradilar.

Periferiya konsepsiyasiga ko'ra, turistik harakat ishtirokchilarini, birinchi navbatda, tabiatning go'zalligi va u bilan yaqin aloqada bo'lish zaruriyati boshqaradi. Chekka hududlarda turizmni rivojlantirish dam olishning afzalliklariga asoslanadi. Qabul qilish ehtiyojlari darajasidandan kelib chiqib, ushbu hududlar obodonlashtiriladi, urbanizatsiya olib kelinadi. Shu sababli, urbanizatsiyalashgan markazlarning aholisi turizmning kengayishining sabablaridan biri bo'lgan yangi periferiyalarni qidirishadi.

Periferiya konsepsiyasi turistik migratsiyani global, milliy va mintaqaviy miqyosda o'rganishda qo'llaniladi, bu mintaqalar va turistik hududlarni rekreatsiya qilish, rivojlantirish va obodonlashtirish zarurati bilan bog'liq. Bu konsepsiya rekreasion-geografik

makonning shakllanish mexanizmini va uning tuzilishini chuqurroq ochib beradi.

Turistik urbanizatsiya tushunchasi. Bu V. Kristaller konsepsiyasining rivojlantirilishidir. Urbanizatsiya bu nafaqat shaharlarning miqdoriy holati va shahar aholisi sonining ko‘payishi, balki qishloqlardan shaharlarga tashrif buyuruvchilarning shahar turmush tarziga intilishlari orqali shahar turmush tarzining qishloq joylariga tarqalish hodisasi, balki qishloq hayotining iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy belgilarining shaharga kirib borishi jarayonidir. Turizm shaharlarda ham, qishloqlarda ham urbanizatsiya jarayonlarining rivojlanishiga yordam beradi.

“Turistik urbanizatsiya” tushunchasi turistik funksiyasi ustun bo‘lgan shaharlarning rivojlanish jarayonini turistik tuzilmalar ta’sirida qishloq joylarda sodir bo‘ladigan barcha o‘zgarishlarni belgilaydi. Bu jarayonni ifodalash uchun “turistik mustamlaka” atamasi ham qo‘llaniladi (S.Lishevskiy, 1995). Qishloq joylarda turizm hodisalarining rivojlanishi tasirida ro‘y berayotgan o‘zgarishlar, asosan, yerdan foydalanish, turistik obyektlardan shakllangan fazoviy va funksional tizimlarning shakllanishi, yangi ish o‘rinlari yaratilishi hisobiga aholi bandligi tarkibida o‘zgarib boradi. Aholining mavqei, uning funksiyalarining o‘zgarishi natijasida ham o‘zgarib boradi (yo yaxshilanadi yoki yomonlashadi).

Ushbu jarayonlarning tashuvchilari rekreatsion maqsadlarda shahar va qishloq o‘rtasida ko‘chib yuruvchi shaharlar aholisidir. Bu kapitalning shaharlardan qishloqqa o‘tishi, qishloqning ijtimoiy va boshqa infratuzilmasini rivojlantirishga yordam beradigan, qishloq xo‘jaligi va o‘rmon maydonlariga tasir ko‘rsatadigan an’anaviy qishloq mahsulotlariga talabning o‘sishi bilan bog‘liq (S.Lishevskiy, 1995), va oxir-oqibat, funksional "qayta profillash" - aholi punktining qishloqdan shaharga aylanishiga olib keladi.

Turizm hodisalarining rivojlanishi tasirida yuzaga keladigan urbanizatsiya jarayonlari bir necha omillarga ega: iqtisodiy, hududiy, demografik-professional va madaniy. Ular bir-biriga chambarchas bog‘langan. Qishloqlarning turistik urbanizatsiyasi turli yo‘llar bilan rivojlanadi. Bu ko‘plab ichki va tashqi omillarga, birinchi navbatda, turistik harakatning intensivligi va shakllariga, ularning rekreatsion funksiyalarni bajarish vaqtiga bog‘liq. Aholi punktlarida, jozibador tabiiy diqqatga sazovor joylarga ega bo‘lgan hududlarda (o‘ziga xos

qirg‘oq va tog‘li joylar zonalarida, shuningdek, tarixiy shaharlarda) yanada jadal turistik urbanizatsiya jarayoni kechadi. Ular o‘ziga xos fazoviy tashkil etilishi (masalan, qirg‘oq bo‘ylab chiziqning rivojlanishi), yerdan foydalanish, aholi tarkibi va bandligi bilan tavsiflanadi.

Shaharlar, ayniqsa, yirik metropolitenlar turistik funksiyani bajaradi, ammo ularda turizm kamdan-kam hollarda asosiy funksiyalardan biriga aylanadi. Turistik transport maqsadlarida shaharning faqat bir qismi, ko‘pincha markaziy qismi ishlatiladi.

Turistik faoliyat hududi konsepsiyasi (TBD, ingliz tilida Tourist Business District). U ko‘p funksiyali shaharlarda turizmning keng tashkil etilishi va ishlashini tahlil qilish uchun ishlatiladi. Bu konsepsiyani D.Gyots (1993) taklif qilgan. Shaharlarda turizm rivojlanishini qiyosiy tahlil qilish natijasida u faqat shaharning ayrim hududlarida sayyohlik oqimining to‘planishidan iborat bo‘lgan qonuniyatga e‘tibor berdi. Konsepsiyaga ko‘ra, yirik shaharlarda turizmni rivojlantirish uchun maqbul sharoitlar shaharning markaziy hududida: me‘morchilik, haykaltaroshlik, monumental san‘atning diqqatga sazovor joylarida, ijtimoiy infratuzilma muassasalarida (oziq-ovqat, savdo, ko‘ngilochar, madaniyat va ma‘rifat, mehmonxonalar va boshqalar) yig‘ilib boradi.

Bu omillar turistik faoliyat hududini shakllantirishga yordam beradi va uning markaziy funksiyalaridan (masalan, savdo yoki ma‘muriy) kelib chiqadi. Cheklovlar Shahar markazidagi TBD piyodalar zonasining chegarasini belgilaydi. Uning asosini tarixiy meros, madaniy tadbirlar, mehmondo‘stlik muassasalari va do‘konlar taklifi tashkil etadi. Turistik oqimlarni ma‘muriy va tadbirkorlik faoliyati jalb qiladi, ularning fazoviy konsentratsiyasi markaziy biznes tumani - **CBD** (Ingliz tilida markaziy biznes okrugi degan ma‘noni bildiradi) ni yaratadi. Ilmiy tahlil predmeti - funksional hududlar o‘rtasidagi bog‘liqlik, ularning bog‘liqliklari va o‘zgarishlari, shuningdek, turistik jozibadorlikni shakllantirish va shahar ichidagi turistik harakatni tashkil etish usullari sanaladi.

Hozirgi bosqichda turizm quyidagi o‘lchamlarga ega bo‘lgan tendensiyalar bilan tavsiflanadi:

- Globalashuv belgilarida namoyon bo‘ladigan turizm faoliyatini monopollashuvi va transmilliylashuvi, yagona texnologiyalar asosida mehnatni baynalmilallashuvi va mehmondo‘stlik, turizm tashkilot-

chilari faoliyati va boshqalar sohalarda xizmatlarni (ishchi kuchi harakati, konsentratsiya va kapitalning erkin aylanishi, rentabellikni taminlash shartlariga muvofiq) standartlashuvi;

- Bozorni tartibga solishning asosiy mexanizmlari (pul, axborot, kadrlar, ilmiy tadqiqotlar) jamlangan va turistik mahsulot iste'molchisi jalb qilinadigan uning "yadrolarini" shakllantirishida namoyon bo'ladigan turizm faoliyatini markazlashuvi, bunga esa innovatsion mahsulot va innovatsion texnologiyalar markazlari paydo bo'lishi sababdir. Ushbu "yadrolarning" hajmi va bog'lanishi, turizm sanoatining moliyaviy va axborot texnologiyalari imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda, turistik yo'laklarni tashkil etuvchi ma'lum intensivlik va yo'nalishdagi turistik oqimlarning harakati bilan mustahkamlanadi;

-Turizm sanoatining hududiy konsentratsiyasi va ixtisoslashuvi, uning kompleks-proporsional rivojlanishi muayyan mintaqaviy sharoitlarga va jahon turizm bozori talablariga muvofiq hududiy muhitning turli xillarini shakllantirishga olib keladi, ular orasida eng keng tarqalgani aglomeratsiya hisoblanadi, u esa o'z navbatida o'z-o'zidan va tartibsiz yoki rejalashtirilgan va tartibli bo'lishi mumkin;

-Yuqoridagi tendensiyalardan kelib chiqadigan innovatsiyalarning tarqalishi va madaniy, ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy hodisalarning vaqt va makonda tarqalishi. Chunki turizmdagi innovatsiyalarning tashuvchilari turistlar va turizm industriyasi subyektlari hisoblanadi.

Sayyohlar harakati bilan bog'liq innovatsiyalarning tarqalishi (madaniyatlararo aloqalar, ular davomida turistlarning madaniy namunalarni tarqalishi va axborot texnologiyalarini jalb qilinishi (tadbiq etilishi) yoki tashkiliy va boshqaruv qarorlari faoliyatining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda ham tarqalishi mumkin. Boshqa sohalardagi (ayniqsa, axborot texnologiyalarida) innovatsiyalarga sezgir bo'lgan turizm bozori, raqobatning kuchayishi, turizm talabining o'zgarishiga moslashishni talab qiladi. Innovatsiyalar turizm sanoatida iqtisodiy muvaffaqiyatning eng muhim omillaridan biridir.

Turizmda innovatsiyalarning tarqalishi quyidagilar orqali amalga oshirilishi mumkin: aholi punktlari va turistik hududlarda turizm infratuzilmasini kengaytirish; turistlar tomonidan ma'lum bir hududga kapital va o'zlarining madaniy stereotiplarini o'tkazish; turizm korxonalarida yangi tashkiliy yechimlarni joriy etish. Bu ularning

tashuvchisi yoki manbasi (innovatsiyalar o‘zagi) bilan bevosita aloqalar orqali yoki ierarxik tarzda – ma’lum guruhlar yoki yirik aholi punktlari tomonidan innovatsiyalarni idrok etish orqali amalga oshirilishi mumkin.

Innovatsiyalar birinchi navbatda tashuvchidan (ishlab chiquvchidan) ularni idrok etish uchun eng tayyor adresatga, so‘ngra umumiy tizimga qo‘shilishga intilayotgan adresatga va nihoyat, ishlab chiquvchilar umumiy tizimga birlashtirishga harakat qilgan adresatga amalga oshiriladi.

Ushbu tendensiyalar turizmni tashkil etishning barcha darajalarida, ayniqsa, turistik yo‘laklarni tashkil etuvchi, turistik oqimlarning harakati bilan mustahkamlangan ishlab chiqarish, texnologik va axborot va moliyaviy aloqalar bilan bog‘liq bo‘lgan turizm faoliyati (turistik faoliyat) konsentratsiyasi markazlarini shakllantirishda namoyon bo‘ladi.

Konsentratsiya bo‘yicha fazoviy integratsiya jarayonlari asosida global miqyosdan mahalliy darajaga (katta shahar darajasiga) ierarxiyalangan turizm jarayonining geofazoviy tashkil etilishining asosi shakllanadi.

Turizm jarayonining geografik tuzulishi quyidagi **xususiyatlari** bilan xarakterlanadi:

1) Turizm faoliyatining dinamikligi va keng rivojlanishi bilan bog‘liq geotoriallik;

2) Globallashuv – bu jarayon har bir hududda o‘ziga xos xususiyatlarga ega (geografik va turistik joylashuvi, konfiguratsiyasi, ko‘lami, tabiiy muhiti, aholining demografik, ijtimoiy, etnik-diniy xususiyatlari, uning joylashishi, boshqaruvi, iqtisodiy xususiyatlari, yer tuzilishi, tabiatdan foydalanish, atrof-muhitning ekologik holati va b.). Globallashuv mamlakatda turizmning rivojlanishini umumiy qonuniyatlarning amal qilishiga, uning xalqaro turizm jarayonidagi ishtirokiga turlicha tasir ko‘rsatuvchi iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy, siyosiy va boshqa muammolarga, milliy turizm bozorlari faoliyatining turli modellarini shakllantirishiga bog‘liq;

3) Ham globallashuv xususiyatlaridan, ham mahalliy geografik o‘ziga xoslikdan (mintaqaviy o‘ziga xoslikdan) kelib chiqadigan mintaqaviylik turistlarni jalb qilish va turistik oqimlarni shakllantirish omili hisoblanadi. Rivojlanayotgan raqobat siyosatda mahalliy mintaqaviy o‘ziga xoslikdan foydalanishga turtki bermoqda;

4) Moliyaviy va innovatsion texnologik jarayonlarning yigʻindisi tasirining natijasi boʻlgan turizm faoliyatining "yadrolarini" shakllantirishdan iborat boʻlgan markazlashtirish, ularning dinamizmi turizm xizmatlari bozorining fazoviy asosini shakllantirish uchun asos boʻladi;

5) Turistik jarayonning har xil turdagi bozorlar oʻrtasidagi kaskadli oqimi, kapitalning kaskadli oqimiga va asosiy ishlab chiqarish omillarining harakatiga mos keladigan turistik almashinuvning ekvivalent emasligi. Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajalari va innovatsiyalarni yaratish va idrok etish imkoniyatlari oʻrtasidagi tafovutlar bilan turistik oqimlar va investitsiyalar hajmi mutanosib ravishda oʻzgarib bormoqda;

6) Talab/taklifning doimiy fazo-vaqt muvofiqlashuvi, uning tarkibiy muvofiqlikka yoʻnaltirilishi: vaqtinchalik, tarkibiy, hududiy jihatdan. U pastki ierarxik darajadagi hududiy turizm bozorlari chegaralarining loyqaligi va harakatchanligida namoyon boʻladi;

7) Turistik jarayonning tabiiy ijtimoiy determinizmining koʻrinishi boʻlgan, turli vektorda, turizm bozorlari shakllanishi va rivojlanishining turli tezligi va intensivligida namoyon boʻladigan, ularning qutblanishi va mozaikasini keltirib chiqaradigan turli ierarxik darajadagi turizm bozorlarining rivojlanishi;

8) Turizm faoliyatining qutblanishi, bu talabning oʻsishi va xilma-xilligi taklif bozoridagi tegishli jarayonlarni belgilab berishi, raqobatning kuchayishiga va bir vaqtning oʻzida turizm mahsulotini ishlab chiqaruvchisi faoliyatini monopollashtirish va transmilliy-lashtirishga olib kelishida, uning imkoniyatlarini oshirishda namoyon boʻladi, bu esa talabning shakllanishiga tasir qiladi. Ashaddiy doira vujudga keladi: yaʼni mamlakat rivojlanishining yuqori ijtimoiy-iqtisodiy darajasi turizm industriyasini uning tarkibiy qismi sifatida, ekstensiv yoki intensiv ravishda turli xil turizm mahsulotlari bilan yetakchilik lavozimlarini egallashga qodir rivojlanishini kafolatlaydi. Bu turizmning rivojlanish darajasida tabaqalanish, hududiy tabaqalanishga olib keladi va mintaqaviy bozorlarning qutblanishiga olib keladi. Innovatsion texnologiyalarning rivojlanishi bilan bu qutblanish kuchayish tendensiyasiga egadir.

Bular turizm jarayonining fazoviy tarkibi, uning intensivligi, mozaikasida namoyon boʻladi.

Binobarin, turizmologiyada rekreatsiya va turizm geografiyasining oʻrni, eng avvalo, tabiiy, ijtimoiy-iqtisodiy, tabiiy, ijtimoiy-iqtisodiy, maʼlum bir hududda turizmni rivojlantirish uchun sharoit va imkoniyatlarni har tomonlama baholashda koʻrinadi.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizm geografiyasining falsafiy asoslari nimada?
2. Turizmning geografik tadqiqotlarida qanday ilmiy yondashuvlar mavjud?
3. Geografik turizm tadqiqotlari predmetining mohiyati nimada?
4. Geografik turizm tadqiqotlarini rivojlantirishda qanday bosqichlar bor?
5. Zamonaviy turizm geografiyasining mohiyati nimada?
6. Geografik yondashuv turizm jarayonida qanday muhim xususiyatlarini shakllantirishga imkon beradi?
7. Diqqatga sazavor joy deganda nimani tushunasiz?
8. Turistik destinatsiya qanday jihatlar boʻyicha baholanadi?
9. Rekreatsion va turistik tabiatni boshqarish deganda nimani tushunasiz?
10. Hududiy rekreatsion tizimlarning mohiyati nimada?
11. Rekreatsion-geografik (turistik) makon tushunchasi nima degani?
12. Turizm va dam olish maskanlarini joylashtirish nazariyasi nima degani?
13. Turistik urbanizatsiya tushunchasi nimani bildiradi?
14. Turistik faoliyat hududi konsepsiyasi nima maʼnoni bildiradi?
15. Turizm jarayonining geografik tuzulishi qanday xususiyatlar bilan xarakterlanadi?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Экологическая энциклопедия: в 3-х т. - К.: ООО «Центр экологического образования и информации», 2008.
2. Энджейчик И. Современный туристический бизнес. Стратегии в управленческой фирме: пер. с польск. / И. Энджейчик. - М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Энциклопедический словарь-справочник по туризму / под общ. ред. В. К. Федорченко. – М., 2006.
4. Эрдаuletов С.Р. Основы туризмологии: уч. - метод, пособие /С. Р. Эрдаuletов. – Алматы, 2009.
5. Замятин Д. Н. Образы путешествий как социальное освоение пространства / Д. Н. Замятин // Софист. – 2002. – № 2.
6. Зорин И. В. Туристка: монография / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов - М.: Советский спорт, 2001. 288 с.
7. Квартальнов В. А. Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристического назначения, культура мира системы трудовых миграции, педагогика, социология и стратегия управления: в 5 т. /В. А. Квартальнов - Т. 1: Теория и практика туристских исследований. – М.: Наука, 2002.
8. Любицева О. О. К вопросу терминологии в туризме / О. О. Любицева // География и туризм: сб. научных тр. - К.: Альтерпресс, 2009. – Вып. 3.
9. Любицева О. О. Рынок туристических услуг: учеб, пособие. /О. О. Любицева. - 2-е изд., пере раб. – М.: Альтерпресс, 2003.
10. Николаенко Д. В. Рекреационная география: уч. пособие /Д. В. Николаенко. – М.: Владос, 2001.
11. Окишев П. А. Основы туризмоведеия / П. А. Окишев. -Томск, 2005.
12. Петрановский В. Л. Туристическое краеведение: учеб, пособия / В. Л. Петрановский, М. И. Русинский. - М.: Знание, 2006.
13. Смаль И. В. География туризма и рекреация: словарь-справочник / И. В. Смаль. - Т.: Учебная книга - Богдан, 2010.
14. Туризмология (теория туризма): учеб. - Метод, пособие, со спец курса / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, О. А. Кручек, И. М. Минич. - К.: КУТЭП, 2010.

IV - MAVZU. TURIZM SOTSILOGIYASI

Mavzuni o'rganishdan maqsad: Insonning turist bo'lishligidagi motivatsiyalarini, ijtimoiy institut sifatida turizmning o'ziga xosligini, shaxsning ijtimoiylashuv jarayonida turizmning o'rnini o'rganadi.

Reja:

- 4.1. Turizm sotsiologiyasining mohiyati va tuzilishi.**
- 4.2. Turizm faoliyatining motivatsiyasi va uning turlari.**
- 4.3. Turizm ijtimoiy institut va ijtimoiylashuv omili sifatida.**
- 4.4. Shaxsning ijtimoiylashuvi.**

4.1. Turizm sotsiologiyasining mohiyati va tuzilishi

Jamoatchilik bilan aloqalarni keng demokratlashuvi sharoitida turizmidagi muammolar, ayniqsa, ijtimoiy, yoshlar va bolalar turizmidagi muammolar keskinlashmoqda. Ijtimoiy turizmning mohiyati ko'pincha uning ishtirokchilarining asosiy kontingentining ijtimoiy mavqeiga qarab belgilanadi - bu turistik xizmatlarning minimal "oson" majmuasini taqdim etish orqali insonning dam olishini (sog'liqini tiklanishini) taminlash imkoniyatidir. Biroq uni bunday tushunish ijtimoiy turizm doirasini toraytiradi, mazmunini qashshoqlashtiradi. Turizmning bu turi ijtimoiy siyosatning maqsadlari kontekstida ijtimoiy yo'naltirilgan davlat va butun jamiyatning faoliyati sifatida ko'rib chiqilishi kerak.

Elit turizmdan turizmning arzon, ommaviy turlarini rivojlantirishdan manfaatdorlikka o'tish nafaqat insonning dam olish uchun demokratik huquqlarini amalga oshirishga yordam beradi, balki turistlar oqimining ko'payishini ham taminlaydi, butun mintaqa, shahar, mamlakat byudjetiga tasir qiladi. Ijtimoiy turizm, ayniqsa, keksalar va alohida ehtiyojli odamlar uchun jozibador.

Turistlar sonining ortib borishi va turizmni iqtisodiyotning istiqbolli tarmog'iga aylanishi, bu hodisani sotsiologiya yordamida o'rganishni taqozo etmoqda. Yaqin vaqtgacha sotsiologiyada turizmni o'rganish bo'sh vaqt prizmasi orqali ko'rib chiqilar edi, lekin uning jamiyat va inson hayotidagi ahamiyatini qayta ko'rib chiqish bilan bu muammoni turizm sotsiologiyasini band qila boshladi.

Turizmga dam olish turi sifatidagi munosabatlar doirasida turizm sotsiologiyasi muammolarini bo'sh vaqt sotsiologiyasi metodlari yordamida hal qilish mumkin. Biroq, turizmni o'rganishni faqat shu

jihati bilan cheklangan bo'lmaydi. Bugungi kunning dolzarb talabi turizmga bo'lgan munosabatni qayta ko'rib chiqishdir.

Tabiatdagi faoliyatning kuchli, ko'p murakkab turi sifatida katta ahamiyatga ega ekanligini hisobga olgan holda turizmni hech bo'lmaganda mafkuraviy, tarbiyaviy va iqtisodiy jihatdan ko'rib chiqish kerak. Bu turizmni xizmatlar savdosining alohida turi, dam olish sohasi, shaxsni shakllantirishning o'ziga xos vositasi, madaniyatlar muloqotining muhim omili sifatida har tomonlama o'rganilishi kerak bo'lgan turizm sotsiologiyasini aniqlashni taqozo etadi.

Turizm sotsiologiyasini sotsiologiya fanining bir tarmog'i sifatida umumiy sotsiologik nazariyaning tuzilishi bilan o'xshashlik yo'li bilan besh darajali tuzilma shaklida ifodalash mumkin: uning birinchi darajasi dunyoning ilmiy manzarasi, ikkinchisi - uslubiy va umumiy sotsiologik nazariyalar, uchinchi - maxsus sotsiologik nazariyalar, to'rtinchisi - empirik tadqiqotlar, beshinchisi - amaliy.

Turizm sotsiologiyasining birinchi darajasiga shaxsning dunyo, jamiyat, ijtimoiy vaqt va makon, globallashtirish, zamonaviy sharoitdagi aloqa va boshqalar haqidagi tasavvurlari kiradi. Ikkinchi daraja umumiy nazariy sotsiologik bilimlarni qamrab oladi: jamiyatning ijtimoiy tuzilishi, yirik ijtimoiy guruhlar, ijtimoiy jarayonlar haqida. Bu darajada turizm fazoning geografik va madaniy turlarini zabt etish va rivojlantirish shakli, ijtimoiy-madaniy aloqalar turi, globallashtirish jarayonlari va aloqalari shakli sifatida qaraladi [185]. Ushbu bilim darajasiga shaxsning sotsiologik nazariyasi, bo'sh vaqt va dam olish nazariyasi kiradi.

Uchinchi darajasi, turizm sotsiologiyasining jamiyat hayotining muayyan sohasi haqidagi bilim sifatida shakllanish darajasi, turizm sotsiologiyasi aynan shu sohada rivojlangan va mavjud.

Turizm sotsiologiyasi ijtimoiy hodisa sifatida turizmning tuzilishi, faoliyati va rivojlanishini jamiyatning ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy va madaniy sohalari bilan bog'liq holda o'rganuvchi sotsiologiyaning bir tarmog'idir. Ushbu konsepsiya ijtimoiy hayotning tegishli sohasidagi jarayonlar va hodisalarning rivojlanishini bilish, tahlil qilish va bashorat qilish uchun foydalaniladigan sotsiologik bilimlarning barcha darajalarini yagona mantiq bilan birlashtirgan yaxlit nazariy shakllanish vazifasini bajaradi. Uning **tadqiqot obyekti** turistik faoliyatni amalga oshiruvchi odamlarning vaqtinchalik

ijtimoiy guruhlari, ijtimoiy jarayonlar va shaxsning turizm faoliyatiga munosabatini shakllantiruvchi omillardir.

Turizm sotsiologiyasining **predmeti** turistik faoliyat shakllarining xilma-xilligi, turistlarning shaxsiy xulq-atvori, ularning qadriyat yoʻnalishlari, motivlari va ehtiyojlari tarkibi hisoblanadi.

Turizm faoliyati - bu turizm sohasidagi professional faoliyat boʻlib, uning subyekti turistik kompaniya, turoperator, turagent va boshqalar. Ushbu iqtisodiy agentlar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotni sotib oluvchi shaxs, yaʼni turist bu faoliyatning obyekti hisoblanadi. Turizm faoliyati eng avvalo kasbiy faoliyat boʻlib, uning subyekti xoʻjalik subyektlari – turizm korxonalari, obyekti esa turist, yaʼni shu korxonalar mahsulotining isteʼmolchilari hisoblanadi.

Turist - bu kasb emas, balki havaskorlik faoliyati. Shuning uchun turistik faoliyat tushunchasi uchun “turistik harakat” atamasiini qoʻllash maqsadga muvofiqdir. Bunda turist harakatning obyekti emas, balki uning subyekti hisoblanadi. Tarmoq sotsiologiyasining bu darajasi turizmning oʻziga xos xususiyatlarini ochib beruvchi tushuncha va kategoriyalarni, masalan, turistlar uchun mamlakatlar, viloyatlar, shaharlarni qamrab oladi. Muayyan obyekt jozibador boʻlishi uchun u joylashgan mamlakatning ijobiy imijiga, shuningdek, siyosiy va jinoiy-huquqiy jihatdan xavfsiz mamlakat yoki mintaqa haqidagi gʻoyalarga, uy xoʻjaligining maʼlum bir standartiga ega boʻlishi kerak, yashash joylarida qulaylik, turistlar uchun ovqatlanish va transport xizmatlarida maʼlum daraja boʻlishi kerak. Turizm sotsiologiyasining bu darajasida turizmning ijtimoiy hodisasini toʻliqroq ochib berishga yordam beradigan koʻplab boshqa tushuncha va kategoriyalar boʻlishi kerak.

Turizm sotsiologiyasining toʻrtinchi darajasi turli mamlakatlardagi turli ijtimoiy guruhlarining potensial va real turist sifatidagi munosabati, qiziqishlari, ehtiyojlari, motivlari, baholarini aniqlashga qaratilgan empirik tajribalar orqali shakllantiriladi. Sotsiologiyaning ushbu boʻlimi ommaviy sotsiologik va ekspert soʻrovlari, intervyular, sifatli tadqiqotlar oʻtkazish, xususan, fokus-guruhlar, bosma va elektron ommaviy axborot vositalarining mazmunini tahlil qilish uchun bu vositalarni ishlab chiqishning maxsus usullarini talab qiladi. Turistlarning ehtiyojlari va motivatsiyasini oʻrganishning maxsus sotsiologik usullarini ishlab chiqish, sotsiologlarning, qoida tariqasida, respondentlar - vatandoshlar bilan ishlashi bilan bogʻliq. Turistlar

orasida kontingentning bir qismini boshqa ijtimoiy-madaniy sharoitlarda shakllangan, qadimgi madaniyatlar, urf-odatlar va an'analar, diniy e'tiqodlarning tashuvchilari bo'lishi mumkin. Amaliy topshiriqlar turistlarning ushbu kontingentiga munosabatini, baholarini, fikrlarini aniqlashtirishni talab qilishi mumkin.

Beshinchi daraja - amaliy tadqiqotlar. Aniq sayyohlik firmalarining ilmiy-tadqiqot ishlari, mehmonxonalar, restoranlar, aloqa vositalari, aloqa korxonalarining xizmat ko'rsatish darajasi, dasturlari, marshrutlari, ekskursiyalarining jozibadorligi, ularning kamchiliklarini o'rganish kiradi. Bunday tahlillar asosida turizm faoliyatining aniq subyektlarining jozibadorligini oshirish bo'yicha ishlarni takomillashtirishga qaratilgan takliflar tayyorlanadi.

Turizm sotsiologiyasining yangi tarmoq sotsiologik nazariyasi sifatida rivojlanishi an'anaviy tarzda kategoriyaviy apparatning shakllanishi va takomillashuvi bilan amalga oshadi. "Turizm" (shaxsning doimiy yashash joyidan dam olish, ta'lim yoki kasbiy biznes maqsadlarida vaqtincha chiqib ketishi) va "sayohat" (odamlarning vaqt va makonda harakatlanishi) kabi asosiy tushunchalar muhim ahamiyatga ega. "Turizm" atamasi biroz torroq ma'noga ega. Shu sababli, AQSh turizm ma'lumotlar markazi, turizm ta'rifiga ko'ra, sayohatning quyidagi turlarini istisno qiladi: paroxodlar, temir yo'l poezdlari va boshqalar ekipaj a'zolarining harakati; ish yoki o'qish uchun sayohat.

"Turist" tushunchasiga oydinlik kiritish uchun Jahon sayyohlik tashkiloti "sayyoh" atamasini, 1968 yilda esa BMT Statistika komissiyasi tomonidan "mehmon" (emigratsiyadan tashqari doimiy yashash joyidan tashqarida ixtiyoriy harakatni amalga oshirish), "turist" atamalari kiritildi "(doimiy yashash joyidan tashqariga bir yildan ortiq bo'lmagan muddatga dam olish, ta'lim maqsadida, haq to'lanadigan faoliyatni amalga oshirmasdan ko'chib o'tadigan), "sayyoh" (mamlakatda 24 soatdan kam bo'lgan vaqtinchalik tashrif buyuruvchi yoki tashrif joyi) [141].

4.2. Turizm faoliyatining motivatsiyasi va uning turlari

Har qanday inson faoliyatining o'ziga xos xususiyati - u nimani, qanday aniq ehtiyojlarni qondirishni bilishdir. Shuning uchun turizm qanday ehtiyojlarni (ongsiz) va maqsadlarni (ongli mo'ljallangan natija) qanoatlantirishini aniqlash kerak. Turli mezonlarga ko'ra

ehtiyojlar birlamchi hamda ikkilamchi (moddiy va ma'naviy) va boshqalarga bo'linadi. Biroq, turizm sohasida bunday dixotomiya bilan cheklanib bo'lmaydi, chunki, masalan, turizm ham moddiy, ham ma'naviy ehtiyojlarni qondiradi.

Ijtimoiy shaxs o'zini biologik, aqlli va ma'naviy mavjudot sifatida anglaydi. Harakatda (mushaklarning rivojlanishi, ovqat hazm qilish, butun organism faoliyati uchun) u biologik mavjudot sifatida amalga oshiriladi. Atrof-muhitni bilishga bo'lgan ehtiyoj (avval kosmosga yo'naltirish, so'ngra tevarak-atrofdagi dunyo va odamlarni bilish uchun) aqlli mavjudot sifatida shaxsni shakllantiradi. Keyinchalik o'z-o'zini bilishga bo'lgan ehtiyoj (birinchi navbatda o'z kuch va imkoniyatlarini, keyin esa jamiyatdagi o'rnini) boshqa odamlar bilan nafaqat biologik, balki ijtimoiy jihatdan ham ma'lum bir madaniyat turiga bog'langan ma'naviy mavjudotga aylantiradi. Shuning uchun harakatga, bilimga va o'z-o'zini bilishga bo'lgan ehtiyojlar shaxsning shakllanishi uchun asosiylardan hisoblanadi.

Harakat, bilim va o'z-o'zini bilishga bo'lgan ushbu ehtiyojlar to'plamini qondirishga qaratilgan turizm insonning biologik, ijtimoiy va ma'naviy jihatdan rivojlanishiga yordam beradi. Turistik faoliyatning asosiy xususiyati jismoniy makonda bu harakat bilan bog'liq.

Turizmning o'ziga xosligi shundaki, u doimo vaqt bilan cheklangan sayohatdir, ya'ni u odamlarning yashash muhitini doimiy ravishda o'zgartirish zarurati bilan bog'liq emas. Uning o'ziga xosligi shundaki, sayohatga bo'lgan ehtiyoj, qoida tariqasida, shaxs shakllanishining o'tish bosqichlarida, u bir muncha vaqt odatdagidan tashqariga chiqishga, g'ayri oddiy vaziyatga tushib qolishga intilganda paydo bo'ladi. Shundan so'ng, olingan natija bilan boyitilgan shaxs o'z rivojlanishining yangi bosqichida hayotni boyitadigan muhitga qaytadi.

Turizmning ikkinchi xususiyati shundan iboratki, sayyoh o'z oldiga qo'yilgan maqsadni amalga oshirish jarayonida bilvosita boshqa maqsadlarga erishadi, ular ko'proq darajada stereotipik xulq-atvor mahsuli hisoblanadi. Bilvosita maqsadlarga erishish uchun asosiy maqsadga intilish e'tibordan chetda qolishi ham mumkin.

Ba'zida turistik sayohat yangi marosim harakatlarini bajarish zarurati bilan tug'iladi. Ritual xulq-atvorning asosini turist tegishli

bo'lgan ijtimoiy guruhning standartlari, zamonaviy jamiyatda qayd etilgan o'tmish madaniyatlarining tasiri va boshqalar tashkil qiladi.

Turistik faoliyat harakat va o'z-o'zini tasdiqlash (yoki harakat va bilim) ning hukmron ikkilik ehtiyojlarini qondiradi. Ushbu ikkilik ehtiyojlarning qaysi biri faoliyat asosi ekanligiga qarab, turizm turlarini tasniflash mumkin: sayohat (sport turizmi), bunda insonning ijtimoiy muhitida harakat va o'zini o'zi tasdiqlashga bo'lgan ehtiyojni qondirish ustunlik qiladi. Turistik sayohat, birinchi navbatda, harakat va atrof-muhitni bilish ehtiyojini qondirish uchun mo'ljallangan. Turizmning har bir turi faqat shu ikki ehtiyojning rohatlanishi bilan cheklanib qolmay, balki boshqalari majmuini ro'yobga chiqarishni ham rag'batlantiradi.

Sayohat nafaqat harakatga bo'lgan ehtiyojni qondiradi, balki chidamlilik, jasorat sinovi bo'lib, ijtimoiy guruhida o'z o'rnini o'rnatishga imkon beradi. Turizmning bu turi marosimlar va an'analardan kelib chiqadi. Sayohat bir ijtimoiy darajadan ikkinchisiga o'tish davrida har bir shaxsning shakllanishidagi qahramonlik tendensiyasini ifodalaydi, shuning uchun u ayniqsa, yoshlarga xosdir. Turizmning bu turi asosan to'siqlarni yengib o'tish faktini tasdiqlashga qaratilgan (ayrim obyektlardagi fotosuratlar, sertifikatlar – to'siqlarni yengib o'tish belgisi sifatida). Sayohat nafaqat o'zini namoyon qilish istagini, balki boshqa ikkilamchi ehtiyojlarni ham qondiradi, masalan, muloqotda, dam olishda va hokazolarda.

Turistik sayohatni rag'batlantiradigan asosiy motiv - bu o'z dunyosi ufqlarining ma'lum chegaralaridan tashqariga chiqish, noma'lum narsalarni bilish uchun harakat qilish zarurati, boshqa odamlarning bayramlari, karnavallari, diniy marosimlari va boshqalar sanaladi. Sayyoh tashqi kuzatuvchi bo'lib qoladi. Sayohat afsonaviy va ajoyib sayohatlarni, o'zini himoya qilish va yashash joyini himoya qilish uchun yangi yerlarni zabt etishni anglatadi. Turizmning ushbu turi asosan suvenirlar, sayohat kundaliklari va boshqalarga o'xshash yangi muhit haqida ma'lum bilimlarni olishga qaratilgan. U chuqur xotiraga singib ketgan arxetiplarga asoslanadi va turizm faoliyatiga qo'shish orqali biologik, ijtimoiy va ma'naviy ehtiyojlar majmuasidan zavqlanishni amalga oshiradi.

Turizmning ushbu xususiyatlarini turizm faoliyati ko'rsatkichlarini aniqlashda ham hisobga olish kerak, chunki turizm

faoliyatini sotsiologik o'rganishni bitta ko'rsatkich tahlili asosida amalga oshirish mumkin emas, masalan, "turistik vizada chegarani kesib o'tish". Statistika idoralari ushbu ko'rsatkichlardan foydalanadi, ammo bu ishlarning haqiqiy holatini aks ettirmaydi. Yashash joyini o'zgartirish qo'shimcha daromad olish, do'stlar va qarindoshlarni ziyorat qilish, ta'lim yoki davolanish ehtiyojlari bilan bog'liq bo'lishi ham mumkin. Turistik faoliyatning majburiy ko'rsatkichi turistni sayohat qilishga undaydigan muayyan maqsadlar bo'lishi kerak.

Ijtimoiy institut sifatida turizm madaniyatlararo muloqotning o'ziga xos turidir: har qanday turist, sayohatchi ma'lum bir ijtimoiy-madaniy o'ziga xoslikka ega bo'lib, xorijiy madaniy muhitga kirib boradi, u bir vaqtning o'zida unga o'z madaniyatining unsurlarini kiritadi va boshqa madaniy qadriyatlar haqida bilim oladi.

Ijtimoiy-madaniy identifikatsiyaning tarkibiy qismi ham siyosiy madaniyatdir - aholining hokimiyatga bo'lgan munosabati stereotiplari, unga umumiy baho, muayyan turdagi davlat va mafkura qiymati (masalan, demokratiya yoki liberalizm qiymati). Binobarin, har qanday sayohatchi ham kommunikator - ma'lum bir siyosiy madaniyatning tashuvchisi va uning boshqa madaniy muhitga o'tkazuvchisi, shuning uchun u shu ma'noda yashirin va ikkinchi darajali bo'lsa ham, siyosiy funksiyani ham bajaradi.

Bu xalqaro (tashqi) darajadagi davlat siyosatining davomi. Demak, "xalq diplomatiyasi" deganda norasmiy ravishda olib boriladigan tashqi siyosat tushuniladi va turizmning xalq diplomatiyasi sifatidagi maqsadi shundan iboratki, davlat boshqa davlatlar hududida unga nisbatan ijobiy munosabatni shakllantirishga norasmiy tasir kanallari orqali tasir ko'rsatishga harakat qiladi.

Turizm geosiyosiy funksiyani boshqa yo'llar bilan ham amalga oshiradi: iqtisodiy jihatdan xalqaro turizmga qaram bo'lib qolgan davlatlar allaqachon obyektiv ravishda turistlarning asosiy qismini "taminlovchi" davlatlar yetakchiligiga ergashishga mahkum. Bu turizmning xunuk shakllarini ham shakllantirishi mumkin (masalan, O'rta yer dengizi mamlakatlarida "xazina ovi", Tailandga jinsiy sayohatlar kabi). Turizmning global axloq kodeksida turizmning ushbu turlari qoralanganiga qaramay, ular iqtisodiy jihatdan rivojlanib, kengayib bormoqda. G'arblik badavlat sayyohlarning o'zlari sayohat qilayotgan mamlakatlar aholisiga nisbatan nafratli munosabati ham buni tushunishga yordam bermaydi.

Xalqaro turizmda qo‘llaniladigan madaniy aloqa kanallari asosan bir yo‘nalishli bo‘ladi: Rivojlangan mamlakatlardan kelgan sayyohlar o‘zlari tashrif buyurgan kambag‘al mamlakatlar madaniyati bilan tanishishlari mumkin, ularning rezidentlari esa sayyohlarni nafaqat madaniyat tashuvchisi, balki turistik mahsulotlarning xaridori, tabiat va milliy boylik iste‘molchilari sifatida qabul qiladi. Bu mehmonlarga qarama-qarshi munosabatni keltirib chiqaradi: bir tomondan, ular daromad manbai bo‘lsa, boshqa tomondan, ular beparvolikni namoyish etib, kamsitish tuyg‘usini keltirib chiqaradi.

Rivojlanayotgan mamlakatlar rezidentlari mamlakat rivojlanishida ta‘lim turizmi va qisman biznes (kongress safarlari) imkoniyatiga ega. Tasir bu jihatda faolroq bo‘lib, turistlarning ushbu kontingentining ko‘p qismini tashkil etuvchi yoshlarning qadriyatlari va stereotiplarini shakllantirishiga sezilarli darajada tasir qiladi.

Ota-onalarning fikriga ko‘ra, boshqa mamlakatdagi oilalarda ma‘lum vaqt yashaydigan bolalar uchun almashinuv dasturlari maktab o‘quvchilarining dunyoqarashi va qadriyatlarini o‘zgartirishga sezilarli hissa qo‘shadi.

Davlat turistik faoliyatning siyosiy jihatini bloklashi mumkin. Misol uchun, islom dunyosi mamlakatlari uchun bir xil turlar taklif etiladi, xristian sayyohlar uchun boshqa.

Madaniyatlarning, shu jumladan mafkuraviy paradigmalarning uchrashuvi ulardan birining o‘z pozitsiyasini o‘zgartirishi yoki konsensus (murosa topishi) yoki har bir tomonning o‘z e‘tiqodida qolishi yoki hatto ularni kuchaytirishi bilan yakunlanishi mumkin.

Ba‘zan madaniy turizm bir yo‘nalishli bo‘ladi. XX asrning 90-yillari boshlarida G‘arbiy Yevropa mamlakatlarida ular "madaniy aralashuv" yoki G‘arb demokratiyasi mamlakatlarining madaniy imperializmini muhokama qila boshladilar, ularning fikricha demokratiyaning eng yuqori darajadagi vakili sifatida g‘arb ustuvor sifatida namoyon bo‘ladi deb o‘ylashgan, ammo hayotda bunday bo‘lmadi.

Albatta, turizm geosiyosiy kontekstda ham ijobiy vazifani bajaradi: xalq diplomatiyasi sifatida u turli madaniyatli xalqlar o‘rtasidagi o‘zaro tushunishga yordam beradi.

4.3. Turizm ijtimoiy institut va ijtimoiylashuv omili sifatida

Sayohat qilish, turist yangi tabiiy-geografik va madaniy muhitga botadi, shuning uchun uning sayohati ijtimoiy-madaniy hodisadir. Sayohat ongni kengaytiradi, his-tuyg'ularni keskinlashtiradi, chunki sayohat paytida odam boshqacha dunyoni ko'radi va his qiladi, o'z borlig'ini "kengaytiradi". Borliqning kengayishi, rus sotsiologi D. Zamyatenning fikriga ko'ra, inson idrokining tabiati tamoyillarining o'zgarishi bilan bog'liq: "Idrok qilish kanallari obyektlar va hodisalarga hajmlar, masofalarni belgilash uchun sozlangan; ularga nisbatan munosabat kuzatish masofasidan shakllanadi. Masofani o'zgartirish hodisalar va hatto hodisaning xususiyatlarini o'zgartiradi» [47].

Aynan sayohatning qiziqarli tabiati mamlakat aholisining madaniyati va mentaliteti to'g'risidagi yangi bilimlarni o'zlashtirishga yordam beradi, bu sayohatning boshqa shakllari (ish qidirish, qayiq sayohatlari, ish tashriflari) haqida gapirib bo'lmaydi, chunki ularning asosiy maqsadi sayohatni boshqa narsaga yo'naltiradi, yangi mamlakat bilan to'liq tanishishdan yiroq bo'ladi. Masofaning o'zgarishi (doimiy yashash joyidan fazoviy uzoqlik tufayli) o'z shaxsini his qilishiga sezilarli tasir qiladi. Mamlakatlar obrazlarining shakllanishi ularning boshqa obraz orqali "ko'rish"ga majbur bo'lganligi bilan bog'liq. Turist boshqa davlatni ko'rish, o'zinikini ko'rish uchun uning qiyofasini shakllantirishi kerak [47].

Chiqish turizmi va o'z mamlakatida sayohat qilishda shaxsning ijtimoiy jarayonlarni idrok etishida sezilarli farq bor. Tashqi turizm o'z davlat chegarasini kesib o'tishni va keyinchalik boshqa davlatlar chegaralarini kesib o'tishni (agar sayohat quruqlikdagi transport vositalarida amalga oshirilsa) o'z ichiga oladi.

Chegara har doim ikkita qiymat tizimi - shaxsiy va rasmiy uchrashuv joyidir. Chegarani kesib o'tishda inson eng muhimi fuqarolik mansubligini his qiladi. Bu bosqich tashqi tomondan maksimal identifikatsiya momentidir. Chegaradan tashqarida shaxsning millati, siyosiy qarashlari unchalik muhim emas, shaxs pasportida ismi ko'rsatilgan mamlakat fuqarosi sifatida qabul qilinadi. Chet elda sayyoh o'z vatandoshlari mamlakatiga nisbatan mavjud bo'lgan stereotiplarga duch keladi. Hatto salbiy stereotiplar ham o'z vatandoshlari uchun uyat emas, balki psixologik mexanizm sifatida norozilik hissini keltirib chiqaradi.

Ba'zida sayohat paytida muammolar faqat mahalliy elchixonalar va konsulliklar yordamida hal qilinadi. Shu bilan birga, ma'lum bir mamlakatga tegishli bo'lish hissi ham mavjud, sayohat qilish va yangi dunyoni allaqachon ma'lum bo'lgan dunyo bilan solishtiradi, bundan tashqari, sayyoh doimo o'z yashash joyini eslaydi. Ingliz sotsiologi Z. Bauman sayyohning, masalan, qochqindan farqli o'laroq, boshpanaga ega ekanligiga e'tibor qaratadi: ya'ni siz boshqa voqeadan keyin borishingiz yoki sayohatni to'xtatib qo'yishingiz mumkin bo'lgan qulay, shaxsan kutilganidek joy. "Uy" - bu hamma narsani tashlab, sokinlikka erishishingiz mumkin bo'lgan, hech kimga hech narsani isbotlashingiz va hech kimning oldida o'zingizni himoya qilishingiz shart bo'lmagan, hamma narsa adolatli, shubhasiz va odatiy bo'lgan joy" [8].

Turistik sayohat har doim o'z maydoniga qaratilgan, chunki sayohat uyga qaytishni o'z ichiga oladi. Dastlab boy, farovon mamlakatlarda siz yashaydigan qoloq mamlakat turmush darajasi o'rtasidagi keskin qarama-qarshilik mahalliy xalq orasida o'z vatanlariga nisbatan salbiy stereotipni shakllantirdi. Biroq, vaqt o'tishi bilan ko'pchilik endi uyda yashash nisbatan xavfsizroq ekanligini tushunishadi. Chegaralar ijtimoiy qurilish uchun juda muhim bo'lgan "bu yerda" va "u yerda" o'rtasidagi farqni belgilaydi. Ijtimoiy ma'noda chegara "o'z" makonini qurishga yordam beradi, hayot dunyosining dixotom tuzilishi haqida tasavvur hosil qiladi.

"O'z" dunyosi bir xil, o'zlashtirilgan, yashaydi va "begona yer" esa chet eldan boshlanadi. Bu ko'p hollarda ijtimoiy harakatlarga ta'sir qiladigan xorijiy rezidentlar bilan o'xshash qarama-qarshilikda "hayot dunyosi" va shunga mos ravishda ijtimoiy o'ziga xoslik shakllanganda ijtimoiy aks ettirishning asosiga aylanadi [14].

Tashqi turizmning millatlararo va konfessiyalararo munosabatlarga ta'siri to'liq aniq emas: yangi ijtimoiy-madaniy makon bilan tanishish milliy, diniy va boshqa stereotiplarning yemirilishiga yordam beradi, ammo ba'zi mamlakatlardagi siyosiy kurash mahalliy terrorchiliklar turistlarga tahdid soladi. Shunday qilib, siyosiy kurashning o'ziga xos xususiyatlari kelganlar orasida xush yoqishni uyg'otmaydi, bundan tashqari, salbiy taassurot turistlar tomonidan zarar ko'rgan madaniyatga tarqaladi.

Shaxsning ijtimoiy sohasining kengayishi, ya'ni chet elga chiqish imkoniyati geosiyosiy imtiyozlarga ta'sir qiladi.

Voqea sodir bo'lgan joyda tarix bilan tanishish nafaqat darsliklardan, balki kognitiv ma'lumotlarni to'liqroq o'zlashtirish ham mumkin. Tarixiy yutuqlarga boy sayohatlar ko'pincha siyosiy, mafkuraviy va mintaqaviy stereotiplarning o'zgarishiga yordam beradi. Mintaqaviy xususiyatlar madaniy xilma-xillikni aks ettiradi, bu hudud va uning aholisini noyob qiladi va turistik diqqatga sazovor joy deb da'vo qilishi mumkin. Masalan, zamonaviy nemislar Germaniyadagi mintaqaviy farqlardan (dialektlar, etnografik an'analar) dalolat beruvchi faktlarni to'plashga qiziqishadi [15]. Buni birlashgan Yevropa shiori – "Turtilikdagi birlik" ham tasdiqlaydi.

4.4. Shaxsning ijtimoiylashuvi

Shaxsning ijtimoiylashuvi deganda fuqarolik makonining turli vektorlari, ayniqsa, tabiiy va madaniy meros yordamida uning ijtimoiy tajribasini maqsadli shakllantirish tushuniladi. Shuni hisobga olsak, dunyo madaniyatini ma'naviy yuksaltirish va o'zlashtirish zaruriyatiga asoslangan turizm ijtimoiylashuv funksiyasini bajaradi, deyish mumkin.

Turizmning madaniy, ijtimoiylashuv jarayonidagi rolini hech narsa bilan almashtirib bo'lmaydi. Ma'naviy rivojlanish va dunyo madaniyatini egallashga bo'lgan ehtiyoj turli joylarga tashrif buyurish, diqqatga sazovor joylarni idrok etish orqali qondiriladi, ko'rgan narsa shaxsning mulkiga aylanadi. Turizm sizning xalqingiz, millatingiz, insoniyatning madaniy tajribasiga shaxsiy tegishlilikni his qilish imkonini beradi. Madaniy turizm resurslari o'zgarmas, deyarli abadiydir.

Sayohat tajribasi bir vaqtning o'zida bir nechta funksiyalarni bajaradi: u turli madaniy me'yorlarni, xatti-harakatlar modellarini taqqoslash orqali o'z jamoasiga tegishlilik hissini shakllantiradi; madaniy merosning o'zlashtirilishini taminlaydi; shu tufayli o'z-o'zini hurmat qilish, o'z-o'zini hurmat shakllanishini oshirishga yordam beradi, individual noyob tajribaga ega bo'lishga imkon beradi va boshqalar.

Shaxsning ijtimoiylashuvida nafaqat sayohat natijalari (o'zlashtirilgan bilimlar, madaniy tajriba va boshqalar), balki jarayonning o'zi ham muhimdir. Sayohat, rus yozuvchisi M. Karamzin yozganidek, odam o'ziga xos psixologik vaziyatga tushib qolgan, tanish dunyoni tark etgan paytdan boshlanadi. U 1789 yilda

birinchi marta Yevropaga jo‘nab, u shunday yozgan edi: "Vatanim tashqarisida mening qalbim ajoyib ishlarni qildi. Men ko‘zimga tushgan hamma narsaga juda bama'nilik bilan qaradim, garchi narsalarning o‘zi juda oddiy edi”.

Sayohat paytida odam e’tiborliroq bo‘ladi, lekin harakat tezligi shoshilinch, ba’zan qat’iy hukmlarni keltirib chiqaradi. O‘zining fonida begonaning o‘ziga xos jarayoni mavjud. Shunga ko‘ra, sayyoh o‘zining stereotiplarini tasdiqlaydi yoki o‘zining baholash modellarini to‘g‘rilaydi, lekin har qanday holatda, agar u yangi taassurotlarni idrok etishga tayyor bo‘lsa, u uyga boyroq qaytadi.

XX asrning ikkinchi yarmida dunyoda xalqaro sayyohlar soni keskin oshdi: 1950-yildagi 25 milliondan 2001-yilda 693 millionga yetdi. 2020-yilda ularning soni 1.5 milliardga yetdi. Xalqaro turizm muhim sohaga aylandi.

Olimlar va jurnalistlar “turistik bum”, “turistik inqilob” haqida gapirishadi. Manila deklaratsiyasida (1980) turizm "davlat hayotining ijtimoiy, madaniy, ta’lim va iqtisodiy sohalariga va ularning xalqaro munosabatlariga bevosita tasiri tufayli odamlar hayotida katta ahamiyatga ega bo‘lgan faoliyat" deb qaraladi".

Turizmning kengayishi va rivojlanishi hamda uning ijtimoiy funksiyalarining rivojlanishi hisobga olinsa, bu masalaga ilmiy qiziqish doimiy ravishda oshib bormoqda. Turistik infratuzilmalar, bu sohada faoliyat yuritayotgan mutaxassislar soni va boshqalar ham ko‘paymoqda. Turizmni rivojlantirishning multiplikativ modellarini tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, turizmdan olingan daromadlar mahalliy iqtisodiyotni rag‘batlantiradigan va turmush sharoitini yaxshilaydigan investitsiyalardan bir necha baravar yuqoridir.

Biroq, ijobiy oqibatlarga qo‘shimcha ravishda, turizm faoliyati salbiy tajribalarni ham keltirib chiqaradi. Misol uchun, yaqinda Gavayida ommaviy turizmga qarshi norozilik to‘lqini bo‘lib o‘tdi, uning sababi shtatda kuchayib ketayotgan salbiy narsalar - fohishalik, jinoyatchilik, madaniy va ekologik tanazzul edi.

O‘tgan asr oxiriga kelib xalqaro miqyosda muqobil deb ataladigan narsani yomshoq ekologik turizmni muhokama qila boshladilar: YUNESKO (1982), Turizmni o‘rganish xalqaro akademiyasi (1989) tomonidan ko‘rib chiqish uchun taklif qilingan yumshoq (ekologik) turizm, BJTT (1980, 1985 va 1989) konferensiyalri masalalari - maksimal ruxsat etilgan yuklar muammosi geograflar, ekologlar va

boshqa olimlar tomonidan o'rganila boshlandi. Ekologlar tomonidan tabiiy muhitni saqlash, bog'larni rivojlantirish va turistik obyektlardagi yuklarning ruxsat etilgan maksimal darajasi muammolari o'rganildi. Dam olish mavzusini E. Koen (Koen), kurort zonalari dinamikasi Plog (Plog, 1974), dam olish uyi, iqtisodchilar va geograflar o'rgangan. Sotsiologlar va antropologlar turizmning tabiati va uning ziyorat, marosimlar, o'yin-kulgilar bilan aloqasini o'rgandilar: (Tyorner, 1969), Shikzhentmihaly (Csikszentmihalyi, 1975), McKennell (MacCannell, 1976), Graburn (Graburn, 1976).

Turizm muoammolarini siyosatshunoslik, sotsiologiya, iqtisodiyot, marketing, ekologiya, geografiya fanlari tadqiqotchilari o'rganadilar. Garchi marketing sotish, tovarlar va bozor segmentlarini ilgari surishga qaratilgan bo'lsa-da, marketologlar reklamani, motivatsiyalar psixologiyasini, ya'ni sotsiologiya, antropologiya, psixologiya va rekreatsiologiya yo'naltirilgan mavzularni ham o'rganadilar. Bu fanlar, shuningdek, ekologlar va geograflar manfaatlarining maqsadi bo'lgan ekologik muammolarni ham tadqiq qiladi. Uy egasining, mehmonlarning va bog'lovchining (gidlar, tarjimonlar, dirijyorlar, o'qituvchilar) o'zaro tasiri sotsiologiya, antropologiya, psixologiya va siyosatshunoslikda o'rganiladi.

Ayrim tadqiqotchilar turizm sotsiologiyasi migratsiya sotsiologiyasining ajralmas qismi ekanligini ta'kidlaydilar, chunki turizm harakatdir va uni vaqtinchalik migratsiya deb tasniflash ham mumkin. Shuning uchun odamlarni harakatga undaydigan "surish" va "jozibadorlik" omillari turistlarning motivatsiyasiga o'xshaydi. Biroq, bu o'xshashlik to'liq to'g'ri emas. Ushbu migratsiya yangi hududda ma'lum bir aholi punktini, bandlik va ta'lim bilan bog'liq muammolarni hal qilishni nazarda tutadi. Garchi ba'zi migrantlarni doimiy turistlar deb tasniflash mumkin bo'lsa-da, ularning motivatsiyasi va xatti-harakati "qisqa muddatli" turistlardan sezilarli darajada farq qiladi.

Boshqa tadqiqotchilar turizm sotsiologiyasini bo'sh vaqt sotsiologiyasi doirasida ko'rib chiqish kerakligini ta'kidlaydilar (S. Strumilin). Bu juda sodda yondashuv, chunki turistni dam oluvchi sifatida talqin qilish juda tor va turizm bilan bog'liq ko'plab muammolar tadqiqotdan tashqarida qolmoqda. Bundan tashqari, bo'sh vaqtning ta'rifi siyosiy, mafkuraviy va ijtimoiy talqinga juda bog'liq.

Turizm sotsiologik tadqiqotlarida quyidagi tadqiqot yo‘nalishlari shakllanadigan alohida bo‘limni ajratib ko‘rsatish tavsiya etiladi:

- a) turistlar;
- b) turistlarning mahalliy aholi bilan o‘zaro munosabatlari;
- c) Turizm tizimi va turizm tasiri.

Xullas, turizm sotsiologiyasining bu strukturasi chuqurlashtirish va konkretlashtirish kerak.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizm sotsiologiyasining qanday darajalari ajratiladi?
2. Turizm sotsiologiyasining tarkibiy qismlari haqida gapiring.
3. Turizm sotsiologiyasining mohiyati nimada?
4. Turizm sotsiologiyasining predmeti nimada?
5. Turizm faoliyatining motivatsiyasi nimalada namoyon bo‘ladi?
6. Turistik sayohatni rag‘batlantiradigan asosiy motiv nimada?
7. Turizm faoliyatining qanday turlari ajratiladi?
8. Turizm ijtimoiy institut va ijtimoiylashuv omili sifatida qanday xususiyatlarga ega?
9. Shaxsning ijtimoiylashuvi deganda nimani tushunasiz?
10. Turizm sotsiologik tadqiqotlarida qanday tadqiqot yo‘nalishlari ajratiladi?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Бевзенко Л. Д. Социальная самоорганизация / Л. Д. Бевзенко. – К., 2002.
2. Бредникова О. Граница и реструктурирование социального пространства / О. Бредникова, В. Воронков // Кочующие границы. - СПб. Труды ЦНСИ. – Вып. 7. - 1999.
3. Горский С. В. Социология туризма / С. В. Горский, Ф. Ф. Шандер // Социология: учеб, пособие. - М.: КУТЭП, 2003.
4. Замятин Д. Н. Образы путешествий как социальное освоение пространства / Д. Н. Замятин // Софист. – 2002. – № 2.
5. Лукашевич М. П. Социология туризма. Курс лекций / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандер. - Ужгород, 2008.
6. Покровский Н. Э. Туризм: от социальной теории к практике управление: уч. пособие / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. - М.: Универс. кн.: Логос, 2009.
7. Шульга Н. Драйф на обочину / Н. Шульга. – М., 2011.
8. World Tourism Organization. Tourism towards 2030/Global Overview, UN WTO, Madrid. – 2011. – P.3.

V- MAVZU. TURIZM EKOLOGIYASI

Mavzuni o'tishdan maqsad: Turizmning ekologik mummolarni yumshatishdagi o'рни, turistni ekologik madaniyatini shakllantirish masalalarini o'rganadi.

Reja:

5.1. Turizm ekologiyasi.

5.2. Ekologik muammolar va turizmni rivojlantirish.

5.3. Turizm ekologik madaniyatni shakllantirish omili sifatida.

5.1. Turizm ekologiyasi

Turizm falsafasining muhim tarkibiy qismlaridan biri - uning ekologik komponentidir. Ekologiya ishlab chiqarish, iqtisodiyot, sog'liqni saqlash, atrof-muhitni boshqarish, siyosat, milliy va inson xavfsizligining an'anaviy hayotiy masalalarini o'zaro bog'laydi, u insonning moddiy va ma'naviy manfaatlarining namoyon bo'lishini birlashtiradi.

Turistlar oqimining o'sib borishi tabiiy muhitga ortib borayotgan bosim sifatida tahdid solmoqda. Kelgusi 20 yil ichida xalqaro turizm planeta bo'yicha kamida uch baravar oshishi kutilmoqda, shunga mos ravishda ekologik yuk ham ortadi.

Ekoturizm, bir tomondan, zararli oqibatlarni minimallashtirgan holda, umuman turizmning izchil va barqaror rivojlanishini taminlashga qodir bo'lsa, ikkinchi tomondan, hozirgi va kelajak avlodlarning hayotiy ehtiyojlarini, birinchi navbatda, sog'lom turmush tarzi muhitiga bo'lgan ehtiyojni uyg'unlashtiradi.

Ekoturizm sohasida umumiy iqtisodiy va bozor manfaatlari, shahar va qishloq aholisining talablari kesishadi, hozirgi zamon insonlarining o'z hayoti ma'noli o'tkazish va kelajak avlodlar hayotiga mas'uliyat bilan munosabatda bo'lishning yangi paradigmasi shakllanmoqda.

Ekologik turning mohiyati quyidagicha ifodalanadi: "Ekotizimlar yaxlitligini buzmaganda ma'lum bir hududning tabiiy va madaniy va etnografik xususiyatlari haqida tasavvurga ega bo'lish uchun tabiati nisbatan bokira bo'lgan joylarga sayohat qilish".

5.2. Ekologik muammolar va turizmni rivojlantirish

Insoniyatning kelajagi ekologik muammo bilan bevosita bog'liq. Jamiyat tarixida, qancha dramatik bo'lishiga qaramay, insoniyat oldida hech qachon bunday keng ko'lamlı, ko'p qirralı va hal qilish qiyin bo'lgan vazifa ko'ndalang bo'lmagan.

Ekologik voqelikning davlatning siyosiy, iqtisodiy, demografik, ijtimoiy- gumanitar va ma'naviy-axloqiy rivojlanishining barcha jabhalariga tasiri shu qadar yaqqol va keng ko'lamlıki, unga e'tibor bermaslik uzoqni o'ylamaslik va mas'uliyatsizlikdir.

Bir qarashda atrof-muhit muammolari oddiy va bir ma'noli ko'rinadi. Ushbu murakkab masala bilan mutlaqo tanish bo'lmagan odamlar tabiatni muhofaza qilish, tabiatni oqilona boshqarish va ekologik ongni shakllantirish usullari haqida o'z fikrlarini bildiradilar. Adabiyotlarda (hatto ilmiy) yoki mansabdor shaxslarning nutqlarida "yomon ekologiya", "atrof-muhitni muhofaza qilish", "ekologiya uchun kurash", "atrof-muhitning keskinlashuvi" iboralari qo'llaniladi. Bu esa ishtirokchilarning ekologik madaniyati pastligidan dalolat beradi. Atrof-muhit muammolari bo'yicha jamoatchilik fikri doimo "ekologik infantilizm" yoki aksincha, "ekoisteriya" tartibida bo'ladi.

Sayyora hamjamiyati ekologik jarayonlarning ahamiyati va mohiyatini doimo kech anglab yetadi, ekologik madaniyatning past darajasi ham davlat idoralari vakillariga, ham keng jamoatchilikka xosdir.

Zamonaviy odam o'zini tabiat bilan bog'lash qobiliyatini yo'qotdi, tabiat insoniyat tomonidan yaratilgan ijtimoiy institutlar, iqtisodiyotning, davlatning va hokazolarning "qo'shimcha" mahsulotiga aylandi. Shuni inobatga olgan holda, tabiiy va ijtimoiy, axloqiy va rasionallik, ilmiy xarakter va "sofizm" o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik muammolari nihoyatda dolzarb bo'lib qoladi.

Nafaqat zamonaviy faylasuflar (M.Xaydegger, L.Memford, S.Krimskiy, M.Mamardashvili, E.Fromm, I.Frolov va boshqalar), zamonaviy Yevropa mentalitetlari tomonidan (A. Eynshteyn, M. Born, N. Wiener, V. Heisenberg, P. Kapitsa, M. Semenov va boshqalar), balki tabiatshunos olimlar tomonidan ham ekologik muammolar ko'rib chiqilgan, ularning asarlari ekologik turizm fanning shakllanishiga hissa qo'shgan.

Oddiy inson tabiiy muhitni bo'lak-bo'lak holda idrok etadi, uni bir butun sifatida ko'rishga moyil emas, o'zini tabiatdan alohida

mavjud bo'lgandek tutadi. Shu sababli, murakkab obyektiv voqeliklarni (ijtimoiy va tabiiy) anglash eng ustuvor vazifa bo'lib, ularsiz sivilizatsiya rivojlanishi juda muammoli ko'rinadi. Buni Rio-de-Janeyro (1992) va Yoxannesburg (2002) da bo'lib o'tgan BMTning atrof-muhit va rivojlanish bo'yicha ikki xalqaro konferensiyalari materiallari ishonchli tasdiqlaydi.

Insoniyat o'z evolyutsiyasi yo'llarini qayta ko'rib chiqishi va sivilizatsiyaning real istiqbollari obyektiv baholashi zarurdir. Texnika taraqqiyoti insonning tabiiy va intellektual muhitini, dunyoqarashini tubdan o'zgartirdi.

O'tgan asrlar odamining an'anaviy - "piyodaning ko'rinishi" o'rnini avtomobil yoki samolyot oynasidan "ko'rinish" egalladi. Insonning ko'rgan narsasini tushunishga vaqti yo'q.

Ekologik ta'lim va tarbiya tizimi zamonaviy odamlarda ekologik ongning shakllantirishning faol vositasidir, shuning uchun umumiy ta'lim jarayoniga ekologik tarkibiy qismlarni organik ravishda jalb qilish va uning didaktik yukini sezilarli darajada oshirish muammosi paydo bo'ldi.

Zamonaviy ekologik ta'lim tizimi klassik rasionalizm vositalariga tayanishda davom etmoqda, uning ideali inson taqdiriga bog'liq bo'lmagan obyektiv mutlaq haqiqatdir. Agar ekologik ta'lim obyekti sayyoradagi energiyaning biogeokimyoviy energiyaga aylanishlariga, ekotizimlarning turlariga va tabiatdan oqilona foydalanish tamoyillariga yo'naltirilgan bo'lsa, maqsadga erishilgan deb hisoblanardi. Biroq, bu umuman shunday emas. Ekologik ta'limning strategik vazifalari tabiatdan foydalanishning fundamental asoslaridan biri sifatida umumiy ekologiya nazariyasi va amaliyotini o'zlashtirishdan tashqariga chiqadi. Turli xil ekologik empirizm haqidagi bilimlar yagona konseptual tizimga organik ravishda birlashtirilishi kerak. Ushbu muolaja juda muhim va ayni paytda murakkabdir. Hatto A.Eynshteyn ham odamlar ko'p narsani bilishini va kam tushunishlarini ta'kidlagan edi. Tushunish ichki e'tiqod, sezgi bilan uzviy bog'liq bo'lib, dunyoga oqilona, muvozanatli munosabatda bo'lish sharti oldida muhimdir. Vaziyatni tushunish va bilish chuqur ijtimoiy-madaniy va axloqiy kontekstga xosdir.

5.3. Turizm ekologik madaniyatni shakllantirish omili sifatida

Yaqin vaqtlargacha tadqiqotchilar biosferaning unsuri sifatida insonga unchalik qiziqish bildirmaganlar va tabiiy muammolarning butun qatlami ijtimoiy fanlar nazaridan chetda qolgan, shuning uchun ular zamonaviy ekologik muammolarga tayyor emas edilar: “Faqat ekologiya orqali g‘oyalar paydo bo‘ladi. Tabiatshunoslikning, birinchi navbatda, o‘z-o‘zini tashkil etish nazariyasi (universal evolyutsionizm) jamiyat faniga kirib, uning tabiat bilan bog‘liq eng murakkab masalalarini yoritib bera boshlaydi” [96].

Bu yo‘lda vaziyatni qayta ko‘rib chiqish, inson tabiatining “yo‘qolgan paradigmasini” topish imkoniyatlari mavjud. Ko‘rinib turibdiki, inson tabiatan madaniy mavjudotdir, chunki u o‘z madaniyatiga ko‘ra tabiiy mavjudotdir, deb E. Morin o‘zining "Yo‘qotilgan paradigma: inson tabiati" (1995) asarida ta’kidlagan. Bunday interpretatsiyani tushunish oson emas. Tabiat yodgorliklari va madaniy diqqatga sazovor joylarni muhofaza qilish masalasi muhokama qilinayotgani shundan dalolat beradi. Hatto bu muammolar bilan shug‘ullanuvchi jamoat tashkilotlari ham tubdan farq qiladi.

Akademik D.Lixachev “Madaniyat ekologiyasi” atamasini ilmiy muomalaga kiritdi va haqiqatda bu yo‘nalishga asos soldi, biroq uning konsepsiyasining ayrim qismlari “madaniyat” va “tabiat” tushunchalarining chegaralanganligi haqidagi xulosaga asos bo‘ladi. Madaniy muhitni saqlash, uning fikricha, tabiiy, biologik xilma-xillikni saqlashdan kam emas. Tirik shakllarning haqiqati va hududlarning tabiiy xilma-xilligi hayot mazmunini, jumladan, ijtimoiy hayotni kafolatlaydi va mintaqalarning etnik-madaniy xilma-xilligi tabiiy biologik xilma-xillikni saqlashning kafolati hisoblanadi. Biroq, D.Lixachevning fikricha, tabiiy muhitda yo‘qotishlarni qayta tiklash mumkin, ammo madaniyatda emas [74].

Tabiatshunos B. Grzimek, aksincha, yovvoyi tabiat insoniyat uchun qadimgi cherkovlar, yunon haykallari va Misr piramidalaridan kam bo‘lmagan madaniy qadriyat ekanligini ta’kidlaydi. Hayvonlar nobud bo‘lmoqda va "hech bir arxeolog ularni bir necha asrlardan keyin yana yerdan qazib ololmaydi" [29].

Bugungi kunda nafaqat Toj Mahal, Elsiyor va Algambra, balki Severskiy Denkdagi Muqaddas tog‘lar, Qrimdagi Karadag va Ternopol viloyatidagi Zarvanitsa ham ulardan qolishmaydigan

ahamiyatga ega ekanligi ayon bo'ldi. Tarixiy diqqatga sazovor joylar saqlanishi kerak, ammo bu yerda ma'muriy yondashuv to'g'ri emas va hatto xavflidir.

Zamonaviy ekologiyaning predmet sohasining "madaniyat ekologiyasi", "ruh ekologiyasi", "intellektual ekologiya" kabi gumanitar sohalarga kengayishi shu bilan tugamaydi.

Hozirgi vaqtda "ekologik turizm" atamasi keng tarqalmoqda, bu tabiat va madaniyat qadriyatlarining uyg'unligini rag'batlantirilishi mumkin bo'lgan jamiyatning haqiqiy hodisasini anglatadi. Ekologik turizm - madaniy, marifiy, ilmiy, marifiy, sport va rekreatsion ahamiyatga ega bo'lgan faol dam olishning o'ziga xos shakli bo'lib, dam olish, atrofdagi tabiiy va madaniy muhit bilan tanishish maqsadida odamlarning doimiy yashash joyidan tashqarida sayohat qilishlari va qolishlari jarayonida yuzaga keladigan munosabatlar va hodisalar yig'indisi sifatida belgilanadi [40].

Zamonaviy inson hech bo'lmaganda vaqti-vaqti bilan urbanizatsiya va texnogen dunyoni tark etib, tabiatga murojaat qilishi kerak. Binobarin, V.Kutyrev ta'kidlaganidek, tabiat bo'laklarini "tabiat yodgorliklari" deb atash to'g'ri bo'lardi. Sayyorada sun'iy muhitning uzluksiz massivida faqat kichik bir individual tabiat qo'shimchalari (qo'riqxonalar, bog'lar, qo'riqxonalar va boshqalar) saqlanib qolgan [73].

Bugungi kunda turizm bilan shug'ullanish uchun juda ko'p sabablar mavjud, jumladan, boy odamlarning injiqliklari. Odamlar real sharoitlarda jismoniy imkoniyatlarni boshdan kechirishga harakat qiladilar, ya'ni tabiat hayotida faol ishtirok etishni xohlashadi. Sensorli tajribani boshdan kechirish va instinktlaringizni uyg'otish istagi birinchi o'ringa chiqadi. Yuqori texnologiyali uskunalari: poyabzal, kiyim-kechak, chodirlar, dubulg'alar, namlovchi qoplar, ko'chma suv tozalagichlar ishlab chiqarish ko'paymoqda. Bular hammasi turizm bilan shug'ullanish istagini ro'yobga chiqarmoqda.

So'nggi paytlarda zamonaviy turizmning quyidagi yangi shakllari paydo bo'ldi: ekologik, ekstremal, harbiy (harbiy drammatizatsiyalarda ishtirok etish), sport (alpinizm, vindserfing va boshqalar). Zamondoshlar sayohatlarining ko'pchiligini "do'kon turizmi", qishloq (agrar) turizmi, sarguzashtli sayohat, kosmik turizm, virtual sayohat, "kambag'al" va "boylar" turizmi, tibbiy sayohatlar ham o'sib bormoqda. Tibbiy turizm plastik jarrohlik, jinsni o'zgartirish,

transplantatsiya va shunga o'xshash maqsadlarda sayohatlar kabi yangi shakllarni oladi. Misol uchun, Interpol ma'lumotlariga ko'ra, braziliyaliklar Yoxannesburgga boradilar va u yerda badavlat bemorlarga a'zolarni xususiy klinikalar orqali sotadilar.

Turizmning rentabelligiga haddan tashqari e'tibor berish uning asosiy maqsadini soddalashtirishga olib keladi. Turizmning bunday "industriyasi" tamoyili "barchadan ustunlik"dir. Dam olish maskanlarida qulay sharoitlar yaratish va shu orqali iste'molchining dunyoga munosabatini shakllantirishga katta mablag' sarflanadi. Fransuz faylasufi J.Bodriard zamonaviy turizmni gipertrofiyalangan birgalikda yashash shakli sifatida izohlaydi.

Tabiatni vahshiylarcha ekspluatatsiya qilishdan farqli o'laroq, ekologik turizm tug'ildi, uning g'oyasi ishlab chiqildi. Jahon sayyohlik tashkiloti ta'rifiga ko'ra, ekoturizm - bu hayvon va o'simlik dunyosini kuzatish, o'rganish, madaniy qadriyatlar bilan tanishish maqsadida tabiatning nisbatan bokira bo'lgan inson xo'jalik faoliyatidan uzoqlarga sayohat. Turizmning boshqa turlaridan farqli o'laroq, ekologik turizm rivojlangan infratuzilmani talab qilganligi sababli tabiiy muhitga kamroq tasir ko'rsatishi kerak [40].

Shunday qilib, ekologik turizm sayyohlik faoliyatining ommabop shakliga aylanadi, zamonaviy insonning ekologik madaniyati va ekologik kompetensiyasini shakllantirishni rag'batlantiradi, uning dunyoqarashini kengaytiradi, adekvat hissiy va estetik rivojlanishni taminlaydi.

Biroq, avtomagistrallarni, restoranlarni va zamonaviy turizm va rekreatsiya infratuzilmasining zarur tarkibiy qismlarini yaratishni taminlaydigan foydali qulay turizm yovvoyi tabiatning tanazzulga uchrashiga olib keladi va uning bokiraligini buzadi. Oqibatda yovvoyi tabiatning noyob vohalari yo'q bo'lib ketadi, yangi ekomadaniyat esa bunday bo'lishni to'xtatadi va sayyohlarni o'ziga tortmaydi.

Turizm sanoati (yo'llar, lagerlar, transport va boshqalar) tabiiy muhitning normal ekologik rivojlanishini buzmay qolmaydi. Shuning uchun tabiat, inson va jamiyatning uzviy birligi g'oyasi shaxsning dunyoqarash yo'riqnomalarida asosiy g'oyaga aylanishi kerak.

Binobarin, turistik infratuzilmaning tabiiy muhitga salbiy tasiri davom etmoqda. Turli mamlakatlarning qonunchiligi va me'yoriy hujjatlarida tabiatni muhofaza qilish ustuvorligi e'lon qilinganiga qaramay, bu sohada iqtisodiy va moliyaviy manfaatlar ustunlik qiladi.

Biroq, hatto biznes ham tabiat talablari bilan hisoblashishi kerak. Ularni amalga oshirish istiqbolli turizm tarmoqlari uchun zaruriy shartdir.

Hozirgacha ekologik namoyishlar samarasiz bo‘lib kelmoqda. Ommaviy turizmning tabiat va madaniyatga halokatli tasiri davom etmoqda. Ekologlar mulkdorlar bilan uzoq davom etgan “urush”ni davom ettirib, ularni milliy tabiiy boyliklarni asrab-avaylash, inshootlar qurish, muhofaza etiladigan hududlarda transport aloqalarini cheklash, turistik marshrutlarni ekologik jihatdan tekshirish zarurligiga ishontirmoqda.

Turizm nafaqat uyushgan sayohat, balki diqqatga sazovor joylarni ko‘rishning kengayishi, xilma-xil va murakkab dunyoda insonning birgalikda mavjudligi hissini tasdiqlashdir. Globallashuv sharoitida uning muhim vazifasi boshqa madaniyatlarni tushunish qobiliyatini shakllantirish, **kommunikativ madaniyatni** egallashdir. Turizm, ayniqsa, ekologik turizm noyob tabiiy va madaniy qadriyatlar bilan tanishish imkonini beradi. Bunday vaziyatlarda, tayyor bo‘lmagan odamning notanish madaniyatiga sho‘ng‘ishi natijasida o‘ziga xos madaniyat zarbasi olishi mumkin. Madaniyat zarbasi shaxsning jamiyatda faoliyat yuritishiga yordam beruvchi tanish psixologik omillar yo‘qolib, ularning o‘rnida noma‘lum va tushunarsiz bo‘lib ko‘ringanida yuzaga keladi” [144], masalan, kechikish odatiy hol, kulish suhbatdoshning eshitib turishini anglatishi mumkin va hokazo. Bunday madaniyat zarbasi boshqasini tushunish qobiliyatini shakllantirish uchun rag‘batlantiruvchi omil hisoblanadi. Bu jihatda turizm etikasini yoki V. Pazenkning fikricha, turizm tashkilotchilariga ham, umumiy turizm hamjamiyatiga xos bo‘lishi kerak bo‘lgan “ma’naviy-psixologik komponent”ni rivojlantirish zarurati tug‘iladi. Notanish odamlar va vaziyatlar bilan uchrashganda odoblilik va yaxshi xulq-atvor e’tiborli, do‘stona va mehmondo‘st bo‘lishga imkon beradi, shuning uchun turizm individual va jamoaviy takomillashtirishning samarali vositasidir.

Turizm boshqa sohalarning tadbirkorligi uchun yangi imkoniyatlar ochadi. Jahon sayyohlik tashkilotining sobiq bosh kotibi F.Franjialling so‘zlariga ko‘ra, so‘nggi 50 yil ichida turizm biznesi va dam olish sanoati Yevropa va Shimoliy Amerikaning iqtisodiy rivojlanishining kuchli omiliga aylandi. Osiyo, Yaqin Sharq, Lotin Amerikasi va ba’zi Afrika mamlakatlari ham turizmning ijobiy tasirini

boshdan kechirmoqda. “Turizm rivojlangan joyda qashshoqlik kamayadi” [172].

Turizm asossan sanoatlashgan bo‘lib, uni ekologik toza yo‘nalishga yo‘naltirish bo‘yicha harakatlarni birlashtirish muammosi paydo bo‘ladi. Turizm bo‘yicha Gaaga deklaratsiyasi (1989) tamoyillarida qayd etilganidek, tabiiy, madaniy va insoniy muhit turizmni rivojlantirishning asosiy shartidir. Turizmni oqilona tashkil etish tabiiy landshaftlar va madaniy merosni muhofaza qilish, turmush darajasini oshirishga qodir.

Buning uchun turistlarni tabiiy va madaniy boyliklarga hurmat ruhida tarbiyalash zarur. Faqat shunday turizm xalqaro miqyosda insoniy munosabatlar sifatini oshirishga qodir, dunyo tinchligiga erishishga imkon berishi mumkin [117].

Keyingi paytlarda chiqindilarni utilizatsiya qilish, sayyohlarni mahalliy ekologik muammolarni hal qilishga jalb etishga katta e‘tibor qaratilmoqda.

Ekologik turizm tabiatni muhofaza qilish mahalliy aholi uchun foydali bo‘ladigan iqtisodiy sharoitlarni yaratadi. Turizmning bu tarmog‘i tabiiy va madaniy muhitga qaratilgan bo‘lib, ularning faol himoyachisining zarur belgilarini shakllantiradi.

Zamonaviy ekologik turizm har doim ham ryukzakli sayohat emas va jismoniy tayyorgarlikka ega odamlar uchun emas. Bu juda qulay, ammo atrof-muhit uchun zararsiz bo‘lishi mumkin. Shu munosabat bilan ekologik transport - velosipedlar, motorli qayiqlar, paraplanlar va boshqalardan foydalanish samaralidir. Muhim muammo - dam olish joylarini tashkil etish (ovqat tayyorlash, o‘choqlar, hojatxonalar, axlatlarni tozalash va boshqalar) qoladi.

Xalqaro Ekologik Turizm Jamiyati (XETJ) quyidagi “**Turistik axloq kodeksi**”ni taklif qiladi:

- Yerning zaifligini yodda tuting;
- Faqat iz qoldiring, faqat suratga oling;
- Siz tushgan dunyoni o‘rganing, tanishing;
- Mahalliy aholini hurmat qiling;
- Atrof-muhitga tahdid soladigan mahsulotlarni xarid qilmang;
- Faqat yaxshi bosilgan yo‘llarda yuring;
- Atrof-muhitni muhofaza qilish bo‘yicha faoliyatni va tabiatni muhofaza qilishga hissa qo‘shadigan tashkilotlarni qo‘llab-quvvatlang;

- Ekologik turizm tamoyillarini qo‘llab-quvvatlaydigan kompaniyalar bilan sayohat qiling.

Ekologik turizm ekologik madaniyatning zarur sharti bo‘lgan ekologik bilimlar asoslarini o‘zlashtirishga yordam beradi. Zero, tabiyat ham estetik qadriyat (landshaft fazosi) vazifasini bajaradi. Qolaversa, faylasuf O.Spengler ta’kidlaganidek, “manzara insonning ruhini shakllantiradi”.

Zamonaviy turizm industriyasi daromadlarining katta qismini taminlovchi ekoturizm faol rivojlanmoqda.

Xullas, turizm faoliyatini tashkil etish va turizm infratuzilmasi bo‘yicha mutaxassislar tayyorlash shakllari takomillashtirilmoqda, turizm fanlarining yaxlit, fundamental tizimi shakllantirilmoqda, ularning shakllanishida turizm ekologiyasi va turizm falsafasi, umuman olganda - turizmologiya muhim o‘rin tutadi.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Ekologik muammolar deganda nimani tushunasiz?
2. Zamonaviy odamning tabiat bilan munosabati qanday tus oldi?
3. Ekologik ong deganda nimani tushunasiz?
4. Zamonaviy ekologik ta’lim deganda nimani tushunasiz?
5. Turizm ekologik madaniyatni shakllantirish omili sifatida deganda nimani tushunasiz?
6. Ekologik turizmning o‘ziga xos xususiyati nimada?
7. Ekologik turning mohiyati nimadan iborat?
8. “Turistik axloq kodeksi” nimalarni o‘z ichiga olishi kerak?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Гржимек Б. Дикое животное и человек / Б. Гржимек. – М., 1982.
2. Экологическая энциклопедия: в 3-х т. - К.: ООО «Центр экологического образования и информации», 2008.
3. Квартальнов В. А. Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристического назначения, культура мира системы трудовых миграции, педагогика, социология и стратегия управления: в 5 т. /В. А. Квартальнов - Т. 1: Теория и практика туристских исследований. – М.: Наука, 2002.
4. Крисаченко В. С. Экологическая культура / В. С. Крисаченко. – К. 1996.

5. Кутырев В. А. Могущественный раб техники... / В. А. Кутырев // Человек. - 2006. - № 4.
6. Лихачев Д. С. Прошлое – будущем. Статьи и очерки / Д. С. Лихачев. – Л., 1985.
7. Моисеев Н. Н. Современный антропогенез и цивилизационный разлом (эколого-политический анализ) / Н. Н. Моисеев // Вопросы философии. – 1995. – № 1.
8. Нейсбит Дж. Высокая разработка. Глубокая гуманность. Технология и Наш поиск смысла - Москва: АСТ: кросс-стол книга, 2005.
9. Окишев П. А. Основы туризоведения / П. А. Окишев. -Томск, 2005.
10. Попович М. В. Туризм как феномен культуры / М. В. Попович // Философские очерки туризма. – М., 2005.
11. Тоффлер О. Футурошок / А. Тоффлер. – СПб. 1997.

VI - MAVZU. TURIZM MADANIYATSHUNOSLIGI

Mavzuni o‘tishdan maqsad: Turizm madaniyatshunosligining o‘ziga xosligini, uning vositalarini, mexanizmini hamda turizmning madaniyat sifatida ahamiyatini o‘rganadi.

Reja:

6.1. Turistik kulturologiyaning mohiyati.

6.2. Turizmning madaniyatshunosligi va turizm faoliyati amaliyotida madaniy ahamiyatga ega axborotni taminlash vositalari va mexanizmlari.

6.3. Turizmning madaniy ahamiyati. Madaniy turizmni insonparvarlashtirish missiyasi.

6.4. Turistik faoliyat insonning madaniy ehtiyojlarini boyitish omili sifatida.

6.5. Turizm boshqa madaniyatni (inkulturatsiyani) o‘rganish va madaniyatlararo tushunishni shakllantirishning universal vositasi sifatida .

6.1. Turistik kulturologiyaning mohiyati

Turistik bilimlar nafaqat ijtimoiy hodisalarni yaxshiroq tushunishga, tarixiy tajribani tartibga solishga, balki insoniyat rivojlanishining asosiy yo‘llarini belgilashga yordam beradi. Aynan shunday pozitsiyalardan kelib chiqib, turizm va madaniyatshunoslikni asosiy konseptual, uslubiy va amaliy unsurlarning kesishmasida ko‘rib chiqish va taqqoslash kerak.

“Turizm madaniyatologiyasi” iborasi ma’lum bir konseptual maqomga va mazmuniga ega bo‘lgan quyidagi tushunchalarni bildiradi: “turizm falsafasi”, “turizm iqtisodiyoti”, “turizm etikasi”, “turizm antropologiyasi”, “turizm sotsiologiyasi”, “turizm pedagogikasi” va boshqalar [169].

Biroq turizmshunoslikning umuminsoniy g‘oyaviy-kognitiv funksiyasi tushunchalaridan kelib chiqadigan aynan ana shu genetik munosabat turizm faoliyati va umuman turizm fenomenining madaniy qarashlarining o‘ziga xosligini neytrallashtira oladi. Turizm faoliyatining qaysi tarkibiy qismlarini madaniyatshunoslik obyekti va predmeti deb hisoblash kerakligi ishonchli tarzda aniqlanmagan. Buni

aniqlash esa turizm madaniyatshunosligining shakllanishi va rivojlanishi istiqbolini belgilaydi.

Madaniyat fanlari, tadqiqotchilar ta'kidlaganidek, o'z predmeti va obyekt (birinchi navbatda, madaniyat falsafasi, bir qator tarixiy, sotsiologik, filologik va boshqa ijtimoiy-gumanitar fanlar) bo'yicha chegaralanish bosqichidadir [70].

Shuning uchun madaniyatni madaniyatshunoslikning obyekt sifatida qarash ma'qul. Uning subyekt esa - qadim zamonlardan to hozirgi kungacha ma'no (yoki semantika), ahamiyati (yoki qadriyat) va semiotika (yoki yo'llari) nuqtai nazaridan tushunish usullarini tanlash tavsiya etiladi.

Madaniy semantika nuqtai nazaridan turizmshunoslik madaniy ahamiyatga ega bo'lgan ma'lumotlarni uzatish vositalarini o'rganadi, ular belgilash (ushbu ma'lumotni belgi sifatida ishlaydigan ma'lum bir obyektga - kommunikativ analog, ma'lumot o'rnini bosuvchi) va tushunish jarayonlarida amalga oshiriladi. (belgi yordamida efirga uzatiladigan axborotni tushunish, qayta qurish) [70]. Ushbu ta'rifni hisobga olgan holda, turizmning madaniy tarkibiy qismi sifatida madaniy ahamiyatga ega bo'lgan ma'lumotlarni o'zlashtirish va mustahkamlash turizm faoliyati subyektining individual ongiga qanday xizmat qilishini tushunish mexanizmlari, vositalari va usullarini o'rganishni ko'rib chiqish qonuniydir. Aynan u insonning kognitiv va ijodiy faoliyatining universal va ayni paytda ko'p o'lchovli asosini tashkil qiladi.

Turizm kulturologiyasi - bu tarixda ijtimoiy fanning "madaniy hodisa" maqomini uning obyektivlashuvi natijasida, ya'ni tarixiy obidalar, tabiiy hududlar, ziyoratgohlar, san'at asarlarining ma'nolarini o'rganadigan fandır. Bunda shaxs harakatining energiya salohiyati sayohat qilish orqali ma'lum bir qiymat effektini olish, shuningdek, bunday sayohatning shakllari, vositalari va usullarini o'rganish maqsadiga yo'naltiriladi.

"Turizm" tushunchasini nazariy va amaliy ma'noda anglagan holda, turizm amaliyotining tarkibiy qismi – shaxsning tashkiliy faoliyatini qiymat-semantik, madaniy-mafkuraviylikdan ajratish zarur. Sayohatchilarning o'zlari uchun ham, bu jarayonda xizmat ko'rsatish funksiyalarini bajaradiganlar uchun ham turizm faoliyatini tashkil etish, uning tamoyillari va usullari madaniy tadqiqot obyekt emas. Ikkinchidan, "turizm" tushunchasini shartli ravishda ajratish, keyin

esa keng va tor ma'noda birlashtirib, solishtirish maqsadga muvofiqdir.

O'rtacha kuzatuvchining tasavvurida turizm ko'pincha sayohat bilan bog'liq. Bu turizmning tor sohasi. Sayohat - ma'lum vaqtni talab qiladigan, sharoit va transport vositalarini taminlashni talab qiladigan makondagi jismoniy harakat emas. Keng ma'noda sayohat - bu odamning ongi va ruhiy holatini yaxshilash bilan bog'liq o'zgarishdir, yangi ma'lumotlar, his-tuyg'ulardan, tafakkur, fikrlash uchun material va oxir-oqibat, o'zini biladigan odamga tasir qilishi mumkin bo'lgan ma'lumotlarning to'planishidir.

Madaniyatshunoslik turizm hodisasining ma'lum bir madaniy natija jarayonida madaniy va tarixiy ko'rinishga ega bo'lgan ma'nolarini ko'rib chiqishi mumkin. Bu ko'rinishlar ba'zan natijaning o'zi sifatida taqdim etiladi. Bunda turizm kulturologiyasi uslubiy maqom oladi. Demak, turizm hodisasi so'zning tor ma'nosida turizm subyekti bo'lgan obyektlarning bozor va turistik jozibadorligi nuqtai nazaridan o'rganilmayapti. Bu turizm antropologiyasi emas, uni ijtimoiy mavjudotning yangi makonni o'zlashtirishga bo'lgan ehtiyojini qondirishning jismoniy shakli deb hisoblaydi. Bunday motiv turizmga "inson o'lchovi yondashuvi" konsepsiyasiga kiritilgan bo'lsa-da, madaniyatning o'zini hisobga olmaydi.

Demak, turizm madaniyati bu sayohat turlarining ma'nolarini anglashdan iborat bo'lib, ular o'z-o'zini anglashda inson ruhiyatining harakatlanish usullariga aylanadi.

Madaniy ma'noda turizm insonning yangi madaniy makonni o'zlashtirishdagi ehtiyojlarini oddiy qondirishdan ko'ra ancha kengroq hodisadir, uning mohiyatini "tarbiya" orqali ochib beradi. Ushbu shakllanish jarayonining o'zi kelajakda mustaqil va samarali madaniy rol o'ynay boshlaydi. Turizmni madaniyatshunoslik metodologiyasi hayotning ko'rinishlarini to'ldiradigan umumiy madaniy va turistik oqimlarning eng muhim dominantlarini ajratishga to'g'ri keladi, deb ishoniladi.

Mavjud bo'lgan barcha dominantlarni qamrab olishning iloji yo'q, chunki ular makon va vaqt bo'yicha tarqalib ketgan, turizmning madaniyatshunosligi tizimli o'rganilmaganligi sababli ularning ro'yxati juda shartli. Madaniy turizm voqeligini to'liq idrok etish uchun butun tarixiy sikl davomida insonning o'zi va yashash muhiti haqidagi g'oyalari rivojlanishini har tomonlama tahlil qilish kerak.

Zamonaviy ma'noda turizm kulturologiyasi haqidagi birinchi g'oyalar XX asrda paydo bo'lgan, chunki hozirgi vaqtda ushbu tushuncha bilan ko'rsatilgan narsa ilgari qabul qilingan chegaralarga to'g'ri kelmagan, ammo boshqa sayohat dominantlari - ziyorat, yer kashfiyoti va boshqalar orasida tarqalib ketgan. Madaniyatshunoslikni o'ziham fan sifatida faqat XX asrda shakllangan. Bundan oldin uning tarkibiy qismlari boshqa ilmiy yo'nalishlar tekisligida tushunilgan.

Demak, antik davrning tarixiy voqeliklarini turizm madaniyatshunosligining zamonaviy tushunchalariga mos ravishda tahlil qilish mumkin. Shu bilan birga, faqat XIX asrda bunday turizm madaniyatshunosligi shakllangan asr bo'lganini unutmaslik kerak. Muammoning mohiyati turizm madaniyatini o'rganishning mazmunli ulushi sifatida uni ta'kidlash uchun vositalarni izlashdir. Ilmiy tadqiqotda o'ziga xos taxmin turizmning madaniyatshunosligiga tasir ko'rsatgan eski dunyoqarash omillarini qisman qayta qurishga imkon beradi.

Qadimgi madaniyatlarda turizmning madaniy asoslarini fazoviy izlash eng istiqbolli hisoblanadi. Masalan, umuminsoniy mentalitetning namoyon bo'lgan mehmondo'stlik turizmning tipik belgisiga aylandi. Biroq turizm hodisasini o'rgatishda kulturologik yondashuvni qo'llashning asosiy yo'nalishlari insoniyat madaniyatining mifologik-diniy, tarixiy-antropologik, badiiy, adabiy va boshqa qatlamlaridir. O'zbek madaniyati islom diniga tabiiy ravishda jalb qilingan. Bu tendensiya o'z rivojlanishining faol bosqichida kuzatiladi va turkiy va umumiy islom jamoalari doirasida o'ziga xos ekspressiv xususiyatlarga ega.

Turizmga diniy tasirlar to'g'risida yagona tushuncha yo'q, ammo bu masala turizm madaniyatshunosligi tomonidan qisman o'rganiladi. Diniy motivlarning aksariyati uzoq muddatli o'zgarishlar tufayli turizm madaniyati tomonidan o'zgartirilgan shaklda o'zlashtirilgan, bu yerda diniy komponent aniq transsendental xususiyatga ega. Bu islom dinining rolini e'tiborsiz qoldirmaydi, balki hayotning ko'plab sohalarida, xususan, diniy turizmga kuchli e'tiqod impulsi qanday uyg'onishini va haqiqatni shakllantirishini ko'rsatadi.

Turizm madaniyatini o'rganishning muhim diniy tarkibiy qismlaridan biri bu -asrlar davomida ko'plab psixologik va ijtimoiy ko'rinishlarda amalga oshirilgan Injil tushunchalari bo'lib, diniy turizmning tarixiy retrospeksiya va zamonaviyligi ham muhim

bo'lib, hozirda u asosiy o'rinni egallaydi, umumiy turistik oqimdagi muhim joy sifatida ko'riladi. Bu nafaqat turizm madaniyatining diniy namoyon bo'lishi uchun tuzilgan, balki turizmning deyarli butun madaniy sohalarida turli intensivlik bilan tarqaladigan tarkibiy qismidir.

Jannatdan quvilgan Odam Ato va Momo Havo "dushman dunyosiga" tushib qolishadi, ularni birinchi turist deb hisoblasak bo'ladi. Aynan mana shu surgunda turizm voqeliklarining muhim tushunchalaridan biri jannatni izlash, uni qisqa muddatga bo'lsa ham qaytarish istagi asos bo'ladi. Masalan, bular ekzotik tabiatning go'zalligi fonida odam butunlay beparvolikka botgan kurortlardir. Jannat og'ir jismoniy mehnatning yo'qligi bilan bog'liq, chunki Muqaddas Kitobda aytilganidek, Xudo shunday degan: "Yerga qaytguningizcha nonni yuzingiz teri bilan yeysiz" (Ibtido 3:19).

Turizm sanoati mehnat majburiyatidan xalos bo'lish istagini qondiradi. Aynan Qobil sayyohlik tendensiyasini boshlagan, u Hobilning o'ldirilishidan keyin hech qayerda tinchlik topa olmagan surgunga aylangan (Ibtido 4:14). Bu afsun insonning yer yuzida bo'lishi muammolaridan birini o'z ichiga oladi - tinchlikni cheksiz izlash, yangi taassurotlar olish istagi, atrof-muhitda o'zini tutishning buzilgan tizimi bilan birlashtirilgan.

Zamonaviy turizm sanoatida "Qobil sindromi" keskin namoyon bo'ladi, bu jamiyatdagi stressli taranglik, to'g'ri axloqiy tanlov qilishning doimiy ehtiyoji bilan bog'liq. Zamonaviy "Qobillar" doimiy sayohatda taskin izlaydilar, lekin ular tinchlikka erishmaydilar, ular faqat kichik psixologik yengillikni oladi. "Qobil sindromi" Bibliya tomonidan sayohatning qoralanishini bildirmaydi - aksincha, ziyorat ijobiy hodisalar sifatida tavsiflanadi.

Muqaddas Kitobga ko'ra, yomon odatlarning tarqalishiga va inson qadr-qimmatining pasayishiga odamlarning mahalliy konsentratsiyasi sabab bo'lgan. Solih Nuh va uning oilasi yuksak axloqiy fazilatlar va Xudoga bo'lgan sadoqat tufayli qutqariladi. Ushbu hikoyada madaniy an'ana yangilikni idrok etishni rag'batlantirishdan iborat. Radikal kataklizmlar (toshqin) yerni yo'q qilishi mumkin, ammo haqiqiy sayohat ichkarida sodir bo'ladi - odamlarning ichki dunyosi haqiqatda prognoz qilinadi. Nuh butunlay mazmunli bo'lmagan, lekin katta motivatsiyaga to'la sayohat qiladi. Kemani qurish va sayohat paytida Nuh o'z missiyasini amalga

oshirish bilan shug'ullangan. Bu unsur juda muhim, chunki madaniy an'analarda u insonning muhtoj va baxtli bo'lish uchun ikkita asosiy ruhiy intilishlariga mos keladi.

6.2. Turizmning madaniyatshunosligi va turizm faoliyati amaliyotida madaniy ahamiyatga ega axborotni taminlash vositalari va mexanizmlari

Din turizm mavzularida fikr yuritish uchun juda ko'p materiallarni o'z ichiga oladi. Turizmning kulturologik usuli adabiyotda keng tarqalgan, chunki badiiy so'z sayohat hodisalarining chuqur psixologiyasini aniq aks ettirishga qodir. Adabiyot turizm madaniyatini o'rganishda madaniy ahamiyatga ega ma'lumotlarni himoya qilish uchun o'ziga xos to'siq bo'lib xizmat qiladi.

Adabiyotda sayohat makon va zamoni badiiy so'z orqali o'zgarishi deb ta'riflanadi, chunki muallifning tasavvurida chegara yo'q. Biroq, u tegishli qonunlarga bo'ysunadi va odamlarning tegishli ma'naviy ehtiyojlarini qondiradi. Misol uchun, fantastik adabiyot sizga mavjud bo'lmagan kelajakni boshdan kechirish imkonini beradi. Shaxsning yulduzlar sayohati olamiga qarashga urinishi real hayotda yerdagi vaqt va makonni tushunish zavqining yetishmasligi bilan oziqlanadi.

Turizm kulturologiyasi **rassomlarning** futuristik kayfiyatlarini tasniflamaydi, balki bu hodisalarning semantik omillarini aniq ko'rsatadi. Fantastika adabiyoti SSSRda mashhur edi, bu qisman boshqa mamlakatlarga sayohat qilishning imkoni yo'qligi bilan bog'liq edi. To'g'ri, bu asosiy narsa emas edi, bunday adabiyot o'ziga xos dissidentlik, xiralikka qarshi norozilik sifatida ham paydo bo'ldi. Fantastik adabiyot insonga fazoviy cheklovlardan voz kechishga imkon beradi. Biroq, bu haqiqiy hayotda mumkin emas edi. Ko'pgina kitoblarda, xususan, tarixiy va biografik adabiyotlar o'tmishga sayohat aks ettirilgan.

Turizm madaniyatshunosligi yozuvchi va kitobxonga tarixiy voqeliklarga yaqinlashishga yordam beradi, ularni ijodiy va tadqiqot kodlarini birlashtirish orqali bilish mumkin bo'lgan ma'lum bir yarim maxfiy bilimlar shaklida saqlashga yordam beradi. Madaniyatshunoslikning takomillashtirilishi ham sof ilmiy

ishlanmalar, ham madaniy merosni turizm mahsulotining sifatli tarkibiy qismiga aylantirishga havaskorlarning urinishlaridir.

Turizm madaniyatini o'rganish amaliyoti o'ziga xos sinov maydonchasidir - ba'zi qoidalar "omon qoladi", ba'zilar esa yo'q. Madaniyatning turizm voqeligiga tasirini tushunish uchun turizm bozorini tavsiflovchi umumiy qabul qilingan tasniflardan boshlash kerak. O'zbekistonda eng katta ulush kirish turizmiga to'g'ri keladi. Ko'pchilik sayyohlik kompaniyalari faoliyatida shunga mos strategiya va taktikalar ishlab chiqiladi.

Turizm bozori strukturasi har bir segmenti o'ziga xos madaniy majmuaga ega. Ba'zida madaniy komponent umumiy ma'lumot oqimida "yo'qoladi", lekin uning aniq identifikatsiyasi va izchil ongli ravishda amalga oshirilishi nafaqat moliyaviy foyda keltirishi mumkin, balki mamlakatning madaniy rivojlanishining yuqori sur'atlarini ham taminlaydi.

Turizmni madaniyatshunoslik mexanizmlari tarixiy o'tmishni yangilash intensivligi, tegishli ma'lumotlarni tanlash asoslari va mezonlari bilan sezilarli darajada farqlanadi. Masalan, SSSRdagi tegishli siyosat natijasida ichki turizm postsovet makonining (shu jumladan, O'zbekistonning) madaniy jihatida hali ham o'zining ikkinchi darajali xususiyatini, pastlik majmuasini yo'qotmagan.

Turizm kulturologiyasi sohaning moliyaviy muammolarini hal qilishga qodir emas, lekin u mafkuraviy buzilishlarni yumshata oladi va madaniy jihatdan sohani rivojlantirishning yangi asosiy yo'llarini taklif etadi. Uning vazifasi butun mafkuraviy merosni yo'q qilish emas, balki milliy turizm tarixidagi ijobiy o'zgarishlarni zamonaviy voqelikka mos ravishda integratsiyalashgan holda o'zlashtirish va o'zgartirishdir.

O'z madaniyatiga qiziqishning zaruriy shartlaridan biri bu o'z ona yurti tarixiga - uy, ko'cha, qishloq, shahar, viloyat tarixidan tortib butun mamlakat tarixiga qiziqishdir. Bunga alohida narsa emas, balki insoniyat miqyosidagi madaniyatning tarkibiy qismi, dunyo miqyosidagi madaniy jarayonlarning bir bo'lagi sifatida qarash kerak.

Aholining moddiy jihatdan badavlat qatlamlari negizida intellektual va estetik jihatdan boyitilgan turizm mahsulotlariga qiziquvchi iste'molchilar toifasi shakllantirilmoqda. Aynan kulturologiya ichki turizmning konsepsual tabiatida ijobiy tajribani

shakllantirish uchun mos bo'lgan eksklyuziv materiallarni aniqlashga va shunga mos ravishda o'zgartirishga yordam beradi.

Yashil turizm nafaqat etnografik va o'lkashunoslik nuqtai nazaridan, balki zamonaviy jamiyatning madaniy ehtiyojlari va muammolariga xizmat qilishda ham istiqbolli hisoblanadi. Hayotning tijoratlashuvi, raqobat kurashi stressga olib keladi va yashil turizmning asosi sifatida tabiat bilan tanishish odamlarga sivilizatsiyaning kelib chiqishiga qaytishga, dunyodagi o'z o'rnini qayta ko'rib chiqishga, jamiyat bosimidan dam olishga yordam beradi.

Dunyoni yaxlit idrok etishning kulturologik sharti boshqa madaniyatlarni bilish, ularning tabiatini tushunishdir. Shuni inobatga olgan holda, davlatning xalqaro hamjamiyat hayotining barcha jabhalarida to'g'ri pozitsiyada turish juda muhim.

Kirish turizmining kulturologiyasi yaxshi o'rganilmagan. Bunday hollarda o'rtacha iste'molchi uchun mo'ljallangan, taniqli narsalarga ega yorqin tasvir, brend shakllanadi. Ko'pincha bunday brend mamlakatning yaxlit qiyofasini emas, balki uning eng "targ'ib qilingan" xususiyatlarini aks ettiradi. Kirish sektori sohasidagi turizm madaniyatini o'rganishning vazifasi mamlakatning yaxlit imijini shakllantirishdan iborat, ammo stereotiplar darajasida emas, balki aniqlangan faktlar asosida. Xorijiy turistlarning mamlakatni sevib qolishining iloji yo'q, lekin agar siz unga hurmatni uyg'ota olmasangiz, bu turistik oqimni oshishiga imkon beradi.

Chiqish turizmining madaniyatshunoslik xususiyatlari o'rganilayotgan mamlakatga qarab farqlanadi. Postsovet mamlakatlarida uning idroki ba'zan xorijdagi buzilgan voqeliklarga asoslanadi, masalan, Fransiyada odamlar o'z mentalitetiga ko'ra xorijga tez-tez ta'tilga chiqmaydi.

O'zbekistonda turizmning madaniy salohiyati chiqish turizmida yaqqol nomoyon bo'ladi. O'zbeklarda tarixan chet el madaniyatiga nisbatan xayrixohlik hissi shakllangan. Bunga sabab sovet davri yillardagi og'ir turmush sharoiti, ko'plab diasporalar yordam bergan.

Kognitiv turizm xalqaro munosabatlarni sun'iy mafkuraviy tamoyillar asosida emas, balki odamlarning muloqot qilish va dunyo qadriyatlarini bilishdagi tabiiy ehtiyojlari asosida quradi. Kognitiv turizm nafaqat odamlarning ma'naviy qarindoshligi g'oyasi bilan, balki odamlarni ma'lum bir hududga bog'laydi. Ilmiy va

ishbilarmonlik turizmi ham hayotning muayyan sohalariga xizmat qiladi.

Madaniyatshunoslik xorijiy mamlakat xalqlarini, turizmga xos bo'lgan ayrim falsafiy paradokslarni yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Masalan, Misr piramidalari yoki Eyfel minorasi kabi taniqli obyektlar juda katta umidlarni keltirib chiqaradi, ammo, odatda, ularning tafakkuri qisman qondiradi.

Turizmning madaniyatshunoslik vositalari, usullari va mexanizmlari shartli bo'lib, rasmiy ko'rsatkichlardan ko'ra ko'proq ichki tabiati bilan belgilanadi. Turizm madaniyatshunosligining ko'p qirrali mexanizmini mutanosib tushunish ilmiy, ma'naviy va amaliy yondashuvlarning uyg'unlashuviga tayanishi kerak.

6.3. Turizmning madaniy ahamiyati.

Madaniy turizmni insonparvarlashtirish missiyasi

Turizmning madaniy ahamiyati. Turizm odamlarning katta kontingentlarining boshqa ijtimoiy-madaniy makonga vaqtinchalik ko'chishi bilan bog'liq ijtimoiy faoliyat shakli sifatida shaxsning jadal madaniy rivojlanishiga va millatlar, elatlar va etnik guruhlar madaniyatining o'zaro tasiriga, ularning siyosiy va madaniy rivojlanishiga, iqtisodiy o'zaro tasiriga yordam beradi [87].

Madaniyatni, madaniyatlararo muloqotni, shaxsni rivojlantirish maqsadida turizmning madaniy-kommunikativ va shaxsni o'zgartiruvchi funksiyalarini tushunish va anglash turizm madaniyatshunosligi yoki turizm faoliyatining madaniy o'zini o'zi anglashi deb atash mumkin [169]. Bu bizga turistik sayohatlarda qatnashmoqchi bo'lgan odamlarning katta guruhlarini o'zlarini barkamol, madaniy jihatdan boyitilgan va ijodiy shaxs sifatida ko'rsatib, madaniy-kommunikativ va madaniy-shaxsiy tasirga erishishni maqsadli rejalashtirishlari haqiqatini aniqlash va tushunishga imkon beradi [171].

Turizmning ijtimoiy xususiyatlari shundan iboratki, u quyidagilarda ishtirok etadi:

- obyektiv voqelikni bilish, bilim, hayotiy va kasbiy tajriba, ko'nikma va g'oyalarni egallash;
- obyektiv voqelikka baholovchi munosabatni rivojlantirish, hayotiy pozitsiyani shakllantirish, xatti-harakatlar uslubini modellashtirish;

- his-tuygʻularni, idrok etish, tushunish, fikrlar, mulohazalar, ongni shakllantirish va rivojlantirish;
- ijodiy individuallikni amalga oshirish, shaxsni rivojlantirish va takomillashtirish;
- hayotiy kuchlarni (jismoniy, aqliy va maʼnaviy) reabilitatsiya qilish, salomatlikni tiklash va yaxshilash;
- ijtimoiy aloqalarni oʻrnatish uchun qoʻshimcha imkoniyatlar yaratish, muloqot qobiliyatlari va ijtimoiy hayotni, kollektivizm va bagʻrikenglikni rivojlantirish.

Madaniyat inson va jamiyatni tabiat va boshqa tirik mavjudotlardan ajratib turadigan muhim narsa sifatida namoyon boʻladi. Bu insonni tabiiy muhitga moslashtirish vositasi va usulidir, ayni paytda uning oʻzini oʻzi tarbiyalash vositasi va usulidir.

Zamonaviy globallashtirilgan jamiyatda turizmning rivojlanishi tufayli madaniy aloqalarning mustahkamlanishi madaniyatni, uning darajasi va sifatini oshirishga yordam beradi.

Turizmning madaniy ahamiyati uning koʻp qirrali hodisa sifatida insonning murakkabligi va inklyuzivligi bilan chambarchas bogʻliq boʻlib, u psixofiziologik tashkilot, ichki dunyo, maʼnaviy hayot va dunyoqarash tarkibiy qismlarining yigʻindisi bilan belgilanadi. Insonning oʻzi, uning koinotni, tabiatni bilishga intilishi, joylar bilan tanishish, boshqa xalqlarning urf-odatlarini va anʼanalari, shuningdek uning sogʻligʻini tiklanishi, yaxshilashi, muloqot qilish, oʻz-oʻzini rivojlantirish uchun biologik va sotsiologik ehtiyojlarini diversifikatsiya qilishi orqali doimiy ravishda oʻzini oʻzgartirib boradi [36].

Turizm anʼanaviy sanoat tarmoqlariga toʻgʻri kelmaydigan oʻziga xos sohadir, chunki u iqtisodiyot va jamiyat hayotining deyarli barcha sohalarini qamrab oladi. Uning rivojlanishining obyektiv omillari (ish va ishlamaydigan vaqtlarni taqsimlashning oʻzgarishi, tijorat, harbiy, diniy sayohatlarning tarqalishi, ilmiy-texnikaviy va texnologik taraqqiyot va boshqalar) subyektiv (insonning boʻsh vaqtga boʻlgan ehtiyojlari) omillar bilan birga dam olish va boshqalar bilan muloqotni kuchaytirib bormishiga olib keladi, tabiat, bilish, qiymat yoʻnalishlarining sezilarli oʻzgarishi sodir boʻladi, maʼnaviy omillar moddiy neʼmatlar kabi maʼnaviy hayotning bir xil ajralmas unsurlariga aylanadi [122].

Turizm ijtimoiy hodisa sifatida shaxsni shakllantirish, uning intellektual rivojlanishi va ma'naviy boyitilishining muhim omili, uning huquq va erkinliklarini ro'yobga chiqarish, jahon tabiiy va tarixiy-madaniy merosini, insoniyatning ma'naviy merosini asrab-avaylash va keying avlodlarga yetkazish vositasidir, jahon sivilizatsiyasi yutuqlari, xalqlar o'rtasidagi o'zaro tushunishni takomillashtirish, ma'naviy va madaniy qadriyatlarni o'zaro almashish, munosabatlarini insonparvarlashtirishdir [18].

Turizmning insonparvarlik tabiati, insoniyat ehtiyojlariga yo'naltirilganligi dunyoda sodir bo'layotgan deyarli barcha jarayonlarning turizm faoliyatining tabiati va tarkibida aks etadi, uning shaxs va jamiyat hayotidagi ahamiyatini belgilaydi, ijodiy funksiyasini oshiradi, uni dunyoqarashi va obyektiv voqeliklariga tasir etuvchi muhim omilga aylantiradi.

Turizm inson va jamiyat hayotining kompleks universal tarbiyachisi sifatida insoniyat sivilizatsiyasi taraqqiyoti tarixiy jarayonini aks ettiradi va to'playdi, ma'naviy va madaniy qadriyatlarni beradi, shaxsni rivojlantiradi va boyitadi, jamiyatning umumiy holatiga, uning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy tasir qiladi.

Turizm katta madaniy-kommunikativ, madaniy-konsentrasion va kulturologik ahamiyatga ega. Madaniy aloqalarni faollashtirish, uni ijtimoiy makonning (turistik obyektlar atrofida) yo'naltirilgan nuqtalarida "siqish" orqali turizm faoliyati rivojlanishni tezlashtiradi, uning o'ziga xos sinergik o'sishini keltirib chiqaradi va ijodiy shaxslarning yangi fazilatlarini yaratishga yordam beradi.

Turli jamiyat vakillarining intensiv muloqoti shaxslar va ijtimoiy guruhlarining qadriyatlar tizimining o'zaro tasirini kuchaytiradi, o'zaro tushunish vositalarini kengaytiradi, ularning hayotiy yo'nalishlari, motivatsiyasi va qadriyatlari uchun umumiy asos yaratadi, jamiyat hayotining turli sohalaridagi (iqtisodiy, siyosiy, ekologik, madaniy) harakatlarni muvofiqlashtirishga yordam beradi.

Qoloq mamlakatlar iqtisodidagi turizm faoliyati tufayli tabiatni, madaniy yodgorliklarni muhofaza qilish, xalq hunarmandchiligini saqlash va madaniyatni rivojlantirishga katta mablag' yo'naltira oladi. Xalqaro turizm rivojlana borishi bilan millatlar bir-birining ehtiyojlari va manfaatlarini o'rganib, sayohat qiluvchi va mehmondo'st tomonlar o'zaro tushunish va chuqurroq ijtimoiy hamkorlik uchun asos

yaratadi, buning natijasida yirik mintaqaviy siyosiy, itisodiy va boshqa birlashmalar shakllanishi mumkin.

Insoniyat tarixida odamlar guruhlarining boshqa geografik va ijtimoiy-madaniy makonga ko'chishi bir necha bor va bir necha xilda sodir bo'lgan: "xalqlarning katta ko'chishi", harbiy yurishlar, hududlarni bosib olish, mustamlakachilik va boshqalar. Bunday ijtimoiy-demografik va sotsial-hududiy jarayonlar ko'p jihatdan ekspansionistik xarakterga ega bo'lib, shu ma'noda sayohat va turizmdan sezilarli darajada farq qilar edi.

Turist sifatida odamlarning katta guruhlarining boshqa ijtimoiy-madaniy makonga ko'chishi zamonaviy jamiyatni tubdan o'zgartirayotgan zamonaviy dunyo taraqqiyotining eng muhim tendensiyalaridan biridir. G'ayrioddiy madaniyat tashuvchilari bilan aloqa o'rnatish istagi, ya'ni madaniy va kognitiv missiya, shuningdek, shaxsning ma'naviy tashnaligi buning asosiy sabablaridan sanaladi.

Madaniy turizmni insonparvarlashtirish missiyasi. Ijtimoiy sohada, xususan ijtimoiy jihatdan tenglashtiruvchi, insonparvarlashtiruvchi tuyg'uga turizmning tasiri juda katta. Zamonaviy globallashtirishda iqtisodiyotda texnologik jihatdan rivojlanishda transmilliy korporatsiyalar hukmronlik qilmoqda. Buning ijobiy natijasi - butun dunyoda ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning tezlashishidir [170]. Biroq, eng rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda aholi turmush darajasi o'rtasidagi farq kamaymayapti, balki ba'zi joylarda ortib bormoqda.

Turizm insonparvarlik missiyasini bajarib, nafaqat turizm infratuzilmasida, balki turizm bilan bilvosita ishtirok etuvchi tarmoqlarda (oziq-ovqat, yengil sanoat, transport, qurilish va boshqa 50 dan ortiq tarmoqlarda) ham ish o'rinlarini yaratish orqali ijtimoiy keskinlikni yumshatadi, xalq hunarmandchiligini qo'llab-quvvatlaydi, atrof-muhitni muhofaza qilishga hissa qo'shadi va hokazo. Bu soha nafaqat iqtisodiy aloqalarni faollashtiradi, balki bir-birining asosiy ehtiyojlari va manfaatlarini tushunishga yordam beradi, iqtisodiy faoliyatni ularga moslashtiradi.

Faoliyati Jahon Sayyohlik Tashkiloti tomonidan tartibga solinadigan xalqaro turizm yuz millionlab odamlarning bevosita aloqalari orqali qarama-qarshilik kayfiyatini yumshatadi va samarali siyosiy konsensus uchun chuqur gumanitar shart-sharoitlarni shakllantiradi. Agar muayyan davlatlar o'rtasida siyosiy va

mafkuraviy qarama-qarshilik kuchaysa, ayniqsa, ular o'rtasida harbiy qarama-qarshilik yuzaga kelsa, bu turistlar almashinuvining kamayishiga va hatto to'xtab qolishiga olib keladi. Xavfsizlik darajasining pasayishi, terroristik harakatlar turizm faoliyatini cheklaydi.

Turizm nafaqat jahon iqtisodiyoti va siyosatida muhim o'rin tutadi, u madaniy o'zaro tasirga, o'zaro rivojlanishga, jahon madaniyatining ma'lum universal o'lchovlarini shakllantirishga yordam beradi. Bunda madaniyatni tor tarbiyaviy ma'nodamas, ya'ni fan, san'at, ta'lim, kutubxonachilik va muzey ishini qamrab oluvchi narsa sifatida emas, balki keng ijtimoiy-falsafiy ma'noda, ijtimoiy shaxsning o'zini o'zi tarbiyalash usuli sifatida tushunish kerak.

Turli milliy, mintaqaviy, etnik madaniyatlarning o'zaro tasiri va aloqasi faqat turist va mahalliy etnik madaniyatning tashuvchisi bo'lgan shaxsning individualligi orqali amalga oshiriladi, katta ijtimoiy guruhlar, etnik guruhlar, jamiyatlar madaniyatida ma'lum siljishlarni keltirib chiqaradi. Bu jarayonlarning butun spektrini tahlil qilish ham falsafiy, ham madaniy tahlilni talab qiladi.

Milliy va jahon ommaviy axborot vositalari orqali, masalan, Internet orqali shaxslar sayyoradagi hayot, har qanday mamlakatdagi eng muhim voqealar, turli xalqlarning madaniyati va an'analari haqida ko'p narsalarni bilib olishlari mumkin. Shuningdek, boshqa manbalar, xalqaro sport musobaqalariga tashrif buyurish, badiiy jamoalarning gastrol safarlari, xorijiy missionerlar, ma'naviyat o'qituvchilari chiqishlari, ko'rgazmalar va hokazolar orqali ham ma'lumot olishingiz mumkin. Chet el tovarlarini sotib olsangiz ham, siz boshqa mamlakatlardagi hayotning o'ziga xos xususiyatlari haqida ma'lum taassurot qoldirishingiz mumkin. Biroq, bu har doim ham to'g'ridan-to'g'ri aloqada madaniyat zarbasidan himoya qila olmaydi. Bu odamlarning idrokiga, hayotiy qadriyatlariga va yo'nalishlariga sezilarli tasir ko'rsatishi, ularning dunyoqarash tamoyillari va e'tiqodlarini o'zgartirishi mumkin.

Biroq ular turizm kabi hayot tajribasini sifat jihatidan boyitmaydi, turizm esa nafaqat atrofdagi dunyoda yangi narsalarni, balki o'z tabiatining hali ham noma'lum chuqurliklarini ochib beradi. U ekzistensial, fenomenologik, antropologik, prakseologik, madaniy va ijtimoiy-falsafiy e'tiqod va tajribalarni chuqurlashiga olib keladi.

6.4. Turistik faoliyat insonning madaniy ehtiyojlarini boyitish omili sifatida

Oz sonli turistlarga sayohat oldidan o'zining madaniy-marifiy, madaniy-kommunikativ maqsadini belgilaydi va kamdan-kam hollarda shaxsning madaniy va ma'naviy rivojlanishiga yo'naltiriladi. Ko'pchilik dam olish va o'yin-kulgiga intiladi. Biroq, bu kontingent u yoki bu tarzda o'zi uchun g'ayri oddiy geografik va madaniy muhit bilan tanishadi, mahalliy aholi bilan, turistik obyektlar bilan bevosita aloqada bo'ladi.

Shu bilan birga, sayyohning dam olish, yangi tajriba va o'yin-kulgiga bo'lgan ehtiyojlari qondiriladi, mamlakatning turli mintaqalarida yoki turli mamlakatlarda turli jamiyatlar, sivilizatsiyalar, madaniyatlar yoki subkulturalar vakillarining ijtimoiy-madaniy o'zaro tasiri va muloqoti amalga oshiriladi. Biroq, turistik sayohatning maqsadi turistni sayohatga undaydigan ehtiyojlardan qaysi biri ustun ekanligiga bog'liq.

Turizm sektori barcha ehtiyojlarni qondiradi - eng oddiydan tortib to murakkabgacha. Inson eng avvalo toza havoga, oziq-ovqatga, turar-joyga, uyquga bo'lgan asosiy ehtiyojlarini qondiradi, keyin xavfsizlik, muhabbat, ma'lum ijtimoiy guruhlarga mansublik, o'z-o'zini hurmat qilish va hokozalar, so'ngra o'z-o'zini taminlash, mazmunli bo'lish ehtiyojini qondiradi. Inson ma'naviy yuksalish ehtiyojlarini: adolat, komillik, haqiqatni izlash, o'zini o'zi tasdiqlash va o'zini anglash (A.Adler, A.Maslou)ni keyinroq anglaydi.

Turizm sohasida inson asosiy va ma'naviy ehtiyojlarni amalga oshiradi: rekreatsion (dam olish va o'yin-kulgida, uning davomida tananing jismoniy ohangi yangilanadi, uning resurs imkoniyatlarini ochib beradi), hissiy-sensual (landshaftlar, tarix va madaniyat yodgorliklari go'zalliklaridan zavqlanishda), kognitiv (tabiiy va ijtimoiy dunyoni ibtidoiy sharoitlarga qaraganda chuqurroq bilish va tushunish), o'z-o'zini anglashda (ijodkorlik, tashkilotchilik faoliyati uchun ilhom va turtki olish va boshqalar). Turistik faoliyat nafaqat umumiy, balki insonning reproduktiv salomatligini (farzandli bo'lish qobiliyatini) mustahkamlashga, oila ichidagi aloqani yaxshilashga va oilalar sonini ko'paytirishga yordam beradi (turistik sayohat paytida kelajakdagi turmush o'rtoqlar bir-birlari bilan tanishadilar).

Inson va jamiyat asosiy ehtiyojlarni qondirgach, yuqori va ma'naviy ehtiyojlarni qondirishga intiladi. Turizm jamiyatning eng

faol qismi ehtiyojlarini qondirish sohalardan muhimidir. Turizm tabiiy ravishda o'z-o'zidan tashkil topgan ijtimoiy jamoalarning birlamchi, tarixdan oldingi va tarixiy shakllarini yaratmaydi. Biroq, turli jamiyatlar, etnik guruhlar (turistlar vakillari orqali) o'rtasidagi o'zaro aloqani faollashtirib, global super jamiyatning shakllanishiga yordam beradi.

Jamoat hayotining ma'naviy sohasi ham turizm bilan chambarchas bog'liq. Turli xil ijtimoiy-madaniy hayotga kirib, odamlar bir vaqtning o'zida iqtisodiy, etnik va ma'naviy muhitni o'rganadilar. Ommaviy turizm turistlarning ham, mezbonning ham madaniy, etnik va ma'naviy o'zini o'zi anglashini kuchaytiradi. Mashhur tarixiy va madaniy obidalar, diniy ziyoratgohlar, monastirlar, ilohiyot maktablari, meditatsiya maktablari, muzeylar, ko'rgazmalar, konsertlar, festivallar va boshqa ko'p narsalarni ziyorat qilish turizmning ma'naviy tarkibiy qismidir.

Ma'naviy qadriyatlar turistlar jo'nab ketadigan jamiyatga ham va mezbon jamiyatga ham xosdir. Aloqa jarayonida, shu jumladan ma'naviy aloqada, ma'naviy kommunaning natijasi tomonlarning har birining ma'naviy yutuqlari yig'indisidan oshib ketganda, o'ziga xos sinergik tasir paydo bo'ladi. Ularning har biri bir-birining ma'naviy merosini o'zlashtiribgina qolmay, balki o'z ma'naviyatini rivojlantirishda yangi imkoniyatlar ochadi. O'zaro tasir natijasida yangi ma'naviy mahsulot shakllanadi, uni bu jarayondan tashqarida yaratish mumkin emas.

Mavjud milliy va xalqaro ma'naviy tizimlar bilan bir qatorda hajmi, tasiri va solishtirma og'irligi ma'naviy infratuzilmalar va ma'naviy mahsulotlarning oddiy yig'indisidan ortiq bo'lgan umummilliy, umuminsoniy tizimlarni shakllantirish turizm faoliyatining asosiy natijasidir. Turizm hatto global jahon ma'naviy infratuzilmasini barpo etishni tezlashtirmoqda. Uning institutlarini tuzatish har doim ham mumkin emas, chunki ular deyarli madaniyatlararo, sivilizatsiyalararo aloqa jarayonida mavjud. Bu muloqot sayyohlar sayohatdan qaytib, madaniyatlararo, sivilizatsiyalararo va global ma'naviy tizimlarga qo'shilgandan keyin ham davom etadi.

Uchinchi ming yillikning boshlarida barcha sohalarda bo'lgani kabi madaniyatda ham globallashtirish jarayonlari tasirida dunyoning ilmiy-texnikaviy taraqqiyoti bilan yangi voqeliklar paydo bo'ldi.

Sayyoradagi har qanday nuqta ommaviy muhitga tez kirish imkoniyatiga ega bo'ldi, biz "dunyo psixologiyasi va madaniyati", insonning global gumanistik dunyoqarashi, bag'rikenglik haqida gapiramiz. Jahon madaniyati qadriyatlari "ko'p millatli sinergiya" yo'nalishi bo'yicha o'zgartirilmoqda va bunga turizm ko'p jihatdan yordam beradi.

“Umumiy taqdir”ning diqqatga sazovor joylarini o'zlashtirish tufayli inson nafaqat o'z ajdodlari tarixiga, balki ma'lum bir ijtimoiy-tarixiy hamjamiyatga qo'shiladi, ma'lum bir madaniyatning ma'naviy qirralarini egallaydi va uning tashuvchisi sifatida o'zini namoyon qiladi.

Shaxsning o'zini o'zi identifikatsiya qilish zaruriy sharti, uni individuallashtirish, mustaqil va ma'lum bir jamiyatning bir qismi sifatida harakat qila oladigan, umumiy va shaxsiy manfaatlarni muvofiqlashtira oladigan, hech kimni mutlaqlashtirmasdan, avtonom shaxsga aylanishining boshlang'ich nuqtasidir.

Turistik sayohatning shaxsning madaniy rivojlanishiga tasirini tahlil qilib, u **ikki o'lchovli xususiyatdir**, degan xulosaga kelish mumkin: bu mezbon muhit bilan bevosita aloqa qilish natijasida shaxsning bevosita madaniy boyligi va bilvosita natijasidir. Noma'lum muhitga moslashish bilan bog'liq muammolarni hal qilish orqali sayohatga tayyorgarlik ko'rishda qo'shimcha bilim va tajriba olishdir.

Madaniy turizm xartiyasi (1976) [130] ta'kidlaganidek, u tarixiy va madaniy merosga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatadi, chunki turizmning o'zi rivojlanishi bilan bog'liq manfaatlar bir vaqtning o'zida turizmni muhofaza qilish, saqlash va tiklashga yordam beradi. Jahon madaniyatini barpo etish, plyuralizmga erishish, kelajak avlodlar uchun koinotning ma'naviy merosini saqlash yangi ming yillikning bosh vazifalaridir. Bu hujjatda madaniyatlarning bir-birini to'ldirishi va boyib borishi, ularning muloqoti va dunyo tinchligini mustahkamlash muhimligi, bu jarayonlarda turizmning o'rnini beqiyos ekani e'lon qilingan.

Turizm nafaqat mezbon davlatning rivojlanishiga yordam beradi, turistlar o'zlari sezmaganda holda o'zlarining milliy madaniyatlari va qadriyatlari tizimining tashuvchisi va targ'ibotchisiga aylanadilar. Bundan tashqari, sayyohning biror mamlakatga tashrif buyurishi davomida madaniy diqqatga sazovor joylarga bo'lgan qiziqishi mezbon jamiyatni o'z tarixiy merosidan xabardor bo'lishga undaydi,

mahalliy xalqlar va etnik guruhlarda madaniy qadr-qimmat va o'zini o'zi qadrlash tuyg'ularini singdira boradi.

6.5. Turizm boshqa madaniyatni (inkulturatsiyani) o'rganish va madaniyatlararo tushunishni shakllantirishning universal vositasi sifatida

Turist ma'lum bir mamlakat yoki mintaqada bo'lganidan keyin mezbon jamiyatning qadriyatlar tizimiga qo'shiladi, uning ijtimoiy-madaniy an'analariga integratsiyalanadi. Bu mehmonning tegishli jamiyat tomonidan ishlab chiqarilgan axloqiy, madaniy, ma'naviy, ijtimoiy standartlardan (me'yorlar va qoidalar) xabardorligini, ularning xatti-harakatlarini mahalliy aholi bilan maksimal aloqani, induktiv muloqotni va o'zaro tushunishni taminlaydigan tarzda modellashtirishni o'z ichiga oladi. Bunday o'zaro tasirning natijasi turist tomonidan boshqa madaniy va ma'naviy qadriyatlar tizimini - madaniyatni rivojlantirishdir, bu esa tashrif buyuruvchiga o'z navbatida ushbu boyliklarni o'z jamiyatiga etkazish imkonini beradi. Shu sababli, sayohat davomida shaxsning yangi muhitni bilish orqali rivojlanishi va takomillashtirilishi turist a'zosi bo'lgan jamiyatlarning, oilalarning, do'stlarning, mehnat jamoasining, butun jamiyatning qadriyatlar tizimini boyitadi.

Bu jarayon o'zaro xarakterga ega bo'lib, jo'natuvchi va qabul qiluvchi jamiyatlar madaniyatining o'zaro kirib borishi va o'zaro boyishiga va hattoki o'zaro o'zini-o'zi takomillashtirishga sabab bo'ladi.

Atrof-muhitga va tarixiy-madaniy merosga salbiy tasir ko'rsatmaslik, tabiat va madaniyatga iste'molchi munosabatidan xalos bo'lish uchun turizm tashkilotlari va jamoatchilikning turizm kommunikatsiyalari tarmog'ini insonparvarlashtirish va madaniy darajasini oshirish bo'yicha maqsadli siyosat zarur.

Sayyohlik tarmog'i - aloqalar, odamlar o'rtasida o'zaro tushunish, ishonch, birdamlik muhitini shakllantirish uchun sharoit yaratadi. Odamlarning katta guruhlarini boshqa ijtimoiy muhitga ommaviy ravishda jalb qilish aloqa vositachi uchun mahalliy kuch maydonini yaratadi, buning ustiga tegishli infratuzilma quriladi. Bunday kommunikativ o'zaro tasir shaxslarning individual aloqalari yig'indisidan sezilarli darajada oshadi. Ushbu tasir qo'shimcha tasir

deb ataladi. Shu ma'noda turizm faoliyati shaxsning o'zini-o'zi, uning axloqiy va ma'naviy fazilatlarini takomillashtirishning ma'naviy va kommunikativ kuch maydonini shakllantiradi, omon qolish va insoniyat taraqqiyoti imperativini amalga oshirishga yordam beradi.

Zamonaviy dunyo murakkab ijtimoiy muammolarga duch kelmoqda, ulardan biri - sayyoramiz mintaqalarini o'zaro tushunishga erishish, sayyorada global jarayonlarning tarqalishiga tasir qiluvchi eng muhim ijtimoiy qadriyatlarni muvofiqlashtirish. Ushbu maqsadga erishishni taminlaydigan eng muhim texnologik, ekologik, ijtimoiy-tashkiliy, sivilizatsiyalararo, axloqiy va boshqa parametrlar, me'yorlar va kelishuvlarsiz hayotni saqlab qolish mumkin emas.

Buning yo'llaridan biri - omon qolish va rivojlanishning strategik qadriyatlarini uyg'unlashtirish va tushunish uchun madaniyatlar va sayyoramizning butun madaniy hududlari o'rtasidagi o'zaro tasir vositasi sifatida turizm kommunikatsiyasidan yanada ongli ravishda foydalanish, shuningdek, eng muhimi, amaliy, xususan, turli individual va guruh subyektlarining siyosiy, iqtisodiy, ekologik va boshqa belgilardan oqilona foydalanish kerak.

Zamonaviy inson iste'molchi yo'lidan voz kechishi kerak, hayot va kelajak avlodlarga bo'lgan muhabbatning transsendental (subyektning o'z ehtiyojlaridan tashqarida) modeliga o'tish, ularning mavjudligi uchun javobgarlikka mos keladigan, qayta tiklanmaydigan tabiiy resurslarni iste'mol qilishni oqilona cheklash kerak.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turistik kulturologiyaning mohiyati nimada?
2. Madaniyatshunoslik fan sifatida qanday xususiyatga ega, va u qachon paydo bo'lgan?
3. O'zbek madaniyatining o'ziga xosligi nimalarda namoyon bo'ladi?
4. Turizm madaniyati deganda nimani tushunasiz?
5. Turizm madaniyati tarkibida diniy madaniyat qanday o'rin egallaydi?
6. Turizm faoliyatida madaniy ahamiyatga ega axborotni taminlash vositalari va mexanizmlari qanday?
7. Turizm madaniyati va turizmning moliyaviy muammolari o'rtasida qanday munosabat bor?
8. Dunyoni yaxlit idrok etishning kulturologik sharti nimadan iborat?
9. Turizmning madaniy ahamiyati nimada?

10. Madaniy turizmni insonparvarlashtirish missiyasi nimada?
11. Turistik faoliyat insonning madaniy ehtiyojlarini boyitish omili sifatida nima deya olasiz?
12. Inkulturatsiya deganda nimani tushunasiz?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Гагская декларация по туризму. Гаага, 14 апреля 1989 г. // Правовое регулирование туристической деятельности в Украине: сб. норм. - Иных актов / под общ. ред. В. К. Федорченко; Киев, ун-т туризма, экономики и права. - М.: Юр инком Интерн, 2002.
2. Гарбар Г. А. Институт гостеприимства как объект туризмоведения / Г. А. Гарбар // Вестник Государственной академии руководящих кадров культуры и искусства. - 2007. - № 2.
3. Грабарь Г. Гостеприимство в социокультурной сфере туризма как основной предмет философского анализа / Г. Грабар // Высшее образование Украины. - 2010. - № 1.
4. Документ Акапулько. Акапулько (Мексика), 21-27 августа 1982 г. // Правовое регулирование туристической деятельности в Украине. - М., 2002.
5. Эскина Г. Свободное время как фактор развития личности / Г. Эскина // Молодежь в современном мире: нравственно-эстетические и культурологические измерения - М.: МИЛП, 2001.
6. Информационное общество в социально-философской ретроспективе и перспективе / [В. В. Лях, В. С. Пазенок, Я. В. Любимый и др.]. – К.: ООО «XXI век: диалог культур», 2009.
7. Культура и образование специалистов туристской сферы: современные тенденции и прогнозы: материалы Междунар. науч. - практ. конф. (13-14 октября 2004 г.). - М.: КУТЭП, 2005.
8. Культурология. XX век: Энциклопедия. - СПб. Универ. кн., 1998.
9. Курас И. Ф. Философия и туризм / 1. Ф. Курас // Философские начерты туризма: науч.- учеб, издание. – К.: Укр, центр духовного культуры, 2005.
10. Лысикова О. В. Туризм и глобализация: социокультурный аспект / О. В. Лысикова // Российский научный

журнал. Вест. нац. академии туризма. Культурный туризм: время инноваций. №1(5). Январь-март, 2008.

11. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе / Р. Д. Льюис. – М., 2001.

12. Манильская декларация по мировому туризму: принята Всемирной конференцией по туризму, проходящей в Маниле (Филиппины) с 27 сентября по 10 октября 1980 года // Правовое регулирование туристической деятельности в Украине: сб. норм.-правовых актов/ под общ. ред. проф. В. К. Федорченко; Киев, ун-т туризма, экономики и права. - К.: Юр инком Интерн, 2002.

13. Попович М. В. Туризм как феномен культуры / М. В. Попович // Философские очерки туризма. – М., 2005.

14. Свобода: современные измерения и альтернативы. – М., 2004.

15. Туризм и сближение культур (При поддержке Всемирной туристской организации (UN WTO): материалы междунар. науч.-практ. конф. – М., 2012.

16. Философия туризма: учеб, пособие. / Под ред. В. С. Пазенко, В. К. Федорченко. - М.: Кондор, 2004.

17. Шульгин Н. Н. Альтернативная герменевтика в диалоге культур / Н. Н. Шульгин // Вопросы философии. – 2002. – № 12.

VII - MAVZU. TURIZMNING AXLOQIY JIHATLARI

Mavzuni o‘tishdan maqsad: Turizmning axloqiy mohiyati, shakllari, tamoyillari, vazifalari hamda muammolarini o‘rganadi.

Reja:

7.1. Turizmning ma’naviy o‘lchovining mohiyati.

7.2. Turizm etikasining shakllanishi.

7.3. Turizm etikasining asosiy muammolari.

7.4. Turizm etikasining tamoyillari va vazifalari.

7.1. Turizmning ma’naviy o‘lchovining mohiyati

XX asr boshlariga kelib turizm sohasida tadqiqot ustuvorliklari o‘zgardi. Turizmga uning iqtisodiy jihatlarini o‘rganishga olib kelgan “sayohat va dam olish sanoati” sifatidagi an’anaviy yondashuv asta-sekin yangi yo‘nalishlar bilan to‘ldirildi. Turizm jarayoni madaniy, sotsiologik, diniy, kommunikativ, estetik, shuningdek, axloqiy jihatdan tushunila boshlandi.

Axloqiy masalalar eramizdan oldingi davrlardan boshlab o‘rganila boshlandi. Hatto qadimgi afsonalarda, ertaklarda ham ezgu xatti-harakatlarning umumiy qoidalari shakllantirilgan, taqiqlar va qoidalarni buzganlik uchun ma’lum jazo choralari belgilangan. Qadimgi Xitoy (Konfutsiylik), Qadimgi Hindiston (buddizm), qadimgi yunon donishmandlari (Fales, Solon, Biant, Periandr va boshqalar) hamda faylasuflarning (Geraklit, Demokrit, sofistlar, Sokrat) diniy-falsafiy izlanishlarida axloqiy masalalar markaziy o‘rinni egallagan.

Aristotel (eramizdan oldingi 384-322) bu mulohazalarga ilmiy qarash maqomini bergan. Demak, axloq fan sifatida ikki ming yildan ortiq vaqtdan beri o‘z yo‘lini topib rivojlanib kelmoqda.

Ikki ming yil davomida axloq axloqshunoslik fanining predmeti sifatida turlicha talqin qilingan. U "hayotiy donolik", "xulq-atvor mexanikasi", insonning burchlari to‘g‘risidagi jamoat ko‘rsatmalari yoki to‘g‘ri xatti-harakatlarning ichki bilimlari deb nomlangan. Shuning uchun falsafiy va axloqiy adabiyotlarda uning ta’riflari juda ko‘p. Axloq shu qadar ko‘p qirrali hodisaki, unga bitta to‘liq ta’rif berishning iloji yo‘q, turli xil ta’riflar axloqning muayyan tomonlarini ochib beradi, uni to‘ldiradi, xolos.

Insoniyatning taraqqiyoti jarayonida etimologik jihatdan uyg'unlashgan "Etika" va "axloq" tushunchalari turli mazmun bilan to'ldirildi. "Etika" atamasi axloq haqidagi fanni bildiradi, "axloq" esa etikani o'rganish maqsadini ko'zlagan hayotiy hodisadir. Oddiy tilda, ilmiy bo'lmagan matnlarda "etika" va "axloq" tushunchalari ajratilmaydi, bu esa axloqning real hodisa sifatidagi axloq va u haqidagi bilimlar majmui sifatidagi axloq, axloq nazariyasi va axloqiy amaliyot o'rtasidagi munosabatlar o'rtasida aniq chegaraning yo'qligi bilan bog'liq. Bu esa "olam etikasi", "tibbiy etika", "pedagogik etika", "turizm etikasi" kabilar haqida o'zini o'zi aniq ko'rsatuvchi, amal qiladigan yoki maxsus qo'llanish normalarini talab qiluvchi ma'lum axloqiy tamoyillar majmui sifatida gapirishga asos beradi.

Axloqiy o'lchov doimo axloq bilan bog'liq va uning predmeti axloqiy ongga ega bo'lgan shaxs, ya'ni o'z munosabatlarini boshqa odamlar bilan, umuman olganda, haqiqat bilan bog'lash qobiliyatidir. Bu holatda axloq korrelyatsiya vositasiga aylanadi.

Demak, axloqiy o'lchov haqida gap ketganda, masalan, turizmdagi axloq haqida gapiradigan bo'lsak, uni asosiy axloqiy tushunchalar – "yaxshilik" va "yomonlik", "burch", "mas'uliyat", "adolat", "tanlash erkinligi" prizmasi orqali ko'rib chiqiladi. "Baxt", "sharaf" va "qadr-qimmat", "vijdon" va "uyat", "bag'rikenglik", "hurmat", "rahm-shafqat", "sevgi" bu kabi kategoriyalar orqali muayyan talablarga qarash (to'g'ri, ya'ni nima (yoki qanday) bo'lishi kerak) va bu talablar uchun javobgarlik darajasi hamdir.

7.2. Turizm etikasining shakllanishi

Turizm etikasi. Turizm falsafasining muhim tarkibiy qismi uning axloqiy komponentidir. Turizm etikasi - bu turizm bilan professional ravishda shug'ullanuvchilar uchun kasbiy (namunali) axloqning bir shakli. Odamlar turizm fenomeni paydo bo'lishidan oldin ham turizm faoliyati rivojlanishi kerak bo'lgan ma'lum axloqiy me'yorlar va chegaralar haqida o'ylay boshlaganlar. Turist va turistik biznes mutaxassisi (turoperator, turagent, sayyohlik agentligi rahbari va boshqalar) xatti-harakatlarida axloqiy va psixologik fazilatlar muhim ahamiyatga ega. Turizm biznesi ijtimoiy faoliyat shakli sifatida shaklan emas, balki mohiyatan insonparvarlik nuqtai nazaridan yo'naltirilgan va ijtimoiy javobgarlikka ega bo'lishi kerak. Turizm mutaxassislari, mas'uliyatli turizm vakillari uni "individual va faol

takomillashtirishning imtiyozli vositasi" sifatida rejalashtirish va amaliyotda qo'llash kerak deb hisoblaydilar [119].

Har qanday ijtimoiy va axloqiy muammolar singari, turizmdagi erkinlik ham ichki jihatdan qarama-qarshidir. Erkin shaxs erkinlikning bir nechta turlariga erkin egalik qilishi va tasarruf etishi kerak: moddiy va iqtisodiy, siyosiy va huquqiy, ma'naviy va intellektual, va boshqalar. Ular sayyohlikning tanlangan turi, sayohat, uning dasturlari, mazmuni va boshqalarda jamlangan tanlash erkinligiga e'tibor beradilar. Faqat shu sharoitda inson o'z tanlovini o'zi xohlagan ma'noda va hajmda amalga oshirishi mumkin. Vaholanki, real hayotda bu erkinlikdan faqat eng ekzotik marshrutlarga, eng nafis xizmat ko'rsatish va madaniy dasturlarga ega bo'lgan "elita" turistlar bahramand bo'ladilar.

Etika va turizm kabi hodisalarning uyg'unligi turizm sanoatida ham, bilimlar tizimi sifatida etikada ham so'nggi jarayonlarning belgisidir. Yaqin paytlarcha turizm iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy soha olimlarining aks ettirish obyekti bo'lib kelgan hamda axloqning predmeti bo'lgan axloq muammosi bilan qiziqqan faylasuflar uning empirik dunyosiga unchalik chuqur kirmaganlar. Bu, bir tomondan, turizmning funksional maqsadini pragmatik tushunishning oqibati bo'lsa, ikkinchi tomondan, haqiqiy axloqiy muammolarga yondashish zarurligini his qiladigan inqirozli axloqiy holat edi. Turizm va axloqni uyg'unlashuvining sabablarini batafsilroq tushuntirish, asosiy muammolarni aniqlash uchun avvaliga imkon bergan ikkala sohaning rivojlanish xususiyatlarini ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

Yangi integral bilimlar endilikda turizm etikasining paydo bo'lishiga olib kelmoqda. Inson noma'lum, g'ayrioddiy narsalarni bilishga immanent ehtiyojga ega. Qadim zamonlarda u sayohatlardan mamnun edi, bu esa qoniqish bilan birga chidamlilik va jasorat sinovlari edi. Shuning uchun sayohat umidsizlar yoki katta iqtisodiy boylikka ega odamlar tomonidan amalga oshirilgan. Bunday sharoitda sayohat qilish imkoniyati faqat jamiyatda elitar mavqega ega bo'lgan odamlar uchun edi. Umumiy iqtisodiy rivojlanish va insonning dam olish huquqining e'lon qilinishi tufayli sayohat amaliyoti o'zining elitar xususiyatini yo'qotdi. Yillik haq to'lanadigan ta'til huquqining berilishi turizmni ommaviy hodisa sifatida rivojlantirish imkonini berdi.

Turizmning milliy chegaralardan tashqariga ommaviy chiqishi va xalqaro hamjamiyat darajasida muvofiqlashtiruvchi organlarning qurilishi XX asrning 70-yillariga to'g'ri keladi.

Demak, turizm birinchi navbatda, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish bilan bog'liq bo'lib, insonning o'zining faol dam olish huquqini, bo'sh vaqtlarida sayohat qilish erkinligini amalga oshirishdagi iqtisodiy imkoniyatlariga bog'liqdir. Turizmga foydali va istiqbolli iqtisodiy faoliyatning muhim tarmog'i sifatida qarash tabiiy deb hisoblana boshlandi.

Turizmning o'rnatilgan qiyofasini iqtisodiy jihatdan o'zgartirish Jahon turizm konferensiyasida (1980) qabul qilingan Jahon turizmi bo'yicha Manila deklaratsiyasidan boshlandi. U turizm faoliyatining iqtisodiy jihati o'z mohiyatini tugatmasligini, u faqat tinchlik sharoitida rivojlanishi mumkinligini, shuningdek, xalqaro hamkorlik uchun ma'naviy asosga ega ekanligini ta'kidlaydi [87].

Turizm amaliyotida ma'naviy qadriyatlarning moddiy-texnikaviy xususiyatga ega bo'lgan unsurlardan ustunligini ta'kidlashga urg'u berish BJTTning keyingi me'yoriy hujjatlarining boshlang'ich paradigmasiga aylanadi. Turizm bo'yicha Butunjahon konferensiyasida (1982) qabul qilingan Akapulko hujjatida turizmning yangi gumanitar o'lchovlar konsepsiyasida "dam olish huquqi mehnat qilish huquqining tabiiy davomi sifatida insonning baxtga bo'lgan asosiy huquqidir" [36], deb ta'kidlandi. Turizm kodeksi, Turizm Xartiyasi (1985-yilda Sofiyada, Jahon sayyohlik tashkiloti Bosh Assambleyasining VI sessiyasida tasdiqlangan), Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi (Gaaga, 1989-yil) turizmni insonparvarlik o'lchovlarida rivojlantirish qarashlaridan dalolat beradi va bunday konsepsiyaning hayotiylikini tasdiqlovchi tezislarga qo'shimcha ravishda, turizm faoliyatining salbiy oqibatlarini tushunish natijasi bo'lgan ogohlantiruvchi va cheklovchi xarakterdagi bir qator qoidalarni e'lon qildi. Xususan, quyidagilar qayd etildi:

- turizm resurslarini muhofaza qilish va ko'paytirish zarurati, chunki bu buzilmagan tabiiy, madaniy va insoniy muhitni rivojlantirishning asosiy sharti hisoblanadi;
- sayyohlar va mahalliy aholi o'rtasida turizmdan kelib chiqadigan tushunmovchiliklar (ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy), shuningdek, ularning xatti-harakati va ehtiyojlarining bir xilligi, kelajakda mahalliy aholining madaniy xilma-xilligi va o'ziga xosligiga tasir qiladi;

- turistlarning tranzit va vaqtincha bo‘lish joylaridagi siyosiy, ijtimoiy, ma’naviy va diniy tartibga hurmat bilan munosabatda bo‘lishi;
- mahalliy aholining urf-odatlarini, e’tiqodlarini, xatti-harakatlariga bag‘rikenglik va tabiiy va madaniy merosga hurmat;
- turizmdan har qanday axloqsiz foydalanishning oldini olish;
- turistlarga (ayniqsa, keksalar, nogironlar, bolalar, yoshlar kabi toifalarga) munosib munosabatni kafolatlash.

Gaaga deklaratsiyasida parlamentlar, hukumatlar, davlat va xususiy tashkilotlar, turizm faoliyati uchun mas’ul bo‘lgan assotsiatsiyalar va muassasalar, turizm mutaxassislari, shuningdek, turistlarning o‘zlari o‘z faoliyatlarida ushbu tamoyillarga qat’iy amal qilishga chaqirilgan [18].

Turizm to‘g‘risidagi Bali deklaratsiyasi (1996) turizm bo‘sh vaqt va dam olishdan tashqarida bo‘lgan muhim insoniy ehtiyoj ekanligini tasdiqlab, uning insonparvarlik salohiyati haqidagi tushunchani kengaytirdi. Turizm etnik, irqiy va ijtimoiy-madaniy mansubligidan qat’iy nazar, insonlar o‘rtasidagi munosabatlar sifatini oshirishga yordam berishi hamda o‘zaro hamjihatlikni taminlash va xalqaro munosabatlarni yaxshilashga mo‘ljallanganligi qayd etildi. Ushbu hujjatda turizm faoliyatining afzalliklari va kamchiliklari aniq ko‘rsatilgan: “Turizm tabiat, din, madaniy qadriyatlar va urf-odatlarining xilma-xilligiga asoslanadi va u ham ijobiy, ham salbiy tasir ko‘rsatishi mumkin, shuning uchun odamlar va ularning ijtimoiy va tabiiy muhiti o‘rtasidagi munosabatlarda muvozanatni saqlash kerak, shuningdek, milliy o‘z-o‘zini anglashni rivojlantirish zarur” [6]. Bali deklaratsiyasida turizmni rivojlantirish mahalliy aholi farovonligini taminlash, odamlarning o‘zaro tushunishini rivojlantirish, tabiat va atrof-muhitni muhofaza qilish, an’analar, ijtimoiy, madaniy va diniy qadriyatlarni asrab-avaylashga yo‘naltirilishi zarurligi ta’kidlangan.

Monreal deklaratsiyasida "Turizmga insonparvarlik va ijtimoiy qarash", "Ijtimoiy turizm nima?" kabi asosiy savollarga javoblar mavjud. U majoziy ma’noda "**jamiyat dizayneri**" sifatida ta’riflanadi. Deklaratsiya turizmni barcha, shu jumladan oilalar, yoshlar va qariyalar uchun ham ochiq qilishga chaqirdi. Axloqiy talab tengsizlik va boshqa madaniyatlarni bilmaslik, moddiy va jismoniy cheklovlarga qarshi kurashdir. Ijtimoiy turizm maksimal foyda olish bilan cheklanib qolmasdan, eng ko‘p odamlar uchun sayohat qilish imkoniyatini

taminlashga intilganligi sababli, bu aholining madaniy darajasini oshirishga katta hissa qo'shadi [97].

Biroq, turizmning faol rivojlanishi bir qator salbiy, birinchi navbatda ijtimoiy oqibatlarga ham olib keldi. Turizmning ijtimoiy tasiri bo'yicha Manila deklaratsiyasi (Manila, 1997) "turizm va unga tegishli faoliyat bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy yomonliklar va ekspluatatsiyani" yo'q qilish niyatini e'lon qiladi [87].

Turizm nafaqat madaniy, balki ekologik yo'qotishlarga ham olib kelishi, uning biologik xilma-xilligi va zaif ekotizimlarga (marjon riflari, arxeologik yodgorliklar, tog'lar, qirg'oqbo'yi va botqoq yerlar) tasiri alohida tashvish uyg'otadi, shuningdek, turizmning rivojlanishini ham dolzarb ahamiyat kasb etishi ta'kidlandi [87]. Ushbu hujjat turizmning global axloq kodeksini ishlab chiqish va qabul qilish zarurligini e'lon qildi (Santyaqo, 1999 yil 1 oktyabr), bu uning rivojlanishining aholi, turistik markazlar va sayyohlarning o'zlari uchun ijobiy natijalarini saqlab qolish va salbiy tasirlarni minimallashtirishga yordam beradi.

Turizmning **global axloq kodeksi** jahon turizmini barqaror rivojlantirish bo'yicha ko'rsatmalar to'plamini belgilab berdi. U avvalgi deklaratsiyalarning axloqiy yo'naltirilgan g'oyalariga, shuningdek, hozirgi zamonning axloqiy ehtiyojlarini aks ettiruvchi hozirgi kasbiy kodekslar va axloqiy tafakkurga tayanadi. Axloq kodeksining markaziy toifasi mas'uliyatli turizm bo'lib, u bag'rikenglik va turli diniy, falsafiy va axloqiy asoslarni hurmat qilish kabi axloqiy qadriyatlarni tushunish va tarqatishga asoslangan bo'lishi kerak. Kodeks turistik yo'nalishlar, hukumatlar, turoperatorlar, sayyohlik agentliklari, ishchilar va sayohatchilar uchun bag'rikenglik va o'zaro hurmatga asoslangan hamkorlik qoidalarini belgilaydi [25].

Turizmning global axloq kodeksi turizm jarayoni ishtirokchilarini tabiiy va madaniy muhitni muhofaza qilishga majbur qiladi. U ma'lum tamoyillar va qoidalarga rioya qilgan holda turizm iqtisodiy manfaatlarni turizm faoliyatining salbiy ekologik oqibatlari bilan uyg'unlashtirishi, ularni minimallashtirish, turistlar oqimining atrof-muhitga salbiy tasirini kamaytirish, xalqaro almashinuvlarga ochiqlikni muvozanatlash va ijtimoiy-madaniy munosabatlarni himoya qilishi mumkin degan ishonchni ifodalaydi, xalqlarning o'ziga xosligini ko'rsatadi.

Binobarin, jahon turizmining asosiy muammolari ichki turizm amaliyotida hali to'liq o'rganilmagan. Shu bilan birga, turizm masalalariga oid mahalliy ilmiy adabiyotlar tahlili milliy turizm sanoatining jahon jarayonlariga integratsiyalashuvidan dalolat beradi [169; 170].

Jahon hamjamiyati turizm industriyasi muammolarini tushunishda boshqaruvning texnologik usullari, davlat, jamoat institutlari, hukumatlar va mamlakatlar parlamentlariga tayanish samarali vosita bo'lmay qolgan, endi u ma'naviy salohiyatni yuksaltirish zaruriyati yuzaga kelgan bosqichga o'tmoqda. Turistik faoliyat va axloqiy nazariyaning uyg'unligi nazariy bilim va ijtimoiy amaliyotning zamonaviy tarmog'i - turizm etikasini boshladi.

7.3. Turizm etikasining asosiy muammolari

Turizm etikasining asosiy muammolari quyidagilardan iborat:

- ❖ Ijtimoiy turizmning ma'naviy ikkilanishi, tabiiy va tarixiy-madaniy ahamiyatga ega bo'lgan sayyohlik resurslariga egalik qiluvchi mahalliy aholining iqtisodiy manfaatlarini oshirishda qashshoqlik va boylik muammosi;
- ❖ turistik mahsulot yaratuvchisi bilan turistik faoliyat iste'molchisining qarama-qarshi manfaatlari;
- ❖ Insonni ekspluatatsiya qilishga qaratilgan turistik faoliyat turlarining mavjudligi insonning qadr-qimmati va sha'nini kamsitadi.

Ijtimoiy turizmning ma'naviy ikkilanishi. Axloqiy nuqtai nazardan ijtimoiy turizm ikki tomonlama xususiyatlarga ega. Bir tomondan, ijtimoiy turizmning rivojlanishi mehnat qilish huquqiga ega bo'lgan har bir kishining dam olish huquqini tan olish va amalga oshirish orqali jamiyatni insonparvarlashtirish belgisi bo'lsa, ikkinchi tomondan, atrof-muhitga tahdiddir. Inson mavjudligining tabiiy va madaniy imperativlarini saqlab qolishning global muammosiga, ya'ni "hayot va o'lim" savoliga taalluqlidir.

Turistik sayohatlar jarayonida odam faqat ma'lum bir kichik tabiiy yoki urbanizatsiyalashgan muhitda bo'lmaydi, u doimo atrof-muhit bilan aloqada bo'ladi. Bu aloqa nafaqat turizm industriyasini tashkil etish darajasiga, balki shaxsning o'ziga ham bog'liq. Turistik sayohat har doim ham odamlarning tabiatga munosabatini ijobiy belgilamaydi. Vaqtinchalik qolish ba'zan tabiiy muhitga beparvo

munosabatda bo'lishga undaydi. Turizm korxonalarini har doim ham chiqindilarni yo'q qilishni taminlamaydi, bu esa atrof-muhitga bosimni oshiradi. Binobarin, ijtimoiy turizmni axloqiy baholash ekologik muammolar bilan uzviy bog'liqdir.

Tabiatdan oqilona foydalanish muammolarini mahalliy darajada, bir mintaqaga yoki mamlakat miqyosida hal qilish mumkin emas. Inson manfaatlari butun insoniyat miqyosiga yetib boradi. Postindustrial davr odamlari individual ongda o'z ehtiyojlari haqida o'ylashda insoniyat manfaatlari e'tiborsiz qoldirib bo'lmazligini tushunishlari kerak.

Zamonaviy insonning axloqiy ong tizimida globallashtiruvchi unsurlari muhim o'rin tutadi: «Dunyoning barcha mamlakatlarida odamlarning bir-biriga bog'liqligi kuchayib bormoqda. Va bu tendensiya tobora yaqqol bo'lib bormoqda. Odamlarning umumiy manfaatlari tobora kuchayib bormoqda, ularni ichida eng asosiysi - Yerdagi insoniyatni saqlash, tabiat va uning qonunlari bilan uyg'un yashashni o'rganishdir. Odamlar o'zlarini xo'jayin sifatida emas, balki tabiatning bir qismi sifatida qabul qilishga majburdirlar» («Falsafa muammolari», 2000 yil, 9-son).

Turizm ekologiyasi atrof-muhitdagi turizm sohasidagi inson jamiyati va tabiatning munosabatlarini o'rganadi. "Ekologik turizm", "noekologik turizm" atamalaridan foydalanib, turizm industriyasining atrof-muhitga ta'sir darajasi aniqlanadi. Bu ta'sir shovqin, elektromagnit, radioaktiv va boshqalar bo'lishi mumkin.

"Barqaror turizm" tushunchasi zaruriy atrof-muhitni muhofaza qilish va tiklash mumkin bo'lgan aniq chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi. Turizm tizimidagi ekologik komponentning tavsifi, agar siz unda ikki tomonlama (turizm xizmatlarining iste'molchisi va turizm sohasi xodimi sifatida) rolga e'tibor bermasangiz, to'liq bo'lmaydi. Shuning uchun ongni, uning faoliyatini, boshqa odamlarga, tabiiy muhitga munosabatni ekologlashtirish muammosini axloqiy jihatdan muhokama qilish maqsadga muvofiqdir.

Ekologik muammolar tadqiqotchisi V.Krasavchenko "Ekologik madaniyat" asarida "ongni yashillashtirish" atamasiga umuminsoniy ma'no beradi. Deyarli barcha fanlarga ta'sir ko'rsatgan ko'kalamzorlashtirish jarayonini u "inson-biosfera" tizimining o'zini o'zi tashkil qilishning asosiy vositasi deb atadi. "Yashillashtirish nafaqat shiorga, balki zamonaviy hayotning mazmuniga ham aylandi, chunki

insoniyatning nafaqat barqaror va muvozanatli rivojlanishi, balki, ehtimol, uning mavjudligi uning muvaffaqiyatli amalga oshirilishiga bog'liq" [109].

Insoniyat kelajagi haqidagi g'amxo'rlik olimlarni ekologik inqirozdan chiqish yo'llarini izlashda birlashtiradi. Ularning ko'pchiligi insonni tarbiyalashga bevosita e'tibor qaratish lozim, chunki ekologik inqirozning asosiy sababi uni boshqaradigan qadriyatlardir, deb hisoblashmoqda.

Turizm tizimida va murakkab ekologik muammolarni hal qilishda shaxsning hal qiluvchi rolini isbotlashning hojati yo'q, lekin bu sohalarda shaxsning hal qiluvchi rolini o'ynashga imkon beradigan mexanizmni ishlab chiqish kerak. Insonning mavjudligi "Homo sapiens" turlarining yashash joylari chegaralarini yengib o'tish bilan birga kechadi. Insonning dunyoga ochiqligini uning umumiy xususiyati deb atash mumkin. Va aynan turizm faoliyatida inson o'rnatilgan muhit bilan odatiy aloqalarni o'rnatib, yangi muhit bilan hamda tashqi muhit bilan aloqaga kirishadi. O'rnatilgan hayotdan ajralib chiqish jarayoni ziddiyatlidir. Bir muncha vaqt turist oilasi, do'stlari, hamkasblari bilan aloqani yo'qotadi. Odamlar turizm orqali dunyoni qanchalik keng ochsa, u o'zini shunchalik noqulay his qilishi mumkin. Yangi odamlar bilan tanishish, yangi muhit idrokni, his qilishni, ochiqlikni faollashtiradi. Yo'lda sayohatchilarga ishonch, do'stlik, hatto sevgi mavjud. Ushbu munosabatlarning samimiyligi sayohatga qaratilgan maqsadlarga bog'liq. Turistik guruhda insonparvarlik munosabatlarini rivojlantirish, ularni mustahkamlash faqat axloqiy fazilatlar tufayli mumkin.

Ijtimoiy turizmning kamchiliklaridan biri standartlashtirish bo'lib, u taklif etilayotgan turistik xizmatlarga (va sifatli namunalar joriy etilganda va shartnoma tuzilganda ijobiy jarayon bo'lishi mumkin) va turistlarga tegishli bo'lib, unga nisbatan standartlashtirish (yangi turistik yo'nalishlar, shakllar mavzusida namoyon bo'ladi), "inson individualligini qashshoqlashtiradi, uni o'ziga xoslikdan mahrum qiladi" [109].

Tabiiy va tarixiy-madaniy ahamiyatga ega bo'lgan turizm resurslarini boshqaradiganlar va mahalliy aholining iqtisodiy manfaatlari o'rtasidagi ziddiyat.

Bu muammo avvalgisidan kam emas. U yana bir global muammoni – daromadlarni adolatli taqsimlash orqali qashshoqlikka qarshi kurashish muammosini konkretlashtiradi.

Turistik mahsulot iste'molchilari bilan turizm faoliyatining subyektlarining qarama-qarshi manfaatlari.

Agar turist uchun ma'naviy manfaatlarning ustunligi aniq bo'lsa, turizm faoliyati subyekti (turoperator) iqtisodiy jihatdan manfaatdorlik ustundir. Bu yerda turizm faoliyatida o'zaro tasir qiluvchi tomonlarning manfaatlarini birlashtirish, axloqiy tekislikda yechim topish bilan bog'liq murakkab muammo paydo bo'ladi.

Shaxsni ekspluatatsiya qilishga, uning qadr-qimmatini va sha'nini kamsitishga qaratilgan turistik faoliyat turlarining mavjudligi.

Masalan, jinsiy turizmning keng tarqalishi, ayniqsa, nogironlar va bolalarni ushbu sohaga jalb qilish insoniyat jamiyatining umume'tirof etilgan axloqiy me'yorlariga to'g'ri kelmaydi. Shu munosabat bilan turizm industriyasi xodimlari faoliyatining ma'naviy asoslariga alohida e'tibor qaratish lozim. Rostgo'ylik, halollik, odoblilik, bag'rikenglik, hurmat, mehr-oqibat har bir mutaxassisga xos bo'lishi kerak.

Turizmning global axloq kodeksi turizm mutaxassislari turistlarga, ayniqsa, sog'liq yoki hayot uchun xavf paydo bo'lganda sayohat sharoitlari, narxlar, xizmatlar sifati, moliyaviy majburiyatlar to'g'risida obyektiv, to'g'ri ma'lumotlarni taqdim etishlari kerakligini ta'kidlaydi.

7.4. Turizm etikasining tamoyillari va vazifalari

Turizm etikasiga nazariy bilimlar tizimining umumiy klassik tamoyillariga asoslangan nazariy hodisa sifatida hamda insonning amaliy faoliyatining bir turi sifatida qarash mumkin, uning fundamental asoslari insonparvarlik, bag'rikenglik va baynalmilalizm-dir.

Nazariy hodisa sifatida turizm etikasining eng muhim funksiyasi prognostik funksiyadir. Aynan shu narsa nafaqat muammolarni aniqlash yoki hal qilish, balki ularning paydo bo'lishining oldini olish imkonini beradi. Bu turistik ongni shakllantirishda kuchli ta'lim salohiyati bo'lib, uning asosida insonlarga va uning atrofidagi dunyoga mas'uliyatli munosabatda bo'lishi kerak. Axloqiy komponent turist ongining ajralmas qismi bo'lishi kerak.

Ta'limning kommunikativ funksiyasi o'ziga xos amaliyot sifatida turizm etikasining ustun funksiyasi deb hisoblash mumkin. Turizm nafaqat ekologiya muammolari (tabiiy turistik resurslarga antropogen tasir, ular uchun mas'uliyatni tarbiyalash, kelajak avlodlar uchun qayta tiklash), tarixiy va madaniy merosni muhofaza qilish masalasi bilan, balki nafaqat biologik va intellektual tafakkur, balki axloqiy mavjudot bo'lgan insonning o'zini asrash muammosi bilan ham chambarchas bog'liq.

Zamonaviy dunyoning tajovuzkorligi, murosasizlikning tarqalishi, insoniyat taraqqiyotining ustuvor yo'nalishlarini belgilashda iqtisodiy determinizmning kuchliligi, texnologik innovatsiyalarga o'ylab yondoshish kamligi inson tabiatini axloqiy o'lchovda saqlash zaruriyatini keltirib chiqaradi. Turizm keng ommani, ayniqsa, yosh avlodni axloqiy tarbiyalash va rivojlantirishning bilvosita usulidir.

Turistik faoliyatni bolalar va yoshlarning bo'sh vaqtini o'tkazishning samarali usuli deb hisoblash mumkin. Bu esa noma'lumni virtual emas, balki haqiqiy o'lchamlarida aniqlashga, uni tuzatishga, hayot ko'rsatmalarini qayta ko'rib chiqishga va baxt fenomeni haqida fikr yuritishga imkon beradi.

Turizmni yolg'izlik, zamonaviy jamiyatga munosabat muammosini yengish vositalaridan biri deb ham hisoblash mumkin. O'tmishdagi hayot tarzidan dalolat beruvchi tarixiy-madaniy yodgorliklarni nafaqat iqtisodiy, balki ekzistensial nuqtai nazardan ham hisobga olgan holda, inson umuminsoniy miqyosda o'zining insoniyatga daxldorligini his qiladi, o'zining kommunikativ ehtiyojlarini amalga oshiradi.

Zamonaviy insoniyat, birinchi navbatda, ishlab chiqarish hajmlarining ko'payishi, modernizatsiya, yangi texnologiyalarni izlash va boshqa siyosiy va iqtisodiy muammolarga qaratilgan bo'lsa-da, axloqiy sohada sodir bo'layotgan metamorfazalar juda xavflidir. Shu nuqtai nazardan, turizmni axloqiy me'yorlarni saqlashning muhim vositasi sifatida ko'rish mumkin.

Axloqiy masalalarning dolzarbligi axloqiy bilimlarning rivojlanish qonuniyatlari bilan ham, inson ongining cheksiz kuchi va oldindan aytib bo'lmaydiganligi bilan ham oldindan belgilanadi. Binobarin, axloq inson mohiyatining dastlabki belgisi emas, balki sivilizatsiya mavjudligining zaruriy shartidir. Shuning uchun etika inson faoliyatining barcha turlarida, shu jumladan turizm biznesida

ham axloqiy komponentni o‘zida aks ettiruvchi "me‘mor"ga aylanishi mumkin.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizmning ma‘naviy o‘lchovi deganda nimani tushunasiz?
2. Axloqiy masalalar tarixini gapirib bering.
3. Turizm etikasining shakllanish jarayonini gapirib bering.
4. Turizm amaliyotida ma‘naviy qadriyatlar haqida nima deya olasiz?
5. Turizm kodeksi, Turizm Xartiyasi haqida gapirib bering.
6. Axloq masalasida Manila deklaratsiyasi qarorlari haqida gapirib bering.
7. Axloq masalasida Monreal deklaratsiyasi qarorlari haqida gapirib bering.
8. “Ekologik turizm” va “noekologik turizm” deganda nimani tushunasiz?
9. Turizm etikasining asosiy muammolari nimalardan iborat?
10. Ijtimoiy turizmning ma‘naviy ikkilanishi deganda nimani tushunasiz?
11. Turizm etikasining asosiy tamoyillari nimadan iborat?
12. Turizm etikasining asosiy vazifalari nimadan iborat?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Балийская декларация по туризму (24 – 27 сентября 1996 г.) //Правовое регулирование туристической деятельности в Украине. – К., 2002.
2. Гаагская декларация по туризму. Гаага, 14 апреля 1989 г. //Правовое регулирование туристической деятельности в Украине: сб. норм. - иных актов / под общ. ред. В. К. Федорченко; Киев, ун-т туризма, экономики и права. - М.: Юр инком Интерн, 2002.
3. Глобальный этический кодекс туризма (Сантьяго, Чили, 1999) //Правовое регулирование туристической деятельности в Украине. – К., 2002.
4. Документ Акапулько. Акапулько (Мексика), 21-27 августа 1982 г. // Правовое регулирование туристической деятельности в Украине. - М., 2002.

5. Эскина Г. Свободное время как фактор развития личности/Г. Эскина // Молодежь в современном мире: нравственно-эстетические и культурологические измерения - М.: МИЛП, 2001.
6. Капто А. С. Профессиональная этика / А. С. Капто. – М.; Ростов н/Д: СКАГС, 2006.
7. Малахов В. А. Этика: Курс лекций: учеб, пособие. / В. А. Малахов. – М., 2004.
8. Манильская декларация по мировому туризму: принята Всемирной конференцией по туризму, проходящей в Маниле (Филиппины) с 27 сентября по 10 октября 1980 года // Правовое регулирование туристической деятельности в Украине: сб. норм. - правовых актов/ под общ. ред. проф. В. К. Федорченко; Киев, ун-т туризма, экономики и права. - К.: Юр инком Интерн, 2002.
9. Монреальская декларация «К гуманному и социальному видению туризма» // Правовое регулирование туристической деятельности в Украине: сб. норм. - правовых актов/ под общ. ред. В. К. Федорченко; Киев, ун-т туризма, экономики и права. - К.: Юр инком Интерн 2002 год.
10. Пазенок В. С. Альтернативный туризм: концепция и практика / В. С. Пазенок // Гостиничный и ресторанный бизнес. – М. 2005. - № 4.
11. Пазенок В. С. Туризмология. Теоретический образ / В. С. Пазенок. – М., 2012.
12. Философия туризма: учеб, пособие. / Под ред. В. С. Пазенко, В. К. Федорченко. - М.: Кондор, 2004.
13. Философские дискурсы рациональности. – М., 2010.
14. Философские очерки туризма: науч.- учеб. Изд. / под ред. д-ра филос. наук, проф., чл.-корр. НАН Украины В. С. Пазенко. – К., 2005.

VIII - MAVZU. TURIZM PEDAGOGIKASI

Mavzuni o‘rganishdan maqsad: Turizm pedagogikasining belgilarini, funksiyalarini hamda turistik ta’limning nazariy va metodologik asoslarini o‘rganadi.

Reja:

8.1. Turizmologiyaning pedagogik belgilari.

8.2. Turizm pedagogikasining funksiyalari.

8.3. Turizm ta’limining nazariy va uslubiy asoslari.

8.4. Turizm ta’limi va ta’lim nazariyasi.

8.5. Turizm mutaxassislarini tayyorlashning xorijiy tajribasi.

8.1. Turizmologiyaning pedagogik belgilari

Ta’lim pedagogikaning **obyekti** bo‘lib, shaxsning shaxsiy rivojlanishga yo‘naltirilgan jarayonidir. Uni tashkil etilgan pedagogik jarayonda o‘qitish, tarbiyalash, ta’lim berish uning **predmeti** hisoblanadi.

XXI asrning globallasuv jarayoniga dunyo xalqlarining faol muloqoti, shu jumladan turizm ham yordam berdi. Zamonaviy dunyoda turizm faoliyatining rivojlanish ko‘lami, turizm pedagogikasining shaxsni tarbiyalash va turizm mutaxassislarini tayyorlashda amaliy faoliyat sohasi sifatida rivojlanishi va shakllanishini aktuallashtiradi.

Mamlakatning iqtisodiy va madaniy salohiyati bir jihatdan turizm sanoatining holatiga bog‘liq. Davlat turistik ta’lim va pedagogik paradigmani rivojlantirishdan manfaatdor. Tarbiya va ta’limda shaxsiy manfaatlar va jamiyat manfaatlariga yo‘naltirilganlikni uzviy ravishda uyg‘unlashtirish, yoshlarni individualizm va kollektivizmning haddan tashqari holatlaridan qochib, hayotiy to‘g‘ri maqsadlarni tanlashga yo‘naltirish kerak.

Uzoq vaqt davomida ta’limning shaxsga yo‘naltirilgan qadriyat-lari pedagogik faoliyatning gipertrofiyalangan kollektivistik konsepsiyalariga bo‘ysunar edi. Shuni inobatga olgan holda turizm pedagogikasining ham strategik, ham taktik darajada rivojlanishi davlat, jamoat va shaxsiy tarkibiy qismlarning birligida, ularning tizimli, integratsiyali tarzda amalga oshirishi kerak. Hatto Arastu ham ta’lim-tarbiya davlatning muhim vazifasi bo‘lib, u insonda zarur fazilatlarni shakllantirish bilan shug‘ullanishi kerak, deb hisoblagan. Arastu

ko'rsatgan tarbiya omillari pedagogikaning shaxsni to'g'ri shakllantirish haqidagi birinchi ilmiy ta'rif sifatida ilmiy ta'limotga asos bo'ldi.

Qadimgi yunon faylasufi Aflotun ta'kidlaganidek, davlatning o'zini-o'zi saqlab qolishining asosiy sharti fuqarolarni solihlik ruhida tarbiyalashdir. Suqrot inson shaxsini gumanistik pedagogikaning falsafiy asosi deb hisoblagan. Inson esa o'rganish, ya'ni haqiqatni yetkazish bilan emas, balki uning ma'nosini mustaqil izlash bilan tarbiyalanishi kerak. Insonning eng qimmatli jihati bu haqiqatni (axloqni) ko'ra bilish va o'zini munosib tutish qobiliyatidir.

Keyingi avlod olimlari inson tarbiyasi qonuniyatlarini shakllantirdilar, samarali pedagogik texnologiyalarni ishlab chiqdilar va amaliyotga tadbiq etdilar. Pedagogikaning fan sifatida shakllanish tarixi shuni ko'rsatadiki, uning paydo bo'lishi va rivojlanishi jamiyatning yangi avlodlar hayotiga tayyorgarlik ko'rishdagi obyektiv ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlari bilan belgilanadi.

Pedagogika nazariyasida ta'lim ikki jihatdan o'rganiladi:

a) jamiyatning funksiyasi sifatida to'plangan qadriyatlarni yangi avlodlarga o'tkazish: bilim, axloq, ish tajribasi, mulkchilik tajribasi va milliy boyligni ko'paytirish ham uyushgan shaklda (ta'lim tizimida), ham o'tgan avlodlar tajribasini o'rganish orqali va atrof-muhitga tasiri;

b) shaxs rivojlanishini boshqarish sifatida.

Pedagogika fani shuni e'tirof etadiki, "tarbiya asosan odamlarning dunyoqarashini, odob-axloqini rivojlantirish, shaxs xususiyatlari va insoniy xatti-harakatlarini shakllantirish maqsadida shaxslararo muloqot orqali amalga oshiriladi, o'rganish esa turli mavzudagi nazariy va amaliy faoliyat turlari orqali amalga oshiriladi, intellektual va aqliy faoliyatga yo'naltirilgan.

Ukraina olimlari N.Nichkalo, I.Zyazyun, V.Kremen, V.Fedorchenkolarning asarlarida turizmning pedagogik jihatlarini o'rganishda turizm pedagogikasi predmetini aniqlash zarurligi e'tirof etilgan. Uning tadqiqot predmeti, bir tomondan, ta'lim to'plangan qadriyatlarni uzatishning samarali vositasi sifatida, shuningdek, turizm bilan shug'ullanish jarayonida shaxs xususiyatlarini maqsadli o'zgartirish, madaniy va tabiiy meros haqidagi tushunchalarni kengaytirishdan iborat. Ikkinchi tomondan, turizm ta'limining

pedagogik tizimi kasbiy bilimlarni yangi avlodlarga yetkazish vositasi sifatida, turizm faoliyati jarayonida ko'nikmalarni shakllantirishdir.

Turizm pedagogikasining dual predmetini shakllantirish mumkin: "Turizm sohasida mutaxassisni tarbiyalash, tayyorlash va rivojlantirish nazariyasi va amaliyoti" va "Turizm ta'lim va rivojlanish nazariyasi va amaliyotining xususiyatlari". Demak, turizm pedagogikasi turistga nisbatan tarbiyaviy ham, turizm mutaxassisiga nisbatan esa tarbiyaviy ahamiyatga ega.

Turizm orqali inson tabiatni, madaniyatni, insonlar bilan muloqotni, o'zini o'zi anglaydi. Turizm hayotga ongli va mas'uliyatli munosabatda bo'lishni o'rgatadi, o'zining biologik, psixologik salohiyatini ro'yobga chiqarish, o'z shaxsini rivojlantirish imkonini beradi.

Xullas, **turizm pedagogikasi** turizm vositasida ta'lim va tarbiya berish va turizm faoliyatini rivojlantirish qonuniyatlari haqidagi fandır. Turizm orqali shaxsni rivojlantirish muammosi an'anaviy pedagogika fanining diqqat-e'tibori mavzusi emas edi. Unda turizmning tarbiyaviy va sog'lomlashtirish funksiyalari, uning shaxsni rivojlantirish uchun rekreatsion, moslashuv va aksiologik imkoniyatlari, shaxsning subyektiv faoliyati e'tibordan chetda qolgan edi.

Shaxs rivojlanishining asosiy omillari ichida rivojlanib boradigan, yoshga qarab o'zgarib turadigan, yangi sifat xususiyatlariga ega bo'lgan va shaxsiy o'sishda muhim rol o'ynaydigan ijodiy turizm faoliyati alohida kasb etadi. Shaxsning shakllanishi uchun ijtimoiy tizimlarning, jumladan, turizmning tasiri masalalari muhim ahamiyatga ega. Bunday sharoitda turizm pedagogikasi kategoriyalari alohida ahamiyatga ega.

Turizm pedagogikasini o'rganuvchilar quyidagi asosiy kategoriyalarni egallashlari kerak:

1. Ta'lim. Bu kategoriya fanni uslubiy asoslarni ishlab chiqishda yetakchilik qiladi, turizm faoliyatining mazmunini ochib beradi, turizm uchun mutaxassislarni kasbiy tayyorlash, nazariyotchilar va amaliyotchilar e'tiborini turizmning ta'lim modellariga jalb qiladi. "Ta'lim" tushunchasi turli obyektiv va subyektiv omillarga bog'liq bo'lgan ko'p omilli jarayonni anglatadi. Agar obyektiv omillar sifatida mamlakatning ijtimoiy-tarixiy xususiyatlari, madaniy an'analari, ta'lim tizimi bo'lsa, ta'lim jarayoni tashkilotchilarining subyektiv

shaxsiy fazilatlari, ularning pedagogik mahorat darajasi, psixologik xususiyatlar va ta'lim jarayoni ishtirokchilarining qadriyat yo'nalishlaridir.

2. Borliq. U turizm tadqiqotchilarini shaxsning jismoniy, aqliy va ijtimoiy fazilatlar tashuvchisi sifatida mavjudligining obyektiv haqiqati, xarakteri, o'ziga xosligi, boyligi, mahsuldorligi va konstruktivligiga e'tibor qaratadi, ya'ni "borliq, dunyo - boshqasida" muammosini o'rganishga urg'u beradi". Ushbu toifa kontekstida turizm tushunchalari, turlari va shakllari alohida ahamiyatga ega bo'lib, "turizmda bo'lish" ning turli xil xususiyatlarni to'ldirish darajasi va murakkabligini tasdiqlaydi.

3. Ong. U turizm shaxsni tarbiyalashda muhim ahamiyatga ega: voqelikning manfaatdor rivojlanishi, boshqa dunyoga, odamlarga, o'z shaxsiga ongli munosabatni shakllantirish qobiliyatidir.

4. Faoliyatlar. Insonning chet el madaniyati bilan o'zaro munosabatda bo'lishni, unga maqsadli tasir ko'rsatishni, insonning ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini dolzarblashtiradi. Turizm pedagogikasi kontekstida shaxsning madaniy va ijodiy faoliyati muhim rol o'ynaydi. Ijtimoiy turizmning turli dasturlarini ishlab chiqishda tadqiqotchilarga yo'l-yo'riq ko'rsatadi, turli yoshdagi guruhlarining ustuvorliklarini bilishga ko'maklashadi.

5. Qiymat. Ushbu kategoriya turizm pedagogikasining nazariy va amaliy asoslarini ishlab chiqishda yetakchi o'rinlardan birini egallaydi, chunki turizm shaxsni rivojlantirishning axloqiy va qadriyat jihatlari turizmning global axloq kodeksi va xalqaro qonunlar va aktlar tomonidan tan olingan. Demak, nazariyotchilar va amaliyotchilar afzalliklarni tanlashda qadriyat yo'nalishlari, turistning "tabiat – madaniyat – boshqa shaxs" tizimiga qulay va noqulay munosabatlari muammosiga ko'proq e'tibor qaratishlari kerak.

6. Maqsad va natija. Ushbu kategoriya turizm pedagogikasi kontekstida turizm tashkilotchilari nimaga intilayotganini, ular yakuniy natijani baholash mezoni deb biladigan narsalar bilan uyg'unlashtirish zarurligini bildiradi. Maqsad - tabiatga, madaniyatga, odamlarga nisbatan mas'uliyat bilan munosabatda bo'lishga, xorijiy madaniyatda axloqiy jihatdan faollikni ko'rsatishga qodir bo'lgan shaxs ekanligidir. Natijada shaxsning shaxsiy rivojlanishi, dunyoga bo'lgan qadriyat munosabatlari tizimi takomillashidan iborat.

Turizm pedagogikasining uslubiy asoslarini ishlab chiqishda asosiy unsurlar: maqsadlar, vazifalar, funksiyalar va asosiy kategoriyalar bilan asoslash kerak. Turizm ta'limi va o'qitishning uslubiy asoslarini o'rganish quyidagi yo'nalishlarni nazariy asoslash va amaliy amalga oshirishni nazarda tutadi:

- Pedagogik jarayonni insonparvarlashtirish;
- O'qituvchilarni tayyorlash va malakasini oshirish;
- Turizm uchun kadrlar tayyorlashda yuqori malakali mutaxassislarning ishtiroki;
- Turizm ta'limi mazmunini rivojlantirish va takomillashtirish;
- Sohada kadrlar tayyorlash tizimini moliyaviy taminlash.

8.2. Turizm pedagogikasining funksiyalari

Turizm pedagogikasi oldida turgan tashqi (ekzogen) vazifalar majmuasi, birinchi navbatda uning vazifalari bilan belgilanadi. Aynan ular ijtimoiy tizimni va turizmning jamiyatdagi o'rnini shakllantiradilar. Turizm pedagogikasining quyidagi asosiy funksiyalari ajratiladi:

- Aksiologik (metafunksiya);
- Ijtimoiy va dam olish;
- Didaktik (trening);
- Boshqaruv (amaliy) [49].

Ustuvorlik *turizm pedagogikasining aksiologik funksiyasi (metafunksiyasi) bo'lib*, u turizmning qadriyatlar zanjiridagi o'rnini aniqlash imkonini beradi. Turizmning ko'plab aksiologik talqinlari mavjud. Ularning aksariyati pedagogik chegaralardan tashqariga chiqib, keng ijtimoiy-madaniy ma'noga ega: turizm tinchlik elchisi (BJTT); turizm - dunyoning atributi (V. Kvartalnov); turizm - tinchlik va mintaqaviy rivojlanish maqsadlari uchun (YUNESKO) va boshqalar.

Turizm pedagogikasining maqsadli modeli uchta komponentni aks ettiradi: **shaxs** - aksiologik makonning pedagogik va turizm vektorlarining **maqsadi** - shaxsning maksimal mumkin bo'lgan rivojlanishiga erishish **shartlari va vositalari**.

Pedagogikadagi mutaxassislar o'rtasidagi bog'liqlik, yaratilgan, yoki obyektiv ravishda mavjud sharoitlar va erishilgan natijalar sifatida talqin qilinadi. Natijalar esa ta'lim, tarbiya, o'ziga xos parametrlarda shaxsiy rivojlanishdir. Pedagogika fani ushbu aloqalarni baholashning asosiy mezonlarini ko'rib chiqadi:

- 1) xolislik - har qanday sharoitdan mustaqillik;
- 2) yaxlitlik - birgalikda kerakli natijalarni taminlaydigan omillar-ning majburiy to'plami;
- 3) umumiylik - har qanday tajribadan foydalanish va takrorlash imkoniyati;
- 4) takrorlanuvchanlik - o'xshash vaziyatlarda rivojlanish qobiliyati.

Axloqiy me'yorlar va qadriyatlarning turizm bilan o'zaro bog'liqligi muammosi bugungi kunda globallashuv sharoitida, ayniqsa, dolzarbdir.

Turizmda axloqiy-qiyimatli yo'nalishlar va ularni birlashtirish shakllarini izlash o'rnatilgan axloqiy tizimlarning yo'q qilinishi bilan bog'liq. Bu izlanishlar nafaqat ta'limning umumiy aksiologiyasiga, balki muayyan faoliyatning aksiologik jihatlariga, xususan, turizm ta'limiga ham qiziqishni oshiradi. Aksiologik va axloqiy-axloqiy muammolar ta'lim uchun mutlaqo yangi hodisa emas, lekin ular birinchi navbatda zamonaviy ta'lim nazariyasi va amaliyotiga xos bo'lgan o'ziga xos xususiyatni ifodalaydi, bunda qiymat mulohazalari to'g'risidagi bahslar ancha keskinlashdi.

Insoniyat jamiyati rivojlanishining turli bosqichlarida doimiy ravishda hayot, sog'liq, sevgi, ta'lim, ijod, go'zallik kabi qadriyatlar mavjud. Ular insonparvarlik tamoyilini o'z ichiga oladi va shuning uchun jahon tarixi amaliyotida sinovdan o'tgan. Biroq, pedagogik qadriyatlar o'z-o'zidan tasdiqlanmaydi, balki jamiyatdagi ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy munosabatlarga bog'liq. Binobarin, turizm pedagogikasining ajralmas funksiyalari ijtimoiy-siyosiy funksiyadir. Ular shaxsni ijtimoiy shakllantirish maqsadida maktab, oila, atrof-muhit, ish faoliyati, do'stona muhit, ijtimoiy institutlar va ommaviy axborot vositalari yordamida mustahkamlanishi mumkin.

Shu nuqtai nazardan, ijtimoiy makon shaxsni shakllantirish muhiti sifatida qaraladi. Ijtimoiy makonning uyushgan va spontan turlarini ajratib ko'rsatish mumkin. Sotsiologlar ularning o'zaro bog'liqligi va muqobilligini ta'kidlaydilar: uyushgan ijtimoiy makon zonasi qanchalik tor bo'lsa, spontan ijtimoiy makon zonasi shunchalik keng bo'ladi.

Uyushtirilgan ijtimoiy makon shaxsning ijobiy dinamikasini rivojlantirishga, bo'sh vaqtdan unumli foydalanishga yordam beradi. U klublar, sport maktablari, stadionlar, badiiy havaskorlik faoliyati,

ijod va madaniyat uylari, turistik muassasalar, sayohatlar va marshrutlar tomonidan shakllantiriladi, demak turistik makon uyushgan ijtimoiy makon strukturasi muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. O'z-o'zidan paydo bo'ladigan ijtimoiy makon - bu uyushmagan shaklda shaxsga tasir qiladigan, ba'zan unchalik ijobiy bo'lmagan muhitning bir qismi.

Turizm pedagogikasida boshlang'ich kategoriyasi - "estetik" kategoriyalar bo'lib, ular obyektiv voqelik hodisalariga ham, san'at asarlariga ham mavjud, ular turizm faoliyati jarayonida bilishadi. Bunday estetik kategoriyalar qatoriga quyidagilarni sanash mumkin: chiroyli, fojiali, kulgili, baland, past. Ekskursiyalar davomida turizm pedagogikasida estetik kategoriyalar alohida ahamiyatga ega.

Estetik tuyg'ular, ijodiy tabiat, sayyoh tasavvurining rivojlanishiga tasir qiladi, stereotipik fikrlashni yengishga, dunyoni konstruktiv o'zgartirish imkoniyatlarini amalga oshirishga yordam beradi.

Turizm ijtimoiy makonni kengaytirishda, klublar, sport majmualari, san'at uylari, tabiiy va madaniy meros obyektlarini o'z ko'lamiga jalb qilishda multiplikativ rol o'ynaydi. Shuning uchun **ijtimoiy multiplikativ funksiyani** rivojlantirish turizm pedagogikasi-ning muhim vazifalaridan biridir.

*Turizm pedagogikasining **rekreatsion funksiyasi*** nafaqat sog'liqni tiklashga, balki insonning jismoniy, intellektual va hissiy kuchlarini rivojlantirishga yordam beradigan kuchli faoliyatni o'z ichiga oladi.

Olimlar insonning tabiiy va ijtimoiy muhitdagi o'zgarishlarga moslashish darajasining pasayishini, ba'zi hollarda esa butunlay pasayib ketishini qayd etadilar. Bunday sharoitda turizmning adaptiv roli juda muhim bo'lib, u insonning jismoniy, psixologik va intellektual moslashuvining samarali mexanizmlari va vositalarini taklif qiladi. Shuning uchun turizm pedagogikasi o'zining **adaptiv funksiyasini** rivojlantirishi kerak.

Jozibadorlik (jozibalilik, qiziquvchanlik) nafaqat odamni yangilashi, balki yangi sayohatlarga qiziqish uyg'otishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, pedagogikada turizm va ekskursiyaning imkoniyatlari cheksiz, va deyarli o'rganilmagan.

*Turizm pedagogikasining **didaktik (tarbiyaviy) funksiyasi*** bir qator muammolarni hal qilishni talab qiladi: bu fanni yetarli

miqdordagi raqobatbardosh turizm mutaxassislarini tayyorlash bo'yicha ijtimoiy-iqtisodiy buyurtmani bajarish uchun, qanday, kim, qayerda va qachon o'qitishi kerak. Didaktik vazifalar qatoriga professional turizm ta'limi bo'yicha mahalliy va xorijiy tajribani o'rganish, umumlashtirish va amaliyotga joriy etish kiradi.

Turizm pedagogikasining muhim yo'nalishi turizm ta'limi mazmunini rivojlantirishdir. Mavjud ta'lim paradigmalarida ta'lim mazmuni, qoida tariqasida, o'quv material bilan belgilanadi. O'quv materialining hujjatli tashuvchilari o'quv rejasi, dasturlari, darsliklari, o'quv qo'llanmalari, turli ko'rgazmali qurollar, EHM dasturlarining mazmuni va tarkibiy qismlari, masofaviy (telekommunikatsiya) ta'lim turlaridir.

Biroq, B.Gershunskiy ta'kidlaganidek, asosan o'quvchilar ongini o'ziga tortadigan, aql-zakovatni ilmiy faktlar, tushunchalar, kategoriyalar, qoidalar, tamoyillar, nazariyalar va qonunlar bilan to'ldirishga intiladigan sof o'quv konsepsiyasi ishlamay qildi [23]. Uning o'rnini shaxsni chuqur tafakkurga tayyorlash, hayot mazmunini har tomonlama anglash, o'z-o'zini anglash yo'li bilan ochib beradigan tushuncha bilan almashtirilishi kerak.

Ta'lim kasbi ilmiy bilimning fanni talab qiluvchi tarkibiy qismlarini bilish orqali bunday o'zini o'zi anglash uchun sharoit yaratadi. Ular mazmunan yetarlicha zukko bo'lishi, fundamental va nisbatan barqaror asoslarni aks ettirishi va shu bilan birga fan, texnika, ishlab chiqarishning zamonaviy tarmoqlari, nazariyalar, qonunlar, qonuniyatlar, tushunchalar, g'oyalar, prognozlash usullari va tamoyillari talablariga javob berishi kerak.

Turizm industriyasining rivojlanish tendensiyalari, faktlar dinamikasi va umuman ilmiy bilimlar, istiqbolli ilmiy va texnologik kashfiyotlar, ulardan hayotda foydalanish imkoniyatlarini hisobga olishi zarur. Aytilganlar kontekstida turizm ta'limi mazmunini modernizatsiya qilish, eng avvalo, bashoratli modellarga, ilmiy-texnikaviy prognozlarni didaktik talablar bilan uyg'unlashtirish imkonini beradigan ishonchli axborot taminotidan foydalanishga asoslangan bo'lishi kerak.

Ta'lim mazmunini tizimli yangilash uchun eng malakali mutaxassislarning qadr-qimmatini hisobga olish, ularning kasbiy bilimlari, ijodkorligidan turizm sohasi mutaxassislarini kasbiy

tayyorlash mazmuni va jarayonini moslashtirish uchun foydalanish tavsiya etiladi.

Turizm pedagogikasi muammolarining rivojlanishi pedagogika va turizmning nazariy asoslarini, shuningdek turizm ta'limi, uning imkoniyatlarini tushunishdagi chuqur, paradigma o'zgarishlari bilan bog'liq.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, **turizm pedagogikasini rivojlantirishning asosiy vektorlari** quyidagilardir:

- turizm pedagogikasining kategorik-konsepsual apparatini shakllantirish;
- tizim sifatida turizm pedagogikasining tarkibiy unsurlarini nazariy va uslubiy jihatdan asoslash;
- uzluksiz turizm ta'limi konsepsiyasini ishlab chiqish;
- turizm ta'limi davlat standartlarining falsafiy-paradigmatik, mazmun-mantiqiy va resurs-texnologik komponentlarini ishlab chiqish;
- turizm bozorining mutaxassislariga bo'lgan ehtiyojlarini qondiradigan kasbiy faoliyatga konsepsual yondashuvlar asosida mutaxassisliklar, ixtisosliklar va ularning mazmunini shakllantirish;
- turizm sohasi uchun mutaxassislar tayyorlashning o'quv-uslubiy taminotini rivojlantirish.

Turizm pedagogikasining boshqaruv (amaliy) funksiyasi turizm ta'limini boshqarishning zamonaviy institutsional tamoyillarini, ayniqsa, davlat va tarmoq ta'lim standartlari tizimini ishlab chiqishni taqazo etadi. Ushbu muammolarni hal qilish turizmning yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyati bilan bog'liq holda yangi mutaxassisliklar ochilishiga yordam berishi kerak.

Pedagogik innovatsiya muammolarini hal etish ham dolzarbdir - ta'lim tuzilmalarini tayyorlash, tarbiyalash va boshqarishning yangi usullari, vositalari, shakllari, tizimlarini joriy etish, shuningdek, turistik infratuzilmaga ega tegishli ixtisoslashtirilgan ta'lim muassasalarini yaratish. Ishlab chiqarish birliklari: o'quv firmalari, mehmonxonalar, restoranlar, sayyohlik agentliklari, animatsiya zallari va boshqalarning kadrlarga bo'lgan talabiga kadrlar tayyorlash zarur.

Demak, turizm pedagogikasida innovatsion jarayonlarni rivojlantirish mehnat bozori ehtiyojlarini malakali mutaxassislar bilan taminlash, pedagogik innovatsiyaning barcha tarkibiy qismlarini kapital funksiyalarini bajarishga qodir bo'lgan intellektual mahsulotga

aylantirish vazifalari bilan bevosita bog‘liq. Turizm pedagogikasining asosiy funksiyalarini darhol natija bilan o‘lchab bo‘lmaydi, lekin aynan u butun xalqning ma’naviyati va marifiy darajasini oshirish orqali mamlakat iqtisodiyotini yangi chegaralarga olib chiqishga qodir.

8.3. Turizm ta’limining nazariy va uslubiy asoslari

Turizm ta’limi umumiy ta’limning ajralmas qismi bo‘lib, xalqlar va jamiyatlar o‘rtasida o‘zaro tushunish va hurmatni rivojlantirishga yordam beradi.

Ta’limning maqsadi - oldindan belgilangan natijalarga erishish uchun shaxsni shakllantirish, rivojlantirish va doimiy ravishda takomillashtirish.

K.Ushinskiy “Inson – tarbiya obykti” asarida maqsad qo‘yish va tarbiyaning vazifalari belgilash muhimligini ta’kidlab o‘tgan: “Bolalarning pokiza va zaif qalblarini tarbiyalashni, ularga (pedagoglarga) ishonib topshirib, ularning birinchi, demak, eng chuqur xususiyatlari biz pedagogdan o‘z faoliyatida qanday maqsadga erishishini so‘rashga va bu savolga sifatli va qat’iy javob talab qilishga to‘liq haqlimiz” [159].

Binobarin, umuman ta’limning maqsadi ilmiy dunyoqarashga ega, yuksak ma’naviy salohiyatga ega, o‘zi va jamiyat manfaati yo‘lida mehnat qilishga tayyor va qodir bo‘lgan barkamol va ijtimoiy faol shaxsni shakllantirishdan iborat.

Turizmologiya bo‘yicha turizm ta’limining asosiy maqsadlari turizm faoliyatini tartibga solishga oid xalqaro huquqiy hujjatlarda belgilangan: Turizm kodeksi, Turizm Xartiyasi, Turizmning global axloq kodeksi.

Turistik ta’lim ikki tomonlama vazifani bajaradi: u turistni har tomonlama ajratib oladi va begona madaniy hayot sharoitida shaxsning tolerant tafakkurini shakllantiradi. Uning nazariy mulohaza yuritishni talab qiladigan muammolaridan biri turizm bilan birgalikda axloqiy me’yorlarni shakllantirishdir.

Ba’zida axloqiy tizimlar vayron bo‘ladi, shuning uchun muayyan faoliyatda, xususan, turizm ta’limida yangi aksiologik o‘lchovlarni ishlab chiqish kerak. Aksiologik va axloqiy muammolar ta’lim uchun mutlaqo yangi hodisa emas, lekin ular birinchi navbatda zamonaviy

ta'lim nazariyasi va amaliyotiga xos bo'lgan o'ziga xos xususiyatni ifodalaydi.

Bir madaniyatning madaniy niyatlarini boshqa madaniyat tilida dialogik talqin qilish **turizm pedagogikasining asosiy vazifasi** hisoblanadi. Shu munosabat bilan matni adekvat va madaniy tarjima qilish muammosi paydo bo'ladi. Turizm pedagogikasi uchun boshqa madaniyatni tushunish turlarini ajratib ko'rsatishga imkon beradigan germenektikaning ishlanmalariga murojaat qilish tavsiya etiladi.

Avvalo, o'tmishni tushunishning o'zi - matni yaratuvchisi (gid, o'qituvchi, muzey mutaxassisi) matni (madaniyatni) qanchalik tushunadi, sharhlaydi va shunga mos ravishda, talqin qilingan matni turistlar qanchalik tushunadi.

Turizm ta'lim aksiologiyasining asosiy maqsadi - "begona" hayot dunyosi va madaniyatini, qadriyatlarini o'zlashtirish, "o'zgani" hurmat qilishga shaxsni yo'naltirishdir.

Turizm pedagogikasi **aksiologiyasining asosiy vazifalari** quyidagilardan iborat:

- Turizm shaxs tarbiyasining axloqiy va estetik asoslarini tushunish;
- Boshqa hayotiy dunyolar, madaniyatlar va tarixlarning qadriyat yo'nalishlari tasirida shaxsni tarbiyalash shartlarini aniqlash.

Turizm pedagogikasining aksiologik funksiyasi turizmni qadriyatlar ongini shakllantirish omili sifatida tushunishga yordam beradi. Aksiologik kontekstda turizm insonni tabiiy va madaniy yutuqlarga muqobil fazo-vaqt yo'llari orqali yetkazishning umumiy, doimiy, qulay usuli sifatida ta'riflanadi.

Turizm pedagogikasida tashkillashtirilgan aksiologik makondan foydalanishning zamonaviy shartlari quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- 1) dars variantini tanlashning to'liq erkinligi;
- 2) darsning kasbiy asoslari (o'qituvchilarning malakasini oshirish, ilmiy-metodik taminotni ishlab chiqish);
- 3) qo'shimcha ta'lim olish, yangi kasbga tayyorgarlik ko'rish imkoniyati;
- 4) faoliyatning ijodiy xususiyati.

Zamonaviy pedagogika fanida ta'lim va tarbiyaning **estetik funksiyasini** tushunish noaniqdir. Bir tomondan, shunday tushuncha mavjudki, uning doirasida tarbiya, tarbiya estetikasi pedagogikaning

barcha funksiyalari bilan bir qatorda (I.Zyazyun, G.Sagach) ko‘rib chiqiladi, ikkinchi tomondan, ayrim pedagogik tushunchalarda estetik funksiya farqlanadi, adabiyot va san’atning obrazli-emotsional, estetik rivojlanishini tashkil etishda u asosiy bo‘lib, o‘ziga xos "estodidaktika" [13] sanaladi.

Pedagogikaning estetik funksiyasining mohiyatini noaniq tushunish turizm pedagogikasining estetik funksiyasini turlicha talqin qilishga olib keladi: turistning estetik afzalliklarini tarbiyalash yoki turizm sohasi uchun mutaxassislar tayyorlashning estetik tarkibiy qismi sifatida. Turizm pedagogikasining shakllanish bosqichida turizmning tarkibiy qismi bo‘lgan pedagogikaning estetik funksiyasining mohiyati shundan iboratki, turizm sayohatchining estetik g‘oyalari timsoliga, uning estetik g‘oyalarini qondirish vositasiga aylanadi.

Turizm pedagogikasining **estetik funksiyasi** quyidagi **vazifalarni** bajaradi:

- shaxsning bilimlarini olish, yangilash bilan bog‘liq axborot va kognitiv;
- qiymatga yo‘naltirilgan - estetik e‘tiqodlarni amalga oshirish bilan;
- faoliyat-irodaviy - estetik qobiliyatlarni amalga oshirish bilan;
- turistning xulq-atvori va faoliyatini hissiy va me'yoriy o‘z-o‘zini tartibga solish modeli bo‘lgan kommunikativ.

Turizm faoliyati amaliyotida **turizmda ta’lim va tarbiya estetikasining quyidagi tarkibiy qismlarini** ajratib ko‘rsatish mumkin:

- estetik tarbiya, uning maqsadi shaxs estetik madaniyatining nazariy asoslarini shakllantirish;
- estetik o‘z-o‘zini tarbiyalash, uning maqsadi shaxsning o‘zini o‘zi takomillashtirishdir.

Turizm pedagogikasining muhim kategoriyasi estetika sanaladi, u turizm faoliyati jarayonida o‘rganiladigan obyektiv voqelik hodisalari bilan, san’at asarlari bilan bog‘liq.

Xullas, turizm pedagogikasi ta’limning asosiy maqsadini amalga oshiradi, uning atributi - ma’lum bir motivatsiya, subyektning natijani kutishga bo‘lgan kuchli irodali munosabati, uning istagi, maqsadni amalga oshirishga intilishidir.

Turizm pedagogikasining yakuniy maqsadi:

- ✚ shaxsni axloqiy qadriyatlar bilan boyitish;
- ✚ turizmologiya bo'yicha bilimlarni to'ldirish va mustahkamlash;
- ✚ insonning adaptiv qobiliyatlarini rivojlantirish.

Ta'lim maqsadini amalga oshirish jarayonida asosiy **tamoyillar**, mazmunan obyektiv, lekin shaklan subyektiv, chunki ular aniq shaxslar faoliyatida namoyon bo'ladi. "**Ta'lim tamoyillari** ta'lim qonuniyatlarining asosiy qoidalari bo'lib, ta'lim jarayonining umumiy yo'nalishini, uning mazmuni, metodikasi va tashkil etilishiga qo'yiladigan asosiy talablarni belgilaydi" [162].

Turizm pedagogikasida ta'lim tamoyillari turistik yo'nalishdagi ta'lim muassasasining pedagogik jarayonida qo'llaniladi, uning asosiy maqsadi turizm industriyasi uchun mutaxassislar tayyorlash va sayyohlik nuqtai nazaridan turizm predmetiga nisbatan, boshqa madaniyatli shaxsning rivojlanishidir.

Turizmdagi bunday tamoyillar turistik ta'lim maqsadlariga erishish uchun aniq tavsiyalar sifatida tushunilishi kerak:

- turistik faoliyat ishtirokchilarining turli munosabatlarini tartibga solish, chunki ularning mavjudligi tabiatiga ko'ra ular subyektivdir;
- uning ichki mohiyati va mazmunini aks ettirish;
- turizm tashkilotchilarining o'quv jarayonining ijtimoiy va amaliy yo'nalishini aniqlash;
- bir butun sifatida tarbiya jarayonining barcha tarkibiy qismlarining o'zaro bog'liqligi va mosligini aniqlash, va boshqalar;
- turizm vositasida shaxsni tarbiyalashning yetakchi tendensiyalarini tushunish;
- tarbiyaviy faoliyatning mazmuni, usullari va shakllarini aniqlash va boshqalar.

Turizm ta'limi tamoyillari - bu turizmda shaxsni tarbiyalash bo'yicha ishning maqsadi, ideallari, mazmuni, uslubi va tashkil etilishini belgilaydigan umumiy qoidalar. Bir-biri bilan chambarchas bog'langan ta'lim tamoyillari yaxlit tizimni yaratadi. Bir tamoyilni amalga oshirish boshqasini amalga oshirish bilan bog'liq. Ularning barchasi turizm faoliyatining mohiyati va asosiy xususiyatlarini aks ettiradi va shunga mos ravishda turizm sohasidagi mutaxassisga sayohatning turli turlari va shakllarini tashkil etish va o'tkazish, turizm industriyasi uchun kadrlar tayyorlash bo'yicha aniq uslubiy, nazariy, uslubiy tavsiyalar beradi.

Turizmda ta'limning asosi - bu shaxslarning o'zini-o'zi takomillashtirishga bo'lgan faolligi va qiziqishi, turizm subyektlarining doimiy o'z-o'zini tarbiyalash faoliyatini rag'batlantirish.

Turizmda tegishli ta'limning usullaridan foydalanish uni samaradorligini taminlaydi. Ular turizmdagi ta'lim jarayonining o'zagi bo'lgan turizm faoliyati subyektlari o'rtasidagi munosabatlarning o'ziga xos xususiyatlarini belgilaydi. Zamonaviy samarali usullarsiz, pedagogika fanining eng so'nggi yutuqlari va ta'lim amaliyotisiz eng yaxshi maqsad va g'oyalarni amalga oshirish mumkin emas.

"Turizmda ta'lim usullari" turkumi turizm subyektlari o'rtasidagi madaniy niyatlar, me'yorlar va munosib xulq-atvor huquqlarini o'zlashtirishga, shaxsni har tomonlama rivojlantirishga, umuminsoniy, milliy fazilatlarni shakllantirishga qaratilgan birgalikdagi o'zaro bog'liqlik yo'llarini bildiradi, bu turizm pedagogikasining maqsadlari bilan belgilanadi.

Turizm sohasi mutaxassislari tomonidan ta'limning tegishli usullarini tanlash turizm faoliyati ishtirokchisiga tarbiyaviy tasirning maqsadlari, mazmuni va xususiyatlariga, soha mutaxassisining pedagogik mahoratiga, shuningdek, turizmning o'ziga xos holatlari va sharoitlarining uslubiy jihatdan maqbul kombinasiyasiga bog'liq. Turizm xodimlarining kasbiy malakasi mavjud amaliyot, jahon tajribasi va mehmondo'stlik standartlari bo'yicha ham umumiy, ham maxsus tayyorgarlikka bog'liq.

Turizm sohasi mutaxassislarining yuqori malakali bo'lishi uchun quyidagilar asos bo'ladi: kadrlar tayyorlash mazmunining kelajakdagi kasbiy faoliyat talablariga muvofiqligi, o'qitishning ishlab chiqarish amaliyoti bilan bog'liqligi, nazariy kurslarning amaliy fanlar bilan aloqasi, universitetda o'qish bilan birga ish joyida uzoq muddatli amaliyot o'tash.

Avvalo, turizm globallasuv omili, ya'ni chegaralarning ochiqligi va xalqaro savdo, aloqalar ko'lamining kengayishi hisobiga doimiy ravishda o'sib borayotgan mamlakatlarning o'zaro bog'liqligidir. Shu bilan birga, globallasuv biznes jarayonlarini, ishlab chiqarish usullarini, axborotni uzatish shakllarini standartlashtirishni va raqamli makonni kengaytirishni taminlaydi. Bu hodisa ham o'troq turmush tarzini yo'q qilishga yordam beradi va shu bilan birga aholining hayot

istiqbollarini kengaytiradi, ayni paytda turizm xalqaro aloqalar va qadriyatlar almashinuviga yordam beradi.

Turizm jamiyatni axborotlashtirish omili sifatida ham ishlaydi. U nafaqat turizm tashkilotlari faoliyatining asoslarini belgilab beradi, balki turizmga oid ma'lumotlarni tezkor, chuqur, ko'rgazmali olish imkonini beradi. Internet orqali sayohat xizmatlarini bron qilish butun dunyo bo'ylab millionlab odamlar uchun odatiy ijtimoiy amaliyotga aylanib bormoqda.

Fan, texnika va texnologiyaning rivojlanishi, ularni turizm sohasiga joriy etish va foydalanish turistik oqimlarning harakatchanligini oshirib, turizmning kosmik turizm kabi yangi turlarining paydo bo'lishiga sabab bo'lmoqda. Birinchi kosmik sayyohlar D. Tito va M. Shattlvortning sayohatlari asta-sekin tanish va odatiy holga aylanib borayotgan "ijtimoiy ixtiro" sifatida tasniflanishi mumkin. Potensial kosmik sayyohlar ro'yxatida allaqachon yuzdan ortiq odam bor.

Shunday qilib, turizm zamonaviy jamiyatning ijobiy globallashtiruvining muhim omili bo'lib, madaniyatlar qarama-qarshiligini ularning muloqotiga aylantirishga, tabiiy va madaniy merosni saqlashga hissa qo'shadi, ijtimoiy bandlikning yangi yo'nalishlarini va boshqa sohalardan ko'ra ko'proq ijtimoiy hodisalarni yaratadi, xalqlar o'rtasida o'zaro tushunish va ishonchni taminlash salohiyatiga ega.

8.4. Turizm ta'limi va ta'lim nazariyasi

Zamonaviy jamiyat taraqqiyoti shaxsning bilimi, tajribasi va qadriyat yo'nalishlari, uning qiyinchiliklarga javob berishga tayyorligi bilan belgilanadi. Turizm mutaxassisi har tomonlama bilimli, ijodiy fikrlaydigan, keng madaniy dunyoqarashga ega shaxs bo'lishi kerak. Professional shaxs sifatida u ma'lum bir kasbiy sohada ixtisoslikni o'zgartirishga qodir bo'lishi kerak. Turizm mutaxassisining asosiy kapitali turistning xohish-istaklarini ro'yobga chiqarish, unga professional xizmat ko'rsatishdir.

Bo'lajak turizm mutaxassisi jahon va mahalliy ilmiy tafakkur yutuqlarini o'zlashtirgan, ma'naviy-axloqiy jihatdan shakllangan, fan, texnika, madaniyat va ijtimoiy hayotdagi yangiliklarga doimiy qiziqish uyg'otgan holda mustaqil faoliyat boshlashi kerak. Demak,

turizm ta'limi turizm mutaxassisining shaxsiy fazilatlarini shakllantirish orqali bugun va kelajakni qurishga qaratilgan.

Turizm ta'limi standartlari tizimini yaratish uchun quyidagi vazifalar hal etilishi kerak:

- kadrlar tayyorlash dasturlarini amalga oshirish bo'yicha to'plangan xorijiy va mahalliy tajribani to'plash, ular asosida turizm sohasi uchun oliy ma'lumotli mutaxassislar tayyorlashning moslashuvchan tizimini barpo etish;

- oliy ta'lim dasturlarini shaxsning intellektual salohiyatini har tomonlama ochib berishga, oliy ta'lim muassasasi bitiruvchisining ijtimoiy va kasbiy muammolarni hal qilishda ijodiy yondashuvlarni izlash hamda nostandart sharoit va vaziyatlarda qarorlar qabul qilish qobiliyatini rivojlantirishga yo'naltirish;

- o'quv jarayonini tashkil etishning texnologik samaradorligini oshirish uchun shart-sharoitlarni taminlash;

- kadrlar va moddiy-texnika resurslaridan oqilona foydalanish imkonini beradigan o'quv, ilmiy va ishlab chiqarish majmuasida mutaxassislarning malakasini oshirish imkoniyatlarini yaratish;

- turizm sohasi mutaxassislarning oliy ta'lim standartlari mazmunini zamonaviy ijtimoiy va kasbiy qo'llab-quvvatlashdan ustun bo'lgan holda turizm sohasining eng so'nggi yutuqlari asosida bitiruvchilarni tayyorlashga yo'naltirish;

- ta'lim va kasbiy dasturlarning me'yoriy mazmunida gumanitar, ijtimoiy-iqtisodiy, ilmiy va tabiiy, kasbiy va amaliy tayyorgarlikni o'quv fanlarining kombinasionalashuv tendensiyasini mustahkamlash.

Yevropa fondi eksperti B.Mansfieldning fikricha, standartlarni ishlab chiqishning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

- dolzarbligi (standartlar bandlik va iqtisodiyotning joriy va istiqboldagi ehtiyojlarini qondirish uchun ishlab chiqilganligi);

- moslashuvchanlik (standartlar o'zgaruvchan ehtiyojlarga mos ravishda moslashuvchan bo'lishi kerak);

- vakolatlarga muvofiqligi (standartlar kompetensiyani aks ettira olishi, ya'ni sohada talab qilinadigan standartlarga muvofiq harakat qila olish qobiliyati);

- kasbiy ta'lim va ta'lim standartlari (muntazam texnik vazifalar va ko'nikmalar);

➤ xabardorlik va orientatsiya (standartlar barcha ishtirokchilarga foydali ma'lumotlar va tavsiyalar berish orqali "shaffoflikni" yaxshilaydi).

Turizm mutaxassisi mustaqil turistik faoliyat va barcha turdagi turizm xizmatlari bo'yicha professional bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishi, tayyor raqobatbardosh dasturlarni taklif qilishi kerak. Buning uchun turizm, mehmonxona va restoran biznesi, turlarni tayyorlash, ishlab chiqish va taqdim etishning texnologik xususiyatlari, ularning tematik mazmuni xususiyatlari, shuningdek, turizm, ekologiya, arxitektura, etnografiya va boshqa sohalarni huquqiy tartibga solishni bilish talab etiladi.

8.5. Turizm mutaxassislarini tayyorlashning xorijiy tajribasi

Rivojlangan mamlakatlarda turizm uchun mutaxassislar tayyorlash bo'yicha katta tajriba to'plangan. Uni ijodiy o'rganish, umumlashtirish va tanqidiy tahlil qilish O'zbekistonda turizm ta'limi samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Xorijiy mamlakatlarda turizm ta'limi tajribasini qiyosiy tahlil qilish uchun soha mutaxassislarini tayyorlash va tarbiyalash samaradorligini, sifatini belgilovchi quyidagi asosiy parametrlarni ko'rsatish zarur:

- turizm ta'limi milliy ta'lim tizimining tarkibiy qismi sifatida;
- turizm ta'lim tizimining tuzilishi va vazifalari;
- turizm ta'limi tizimi faoliyatining me'yoriy-huquqiy asoslari;
- turistik ta'lim muassasalari pedagogik tizimining tuzilishi va mohiyati;
- mutaxassislarni uzluksiz tayyorlashni tashkil etish;
- turizm ta'limi tizimini boshqarish.

Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda oliy ta'limning ikkilik tizimlari shakllangan bo'lib, ularda universitet sektori (ko'pincha talabalar soni ustunlik qiladi) bilan bir qatorda ixtisoslashtirilgan muassasalar ham ishlaydi. Yevropa davlatlaridan Belgiya, Buyuk Britaniya, Gretsiya, Daniya, Irlandiya, Niderlandiya, Norvegiya, Germaniya, Fransiya, Shveysariya va boshqalar oliy ta'limning **binar tizimiga** ega.

Ingliz turizm maktabi dunyodagi eng yaxshisidir. "Cornwall College" o'zining olti darajali tizimida keng ixtisosliklarni taklif etadi. Milliy diplom dasturi va Davlat milliy kasb-hunar malakasi doirasida amaliy yoki kasbiy yo'naltirilgan ta'lim kursini tanlash mumkin. Ko'pgina Uzluksiz Ta'lim (A-level) o'quv dasturlari va barcha oliy ta'lim dasturlari Buyuk Britaniya universitetlarida yuqori darajadagi ta'lim olish imkonini beradi.

Turizm ta'limi sohasida Kornuoll kolleji turizmning turli yo'nalishlari bo'yicha bir nechta ta'lim dasturlarini taklif qiladi. Misol uchun, ekskursiya gidlarini tayyorlash dasturi ikki darajadagi treningni taklif qiladi. Birinchi darajali dastur uchinchi bosqich malakaviy yo'riqnomasi - "gidlar uchun talqin va sharh" tomonidan tayyorlanadi. Ushbu blok xalqaro malakaga ega bo'lishni, sayyohlar uchun ekskursiyalarni o'tkazishni, sayr qilishni xohlovchilar uchun mo'ljallangan.

Bu borada ma'lum darajada muvaffaqiyatga erishgan talabalar Kornuollning diqqatga sazovor joylari bo'ylab sayyohlar guruhlariga hamroh bo'lishlari mumkin. Ikkinchi darajali dastur to'rtinchi malaka bosqichi gidlarini tayyorlaydi - ko'k nishonli gid. Ushbu kurs turizmni qiziqarli o'qitishni va Kornuollga ekskursiyalarni o'z ichiga oladi.

Kornuoll kollejida oltita dastur mavjud:

- Sayohat agentligi sertifikat;
- "Galileo" va "Sabre" bronlash tizimlari;
- Aviachiptalar va Lufthansa chiptalari;
- Ikkinchi bosqich sayohat xizmatining milliy professional malakasi;
- Uchinchi bosqich milliy kasbiy malaka - sayohat xizmati;
- Sayohat va turizm bo'yicha milliy diplom.

Irlandiya turizm mutaxassislarini tayyorlashga katta e'tibor beradi. Kelgusi 10 yil ichida bu mamlakatda sayyohlar sonining ortishi kutilmoqda, shu bois kelayotganlarga xizmat ko'rsatish uchun malakali kadrlar tayyorlash faollashtirilmoqda.

Dublin kolleji o'quv dasturining Shveysariya-Amerika modeli (shveysariyalik mehmondo'stlik va Amerika menejmenti tamoyillarini birlashtirgan) asosida ishlaydi.

Irlandiya oliy mehmonxona boshqaruvi maktabida ular shunday dasturlarni o'rganadilar: tijorat, xalqaro mehmonxona boshqaruvi, xalqaro mehmonxona boshqaruvi bo'yicha biznes kursi.

O‘quv jarayoni boshqa maktablarga qaraganda boshqacha tashkil etilgan: birinchi yil nazariyaga bag‘ishlangan, ikkinchi yil, shu jumladan yozgi, amaliyot uchun ajratilgan, keyin nazariya yana bir yil davomida o‘rganiladi va oxirgi semestrda keyin to‘rtinchi kursda o‘qish, yana 11 oy amaliyot.

Ingliz turizm va menejment maktabida besh bosqich uchun turli xil o‘quv dasturlari mavjud: “kirish”, “asosiylar”, “oliy ta’lim to‘g‘risidagi milliy diplom”, “ oliy daraja”, “aspirantura”. Ular gidlar, sayyohlik agentliklarini tayyorlashga qaratilgan. Nazariy kurslar bo‘lajak mutaxassisga yo‘l-yo‘riq ko‘rsatadigan amaliy mashg‘ulotlar bilan birlashtiriladi.

Mehmondo‘stlik bo‘yicha mutaxassislarni tayyorlaydigan taniqli ta’lim muassasasi **Shveysariya mehmonxona boshqaruvi maktabidir**. Uning bitiruvchilari dunyoning turli mamlakatlaridagi mehmonxonalarda ishlaydi va ularning ba‘zilari o‘z bizneslarini yo‘lga qo‘ygan. O‘quv dasturi modulli: siz bor-yo‘g‘i bir yil o‘qib, sertifikatga ega bo‘lishingiz yoki Maktabda bir necha yil qolib, magistr bo‘lishingiz mumkin. Barcha biznes fanlari ingliz tilida o‘qitiladi. Bu yerda dunyoning turli burchaklaridan kelgan talabalar tahsil olishadi.

Shveysariyada mehmonxona va turizmni boshqarish bo‘yicha o‘nlab xususiy maktablar mavjud. Maktab ochish uchun davlat ruxsati talab qilinmaydi. Egasining o‘zi dasturni, o‘qitish darajasi va sifatini belgilaydi va amalda maktab ishonchli obro‘ga ega bo‘lishi kerak. Ta’lim bo‘yicha federal yoki kantonal davlat komissiyasi yoki davlat yoki xususiy universitet bunday maktabni tekshirishi va akkreditatsiya qilishi mumkin.

Mehmonxona boshqaruvining **birinchi maktabi** bundan yuz yil oldin Shveysariyada (**Lozanna**) paydo bo‘lgan. U hozir ham dunyodagi eng hurmatli maktablardan biridir. Maktab asoschisi mehmondo‘stlik biznesidagi muvaffaqiyat nafaqat texnik, boshqaruv yoki kommunikativ qobiliyatlarga, balki ma’lum bir shaxs turi bilan taminlanishini yaxshi bilardi: ochiq, baquvvat, diplomatik, tashabbuskor, har qanday holatda ham o‘zini erkin his qila oladigan shaxs. Maktabning eng asosiy an‘anasi - bu shaxsning yetakchilik qobiliyatini rivojlantirish va jamoada yaxshi muvofiqlashtirilgan hamkorlikni o‘rgatish.

O'quv rejasida akademik bilim va kasbiy amaliy tayyorgarlikni uyg'unlashtirish tamoyili o'z ifodasini topgan bo'lib, uning asosini fanlar majmuasi tashkil etadi. Talabalar mehmondo'stlik sanoatining istalgan sohasida martaba uchun tayyorlanadilar. Lozanna maktabi bitiruvchilari dunyoning 100 dan ortiq mamlakatlarida ishlaydi, eng mashhur mehmonxona kompaniyalarini boshqaradi, ularni deyarli barcha mamlakatlarda uchratish mumkin.

Lozannadagi maktab tajribasi xalqaro turizm ta'limi muassasasi-ning ilmiy-pedagogik jarayonini kuzatish imkonini beradi. Ushbu muassasada turistik kadrlar tayyorlash tizimi quyidagi xususiyatlarga ega:

- har qanday ijtimoiy muhitda o'zini erkin his qiladigan ochiq, baquvvat va aloqaga tayyor shaxs turiga yo'naltirilganligi;
- bitiruvchining yetakchilik va jamoada uyg'un ishlash qobiliyatlarini rivojlantirish;
- o'quv jarayonida aspirantning kasbiy faoliyatini rejalashtirish;
- kasbiy va ixtisoslashtirilgan kurslar va fanlarni majburiy ikki tilda o'qitish;
- kelajakdagi kasbiy mehnat faoliyatining o'ziga xos shartlariga moslashtirilgan boshqaruvning o'zaro almashtiriladigan ko'nikmalarini shakllantirish;
- boshqaruv ko'nikmalarini parallel ravishda egallash va mehmondo'stlik sohasida namunali bilim olish;
- ta'lim jarayoniga integratsiyalashgan xorijiy stajirovkalardan foydalangan holda ish joyida kasbiy tayyorgarlikni rivojlantirish;
- kasbiy ta'lim modulini joriy etish, ya'ni ta'lim jarayonida o'quv dasturining turlaridan birini tanlagan yoki mutaxassisni ixtisoslashtirilgan tayyorlashning ko'p madaniyatli tabiati.

Fransiyaning transmilliy turizm va mehmonxona korporatsiyasi va boshqa bir qancha turizm tizimlari va mehmonxona tarmoqlarida o'ziga xos fransuz metodologiyasi joriy etilgan. Ular Yevropa va boshqa regionlarni o'z ichiga olgan 140 ta davlatlar vakilligidagi xalqaro guruhni tuzdilar. Unda xodimlar qadrlanadi, ularning tashabbusi rag'batlantiriladi va korporativ ruh mustahkamlanadi. Jamoada yaxshi ishlash qobiliyatiga katta e'tibor beriladi.

Guruh turli xil ijtimoiy va jismoniy qobiliyatlarga ega bo'lgan odamlar uchun keng ko'lamli kasblarni taklif qiladi. Tadbirkorlikni rivojlantirish guruhning ustuvor strategiyasi bo'lib, uni rivojlana-

yotgan mamlakatlarda biznesni rivojlantirish menejerlari, loyiha menejerlari, biznesni rivojlantirish bo'yicha direktorlar amalga oshiradilar. Ular o'zlarining korporativ tashkilotlariga ko'plab o'quv dasturlarini taklif qilishadi. Dasturlar mijozning istaklari va talablarini hisobga olgan holda ishlab chiqilgan. Kasbiy ta'lim, shuningdek, yozgi kurslarda yoki bir yil davomida mijozning binolarida amalga oshiriladi. Dasturlarning o'ziga xosligi ularning "ikki diplomli"ligidadir. Kurs ishtirokchilari diplom, shuningdek, xalqaro mehmondo'stlikni boshqarish bo'yicha fan bakalavri (Fransiya maktablari va kollejlari assotsiatsiyasi tomonidan tan olingan) oladilar, bu esa dunyoning istalgan universitetida oliy ta'limni davom ettirish imkonini beradi.

Mehmonxonani boshqarishning fransuz usuli, shuningdek, universitetning Neuchatel shahrida joylashgan mehmonxona boshqaruvi maktabi tomonidan ham amalga oshiriladi. Maktab Fransiya, Shveysariya hamda xalqaro mehmonxona va turizm assotsiatsiyalari a'zosi. Uch kursni tugatgandan so'ng, uning talabalari Xalqaro mehmondo'stlik va turizm menejmenti bo'yicha bakalavr va mehmonxona boshqaruvi bo'yicha magistrlik diplomiga ega bo'ladilar. Bitiruvchilar yana bir yil (aspiranturada) o'qishlari mumkin, shundan so'ng ular "Mehmonxona faoliyati" mutaxassisligi bo'yicha diplom oladilar. Bakalavr darajasini olish uchun talabalar Neuchatel maktabining diplom dasturini muvaffaqiyatli tamomlashlari kerak. Maktab tomonidan berilgan rasmiy universitet darajasi Yevropa Ittifoqiga a'zo barcha davlatlarda tan olinadi.

Maktabda o'quv jarayoni juda qizg'in. **“Vatel-Paris”** Vatel institutining mehmonxona sanoatidagi Parij, Lion, Nitssa va Bordo shaharlarida joylashgan to'rtta oliy ta'lim muassasasidan biri. Vatel instituti falsafasi: “Barcha nazariy bilimlar amaliyot bilan tasdiqlanadi”. Institut milliy va xalqaro mehmonxona guruhlari, mehmonxona va restoranlarning yakka tartibdagi egalari bilan ishbilarmonlik aloqalarini o'rnatgan, ular o'z navbatida o'quv jarayoniga sherik bo'lib, amaliyot o'tash uchun joylar ajratishadi.

Xalqaro boshqaruv akademiyasida dunyoning turli burchaklaridan kelgan talabalar tahsil olishadi. O'qitish ikki tilda olib boriladi: fransuz va ingliz tillarida. Bu Yevropadagi birinchi turizm va mehmondo'stlik ta'lim muassasasi bo'lib, Amerika mehmonxonalar va motellar assotsiatsiyasi instituti tomonidan sertifikatlangan

Amerika bakalavriat va magistrlik dasturlarini taklif etadi. O'qitish 3 yil davomida amalga oshiriladi. O'qish davomida talabalar eng yaxshi mehmonxonalar: Hilton, Holiday Inn, Hyatt, Novotel, Marriot va boshqalarda amaliy mashg'ulotlar va amaliyot o'tashadi.

Fransiyada yaratilgan birinchi turistik ta'lim tizimi - **Parij mehmonxona boshqaruvi va turizm maktabidir**. Ushbu ta'lim muassasasi dunyoning 70 dan ortiq davlatidan talabalarni qabul qiladi. Maktab diplomlari Yevropa hamjamiyatining boshqa mamlakatlarida ham tan olinadi. Hamkor korxonalarining mavjudligi tufayli uning talabalari amaliyot o'tash va kasbiy tajriba orttirish imkoniyatiga ega.

Maltada joylashgan xalqaro til maktablarida yuqori malakali o'qituvchilar, til fanlari bo'yicha mutaxassislar, turistik ta'lim dasturlari metodikasi bo'yicha mutaxassislar, universitet va kollej professorlari, mehmondorchilik o'qituvchilari ishlaydi, ularning har biri o'z sohasi bo'yicha mutaxassisdir.

Talabalar o'qituvchilar bilan doimiy ijodiy aloqada bo'lib, nafaqat o'quv xonalarida, balki o'quv va sayyohlik ekskursiyalarida ham tilni puxta egallaydilar. Kursni muvaffaqiyatli tugatgandan so'ng, talabalar Xalqaro turizm til maktabi Diplomi, shuningdek, to'rtta asosiy til fanlari: o'qish, yozish, tinglash va og'zaki tillar bo'yicha yutuqlarni aks ettiruvchi muvaffaqiyat sertifikatiga ega bo'ladilar.

Har bir talabaning individual o'quv rejasi ikki bosqichni o'z ichiga oladi:

- ❖ fundamental nutq ko'nikmalarini shakllantirish;
- ❖ o'zlashtirilgan lingvistik bilim va ko'nikmalarga asoslangan o'quv fanlarini o'rganish.

Moslashuvchan o'quv rejasi, keng ko'lamli o'quv fanlari har kimga o'z talablariga javob beradigan kurs tuzilmasini tanlash imkoniyatini beradi. "Immersion" usuli til to'siqlarini tezda yengib o'tishga va chet tilida ravon gapirishni o'rganishga yordam beradi.

Sidney Biznes va Turizm Akademiyasi **Avstraliyaning** professional ta'limni taklif qiluvchi ta'lim muassasasidir. Akademiya NSW Professional dasturlar kengashi tomonidan akkreditatsiyadan o'tgan. Akademiya biznes, turizm va mehmondo'stlikni boshqarish, axborot texnologiyalari va bolalarni parvarish qilish bo'yicha kurslarni taklif etadi. Biznes va menejment bo'yicha tegishli kursni o'rgangandan so'ng, bakalvr diplomi yoki undan yuqori darajali diplom olish mumkin. Barcha kurslar nazariya va amaliyot uyg'unligi

asosida qurilgan. Talabalarga boshqaruv usullari, tashkil etilgan mehnat, tegishli kompyuter dasturlari o'rgatiladi.

Inter-Continental mehmonxonasidagi "Mehmonxona boshqaruvi" maktabi Avstraliyadagi besh yulduzli mehmonxona negizida ochilgan yagona ta'lim muassasasidir. U xalqaro tarmoqqa tegishli. Bitiruvchilarning 95 foizi o'qishni tugatgandan so'ng ish topadi. Barcha talabalar o'qishning birinchi yilidayoq pullik amaliyotga ega. Ushbu mehmondo'stlik maktabi turli mutaxassisliklar bo'yicha kurslarni taklif qiladi. Bir yillik o'qishdan so'ng talabalarga uchta sohadan (mehmonlarni qabul qilish va joylashtirish, oziq-ovqat va ichimliklar tayyorlash, pazandachilik) biriga ishga joylashish imkonini beruvchi sertifikat beriladi.

AQShdagi Amerika Sayohat Agentliklari Jamiyati dunyodagi eng yirik sayyohlik assotsiatsiyasi hisoblanadi. Sayohatchilar va turizm industriyasining huquqlarini himoya qilgan tashkilot "**Dunyo bo'ylab turizm faoliyatida halollik**" tamoyiliga amal qiladi. Bu jamiyat o'z a'zolarini ilg'or ta'lim texnologiyalari bilan taminlaydi va barcha mavjud axborot resurslari bilan taminlaydi; doimiy ravishda turizm sohasini tekshiradi va insofsiz operatorlar va boshqa xodimlarni aniqlaydi, halol raqobatni taminlash uchun kurashadi. U 1986 yilda tashkil etilgan va sayyohlik, kruiz va ichki turizm (turizm bilan bog'liq xizmatlarni sotish va tarqatish) sohasida mustaqil sayyohlik agentliklarining yetakchi assotsiatsiyasi hisoblanadi. Hozirgi kunda jamiyat 1000 dan ortiq a'zolarga ega, tashkilotning barcha a'zolari rioya qilishlari kerak bo'lgan o'z axloq kodeksiga ega. Kompaniya faoliyatining asosiy maqsadi – agentlarning kasbiy mahoratlarini va daromadlarini oshirish, iste'molchilarning talablarini aniqlash va qondirish asosida samarali takliflar, ta'lim va malaka oshirishni belgilab beradi. Sayyohlik agentliklari va turizm bilan bog'liq boshqa soha vakillarining halolligi va malakasiga tayanishga majbur qilishadi, shuning uchun jamiyatning barcha a'zolari turizmدا biznes qilishda halollik idealini targ'ib qilish tarzida olib borishlari va turizmning asosiy qoidalariga muvofiq harakat qilishlari shart.

Avtomatlashtirilgan ta'lim koalitsiyasi Amerika Sayohat Agentliklari Jamiyati tarkibida sayyohlik agentliklari sanoati uchun mutaxassislar tayyorlash ehtiyojlarini o'rganish uchun bir necha yillardan beri faoliyat yuritib kelmoqda.

Rossiya turizmi ham original mutaxassislarni tayyorlashda katta tajriba to'plagan. Bu yerda turizm biznesi mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlashning keng tizimi shakllangan. XX asrning 60-80-yillarida sovet pedagogikasi yoshlar, shuningdek, professional turistik dunyo o'rtasidagi kognitiv va tarbiyaviy ommaviy muloqot shakllarining ijtimoiy foydali ahamiyati muammosini faol ravishda o'rganib chiqdi. Yu.Babanskiy, V.Zagvyazinskiylarning asarlari o'quv jarayonini tashkil etish metodikasi va didaktikasi masalalariga bag'ishlangan; umumiy va kasbiy pedagogika bo'yicha - S. Batishchev, V. Bepalko, A. Ostapts-Sveshnikov, V. Kraevskiy. V. Suxomlinskiy va A. Georgievskayaning nashrlari umumiy va amaliy pedagogika sohasidagi tadqiqot faoliyati uchun uslubiy qo'llanma bo'ldi. V. Avanesov, V. Ageevts va V. Goncharov, I. Golovin va E. Nikitina, A. Derkach va A. Isaev, V. Joldak va boshqalarning pedagogika va psixologiya, iqtisod va sotsiologiya o'rtasidagi bog'liqlik haqidagi tadqiqotlari olib borildi. Turizmning (turizmologiyaning) nazariy asoslari N. Ananiev, P. Zachinyaev va N. Falkovich, V. Preobrajenskiy, L. Xodorkov, A. Abukova, Yu. Sokolov, P. Oltaks, V. Kotlyarov, N. Nichkalo, I. Zorin, I. Zyazyun, V. Kvartalnov, A. Terexovalar tomonidan ishlab chiqilgan.

Turizmning mohiyatini tushunish Rossiya Xalqaro Turizm Akademiyasi (RMAT) faoliyatining asosiga aylandi. U turizm masalalari bo'yicha davlatlararo ta'lim muassasasi sifatida Rossiya Federatsiyasi, MDHga a'zo davlatlar, Boltiqbo'yi mintaqasi va xorijdagi ayrim ta'lim muassasalari bilan tuzilgan shartnomalar va hamkorlik asosida xalqaro o'quv va ma'rifiy tadbirlarni tashkil etadi va o'tkazadi. Akademiyada turizm sohasi uchun mutaxassislar tayyorlash va ijtimoiy turizm sohasida band bo'lgan xodimlar – menejerlar, gidlar, gid-tarjimonlar, turistik yetakchilarning kasbiy bilim darajasini oshirish ko'zda tutilgan.

RMATda mutaxassislar tayyorlash turizm sohasida kadrlar tayyorlashning ko'p bosqichli tizimi konsepsiyasi asosida bir necha ta'lim darajalari dasturlari bo'yicha amalga oshiriladi.

Xullas, Yevropa mamlakatlarida turizm xodimlarini tayyorlash amaliyotini tahlil qilish ko'pchilik rivojlangan mamlakatlar oliy ta'limning ikkilik tizimini shakllantirganligi, bu yerda universitet sektori bilan bir qatorda ko'plab ixtisoslashtirilgan muassasalar mavjud degan xulosaga kelishga imkon beradi. Unitar tizim

(universitetlar) ham mavjud. Ingliz, fransuz, nemis turizm maktablari amaliyot bilan bog‘liq chuqur professional va nutqiy treninglar bilan taminlangan.

Yagona Yevropa modeli (ACCOR) bo‘yicha tadqiqotlar katta ilmiy qiziqish uyg‘otadi. Yevropa mamlakatlarida turizm sohasi uchun mutaxassislar tayyorlash bo‘yicha o‘quv dasturlari o‘zgaruvchanligi bilan ham ajralib turadi. Bu tajribalarni mukammal, ijodiy o‘zlashtirish O‘zbekistonda turizm ta‘limini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizm pedagogikasining predmeti nimadan iborat?
2. Turizm pedagogikasi qanday asosiy toifalardan iborat?
3. Turizm pedagogikasining asosiy unsurlari nimalardan iborat?
4. Turizm pedagogikasining funksiyalarini ayting.
5. Turizm ta‘limining nazariy va uslubiy asoslari nimadan iborat?
6. Turizm pedagogikasi aksiologiyasining asosiy vazifalari nimadan iborat?
7. Turizm ta‘limining asosiy maqsadlari nimadan iborat?
8. Turizm ta‘limi tamoyillari nimalardan iborat?
9. Turizm ta‘limining xususiyatlari nimadan iborat?
10. Turizm mutaxassislarini tayyorlashning Yevropa tajribasini ayting.
11. Turizm mutaxassislarini tayyorlashning AQSh tajribasi xususiyatlarini ayting.
12. Turizm mutaxassislarini tayyorlashning MDH mamlakatlari tajribasini aytib bering.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Гершунский Б. С. Философия образования XXI века. - М.: "Совершенство", 1998.
2. Ермоленко А. Коммуникативная философия: монография / А. Ермоленко. – М., 2003.
3. Зорин И. В. Теоретические основы профессионального туристского образования: монография / И. В. Зорин. - М.: Советский спорт, 2001.
4. Культура и образование специалистов туристской сферы: современные тенденции и прогнозы: материалы

Международ. науч.- практ.конф. (13 14 октября 2004 г.). - М.: КУТЭП, 2004.

5. Лукьянова Л.Г. Образование в туризме: учеб. - метод, пособие. / Л. Г. Лукьянова. – М., 2008.

6. Любицева О. О. Туризмоведение: поступление в профессию / О. О. Любицева, В. К. Бабарицкая. - К.: Изд. - полиграф, центр «Киевский университет», 2008.

7. Международная научная конференция «Образовательные программы ЮНЕСКО в области спорта, культуры и туризма», Красноярск (Россия) 17- 18 июля 2001 года. - Режим доступа: [http //www.iare.ru/news/pages0701/20_07_07.htm](http://www.iare.ru/news/pages0701/20_07_07.htm).

8. Приезжева Е. М. Педагогические условия подготовки студентов к анимационной деятельности в процессе профессионального туристского образования: дис. канд. пед, наук: 13.00.08 /Э. М. Приезжева. - М.: РГБ, 2003.

9. Туризмология: концептуальные основы теории туризма: науч.учеб. изд. - М.: КУТЭП, 2008.

10. Туризмология (теория туризма): учеб. - метод, пособие, со спец курса / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, О. А. Кручек, И. М. Минич. - К.: КУТЭП, 2010.

11. Фоменко Н. А. Педагогика высшей школы: методология, состояние стандартизация туристического образования / Н. А. Фоменко. - К.: Изд. дом «Слово», 2005.

12. Фоменко Н. А. Стандартизация туристского образования: теория, методика / Н. А. Фоменко. – М., 2011.

IX - MAVZU. TURIZM PSIXOLOGIYASI

Mavzuni o‘tishdan maqsad: Turizm psixologiyasining mohiyatini, ijtimoiy-psixologik jihatlarini, konseptual asoslarini o‘rganishdan iborat.

Reja:

9.1. Turizm psixologiyasining konseptual asoslari.

9.2. Turizmning ijtimoiy-psixologik jihatlarini.

9.1. Turizm psixologiyasining konseptual asoslari

Keyingi o‘ yilliklarda turizm ijtimoiy-psixologik jihatdan batafsil tushunishni talab qiladigan mustaqil ijtimoiy institutga aylandi. Jahon turizm akademiyasi prezidenti J.Ja’fariyning fikricha, turizmning jamiyatga tasiri, uning rivojlanishi bilan bog‘liq ijtimoiy ehtiyojlar, turizm haqidagi g‘oyalar evolyutsiyasi, uning vazifalari va ijtimoiy rolini o‘rganish muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Turizmni psixologik hodisa sifatida, uning psixologik xususiyatlarini, ushbu hodisani tavsiflovchi psixologik bilimlarning mazmuni va tuzilishini o‘rganish muhim ahamiyatga ega.

Turizmning birinchi psixologik tadqiqotlari psixologlar Faber (1954 y.) va Reason (1964 y.) tomonidan olib borilgan bo‘lib, ular ushbu bilim sohasining eng keng tarqalgan tushunchalarini belgilab berdilar. Rus olimlari bu muammoni XX asrning oxirida o‘rganishni boshladilar. Turizmning ijtimoiy-psixologik muammolarining nazariy asoslari R. Shamionov, T. Chernyaeva tomonidan ishlab chiqilgan. Turizm psixologiyasi sohasidagi amaliy tavsiyalar E.Linchevskiyning “Turistik guruhning psixologik iqlimi” asarida o‘z aksini topgan bo‘lib, unda guruhni boshqarishning psixologik taktikasini ko‘rib chiqadi, menejerlarga muloqot ko‘nikmalarini rivojlantirish va takomillashtirish bo‘yicha tavsiyalar beradi.

V.Kvartalnov o‘zining “Biosfera va turizm” asarida turizmning ijtimoiy-psixologik jihatlarini va uning ta’lim, tarbiyaviy, rekreatsion, gumanitar va ijtimoiy ko‘rinishlarini o‘rganishga alohida e’tibor qaratgan. U turizmning insonga ijtimoiy-pedagogik tasirini, uning bolalikdan voyaga yetgunga qadar rivojlanishini (jismoniy, jismonan, predmetli, ma’naviy, axborot, axloqiy, evristik; ijtimoiy muhitda ijtimoiy va xulq-atvor va boshqalar) ochib bergan. Turizm, A.Kvartalnovning fikricha, odamlarning intellektual va jismoniy

xususiyatlari va imkoniyatlarini rivojlantirish hamda yaxshilash uchun amalga oshiriladigan faoliyatdir. Eng avvalo psixologiya fanining predmeti bo'lgan tushuncha va kategoriyalar nuqtai nazaridan turizmshunoslik ularning psixologik mazmuniga kam e'tibor beradi. Turizm, shuningdek, iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va gumanitar xarakterdagi muayyan funksiyalarni bevosita bajarishga butun jamiyatga va aniq odamlarga tasir qilish sifatida tavsiflanadi [165]. Turistlarning psixologik funksiyalari alohida ajratilmaydi va hisobga olinmaydi. Masalan, L. Voronkova tahriri ostidagi "Turizm, mehmondo'stlik, xizmat ko'rsatish" ma'lumotnomasida insonning psixologik salomatligi ekologik funksiyani nazarda tutadi, shaxs xususiyatlarini shakllantirish, kognitiv sohani rivojlantirish funksiyalari faqat tarbiyaviy funksiyalar nuqtai nazaridan talqin etiladi.

Binobarin, turizm psixologiyasining vujudga kelishi fanning ilmiy bilimlarni integratsiyalashuviga intilish ehtiyojidan kelib chiqadi. Ushbu jarayonni turizm nazariyasi, amaliyoti va psixologiyasining tadqiqot sohasida yuzaga keladigan tegishli muammolarni chuqur o'rganmasdan amalga oshirish mumkin emas, chunki ularning integratsiyasi va yangi voqelikni aniqlash turizm psixologiyasining mustaqil bilim sohasi sifatida rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Hozirgacha ilmiy manbalarda "turizm psixologiyasi" tushunchasiga aniq ta'rif berilmagan. Ko'pincha uning umumiy psixologik jihatlarini ko'rib chiqiladi. Turizmning psixologik tadqiqotlarini tahlil qilish turizm psixologiyasini ilmiy soha sifatida ajratishga asos bo'ladi.

Xullas, **turizm psixologiyasi** turizmdagi psixologik hodisalarni turizm sohada kishilarning o'zaro munosabatlari, ularning umumiy va individual faoliyati bilan bog'liq muammolar kontekstida o'rganadigan fandır. Sifat jihatdan yangi shakllanish - guruh faoliyat subyekti (turistik guruh, jamoa va boshqalar)ning paydo bo'lishi odamlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning xarakterini sezilarli darajada o'zgartiradi.

Ijtimoiy xatti-harakatlar boshqaruvni, ya'ni funksiyalarni ajratish, nazorat qilish, puxta ishlab chiqarilgan me'yorlar asosida ishlashi talab qiladi. Ijtimoiy me'yorlar va qadriyatlarga asoslangan harakatlar

majmui sifatida turizm faoliyatining tasiri tufayli konkret odamlarning his-tuygʻulari, tajribasi, vakilligi orqali amalga oshiriladi.

Psixologiyaning **tadqiqot obyekti** odatda psixika inson va hayvonlar hayotining bir shakli sifatida tan olinadi. Voqelikni faol bilish ijtimoiy amaliyotda dunyoni chuqurroq oʻzgartiradigan va idrok etuvchi shaxsgagina xosdir. Shu bilan birga, muloqot deganda shaxslararo oʻzaro tasir, tushunish jarayonida maʼlumot almashish va faoliyat sifatida insonning ehtiyojlari va manfaatlarini qondirish, talablarni bajarish bilan bogʻliq ongli ravishda belgilangan maqsadlarga erishishga qaratilgan faoliyat tushuniladi [128]. Xullas, turizm psixologiyasining oʻrganish obyekti oʻziga xos psixologik xususiyatlarga ega boʻlgan shaxs boʻlib, u quyidagi xatti-harakatlar (faoliyat) bilan namoyon boʻladi va amalga oshiriladi:

- tabiiy fazilatlar va qobiliyatlarni rivojlantirish va takomillashtirish uchun tashkil etilgan ijtimoiy faoliyat sifatida;

- madaniyatning tarkibiy qismi, ijtimoiy faoliyat sohasi, jamiyat tomonidan inson taraqqiyoti uchun yaratilgan va foydalaniladigan maʼnaviy va moddiy qadriyatlar majmui sifatida;

- turistik guruh ijtimoiy tizimning bir turi sifatida.

Psixologiyaning **tadqiqot predmeti** psixik jarayonlar (idrok, xotira, fikrlash va boshqalar), xususiyatlar (qatʼiylik, bagʻrikenglik, chidamlilik va boshqalar) va ruhiy holatlardir (xotirjamlik, qiziqish). Ularning oʻziga xosligi insonning individual psixologik xususiyatlariga - temperamentiga, xarakteriga, qobiliyatlariga bogʻliqdir [124].

Barcha psixik hodisalar shaxsning xatti-harakati sifatida namoyon boʻladi, unda faoliyat shakllanadi, ular orqali u tashqi dunyoni faol ravishda oʻzgartiradi. Bu jihatdan turizm psixologiyasi turizmdagi psixologik hodisalarni ushbu sohadagi kishilarning oʻzaro munosabatlari, ularning umumiy va individual faoliyati bilan bogʻliq muammolar kontekstida oʻrganishni koʻzda tutadi.

Demak, turizm psixologiyasining **predmeti** turistik xulq-atvor va faoliyat subyektlarining psixologik xususiyatlari jamlanmada turizmni psixologik hodisa sifatida ochib berishdan iborat. Shu bilan birga, turizm ijtimoiy-psixologik institut sifatida qaraladi. Uning asosiy vazifasi turist shaxsining xulq-atvori va faoliyatida namoyon boʻladigan psixologik xususiyatlarining namoyon boʻlishini boshqarish, turistik guruhlarini shakllantirishning ijtimoiy-psixologik

xususiyatlari, bu guruhlar ishtirokchilarining shaxslararo o‘zaro tasiri, turizmni boshqarish va turizm biznesi tashkilotlarining psixologik xususiyatlaridan iborat.

Turizm psixologiyasining jamiyat hayotidagi o‘rni va roli uning bajaradigan **funksiyalari** orqali namoyon bo‘ladi. Psixologiyaning vazifalari uning jamiyat oldidagi asosiy majburiyatlarini, faoliyatning eng muhim yo‘nalishlari va doirasini belgilaydi. Turizm psixologiyasining funksiyalari gumanitar fanlarning (falsafa, psixologiya, sotsiologiya va boshqalar) funksiyalari bilan chambarchas bog‘liqdir.

Ijtimoiy tizimning ajralmas unsuri sifatida turizmning psixologik hodisasining muhim xususiyatlari ochib beriladi va turizm psixologiyasi ilmiy bilishning yangi yo‘nalishi sifatida quyidagi **funksiyalari** bilan ajralib turadi:

1) **Nazariy**, ya’ni psixologik bilimlarni kengaytirish va boyitish, ijtimoiy-psixologik harakatlarni o‘rganish asosida turizm psixologiyasining nazariyalari, asosiy kategoriyalarini ishlab chiqish;

2) **Prognostik**, ya’ni ijtimoiy-psixologik prognozni amalga oshirish. Psixologik tadqiqotlar o‘rganilayotgan obyektning holati yoki faoliyatining qisqa yoki uzoq muddatli prognozlarini asoslash bilan yakunlanadi (turizmning ijtimoiy-psixologik hodisalarining namoyon bo‘lishida, turistik guruhlar, turistning shaxsiyatida, turizmni boshqarishda);

3) **Axborot**, ya’ni turizmning ijtimoiy-psixologik hodisasi natijalari to‘g‘risidagi ma’lumotlarni to‘plash, tizimlash va tarqatish;

4) **Kognitiv**, ya’ni turizm psixologiyasining o‘rganilayotgan obyektning psixologik hodisalarining ishlash, rivojlanish qonuniyatlari haqidagi bilimlarni olish va to‘plash orqali amalga oshiriladigan funktsiya;

5) **Baholash**, ya’ni turizm hodisasi haqidagi psixologik bilimlar insoniyatning ular tomonidan yuzaga kelgan ijtimoiy-psixologik jarayonlar, ularning ahamiyati, shaxs va umuman jamiyat hayotiga tasiri to‘g‘risidagi qarashlarini, amaliy harakatlarning nazariy asoslarini, ijtimoiy voqelik hodisalarini shakllantirishdan iborat.

6) **Sotsializatsiya**, ya’ni turistik faoliyat jarayonida ijtimoiylashuvning psixologik mexanizmlarini aniqlash, turizm sohasida shaxsni ijtimoiylashtirish jarayonining o‘ziga xos xususiyatlari haqida psixologik bilimlarni taminlash;

7) turizm sektoriga (mijozlar, sayyohlik agentliklari menejerlari va boshqalar) jalb qilingan shaxslarning xatti-harakatlarining psixologik xususiyatlari, motivatsiyasi haqidagi bilimlardan foydalanishga qaratilgan konstruktiv boshqaruv qarorlarini qabul qilish, turizm sohasining psixologik xususiyatlarini hisobga olgan holda boshqaruv jarayonini **rejalashtirish va nazorat qilish**;

8) **Rivojlantirish**, ya'ni turizm faoliyatida ishtirok etish orqali shaxsni rivojlantirishdir. Turizm jarayoniga qatnashishda turistni fikrlashini rivojlantirishga, irodasini, hissiy va hissiy sohasini, qiziqishlarini, motivlarini va qobiliyatlarini shakllantirishga yordam beradi.

Turizm psixologiyasining barcha funksiyalari o'zaro tasir qiladi, birlashadi turizm industriyasiga va butun jamiyatga tasir qiladi. Turizm psixologiyasining konsepsiyasi va kategoriyalari turizm sohasidagi psixik jarayonlar va hodisalarni tushunish va tavsiflash uchun ruhiy apparatni, uning natijalarini tadqiq qilish, tahlil qilish va sharhlash uchun o'ziga xos psixologik tilni tashkil qiladi.

Psixologik kategoriyalar psixologiyaning asosiy umumiy tushunchalari bo'lib, obyektiv psixologik voqelikni umumiy shaklda, uning shakllanishi, rivojlanishi va tasdiqlanishida aks ettiradi. Ular asosiy va maxsus turlarga bo'linadi.

Psixologiyaning **asosiy toifalari** psixologik bilimlarning barcha darajalari uchun umumiydir: psixika, psixologik bilim; psixologik faktlar, qonuniyatlar va mexanizmlar; psixik jarayonlar, xususiyatlar, holatlar; ijtimoiy-psixologik hodisalar; shaxs, uning xulq-atvori, faoliyati, muloqoti va boshqalar.

Turizm psixologiyasi predmetini (turizm, turistik faoliyat, turistik guruh, turizmni boshqarish) psixologik qarash va tavsiflash uchun maxsus psixologik kategoriyalar ixtiro qilingan. Ulardan ba'zilari turizmdan olingan.

Turizm psixologiyasi fan sifatida o'ziga xos metodologiya va metodlarga ega. Asosiy **metodologik tamoyillarga** quyidagilar kiradi: determinizm, psixika va faoliyatning birligi, rivojlanish, obyektivlik, izchillik va shaxsiy yondashuv.

Quyidagi nazariya va tushunchalar turizm psixologiyasining nazariy va uslubiy asosi bo'ldi: G.Olportning o'z-o'zini anglash nazariyasi, A.Maslouning o'z-o'zini realizatsiya qilish konsepsiyasi, K. Rojers, I. Pavlovning refleks faoliyati nazariyasi, G. Kostyuk, J.

Piaget, S. Maksimenkalarining genetik psixologiya nazariyasi, Uotsonning bixeviorizm nazariyasi; Vertgeymer, Keller, K. Levinning gestalt psixologiyasi, 3. Freyd, A. Adler, K. Yunqlarning psixoanaliz nazariyasi. Shuningdek, rossiyalik tadqiqotchilar: V. Kvartalnov, R. Shamionov, T. Chernyaeva, E. Linchevskiy, V. Fedorchenko, V. Tsybux, L. Lukyanova, N. Fomenko, V. Pazenko va boshqalarning turizm fenomenini takomillashtirishlarini ko'rsatish mumkin.

Xullas, turizm psixologiyasi fan sifatida o'z metodologiyasi va maqsadiga ega bo'lib, olingan empirik ma'lumotlarni ilmiy asoslash uning rivojlanishiga hissa qo'shadi va tadqiqot sohasini kengaytiradi.

9.2. Turizmning ijtimoiy-psixologik jihatlarini

Turizmni psixologiya usullari bilan o'rganishda psixologik bilimlarning qaysi sohalari bevosita yo'naltirilganligini aniqlab olish kerak. Ijtimoiy psixologiya doirasida shaxsiy, guruh va guruhlararo jarayonlar hamda jamiyatdagi vaziyat o'rtasidagi bog'liqlik eng katta ahamiyatga ega. Rus olimi V.Kvartalnov asosiy e'tiborni ularni o'rganishga qaratdi. Ko'pgina ilmiy ishlarida u turizmning ijtimoiy-psixologik jihatlarini ichki individual, tarmoqlararo va guruh jarayonlar kontekstida ko'rib chiqadi.

Intraindividual jarayonlar. Jamoatchilik idroki va bilish ijtimoiy olamni idrok etish imkonini beruvchi ijtimoiy-psixologik jarayonlarni shakllantiradi.

Tasniflash jamiyat haqidagi bilimlarni tartibga solishda muhim rol o'ynaydi, ammo ba'zi hollarda bu stereotiplarning shakllanishiga olib keladi. Turizm bo'yicha tadqiqotlarda psixotnik stereotiplarga alohida e'tibor beriladi [57]. Brauer (1984) rezidentlarning turistlarga nisbatan umumiy va individual stereotiplarini ajratadi. Evans - Pritchard (1989) stereotiplarni ijobiy jihatdan ko'radi, chunki ular noma'lum o'zaro tasirlarni boshqarish mexanizmini soddalashtiradi. Bundan tashqari, muallifning fikricha, ijtimoiy o'zaro munosabatlarni tartibga solishda hokimiyatning vakolati ham muhimdir.

Sheldon va Uor (1987) xulosasiga ko'ra, mahalliy xalqlar uchun turizm iqtisodiyotni rivojlantirishda muammolarni keltirib chiqaradigan, fohishalik darajasini oshiradigan hodisa deb bilishadi. Mahalliy aholi tomonidan sayyohlarni idrok etish bo'yicha ko'plab tadqiqotlar jarayonlarning salbiy emas, faqat ijobiy munosabatlariga

qaratilgan. Sayyohlarning sayohatdan keyin ma'lum faktlarga munosabati o'zgarganligi haqida dalillar mavjud.

Interindividual jarayonlar. Bunday holda, jarayonlar o'z-o'zicha sodir bo'ladi [57]. Masalan, adolat nazariyasiga ko'ra, muloqotdan olingan shaxsiy zavq, bu muloqotning boshqa ishtirokchilar uchun oqibatlariga bog'liq bo'ladi.

Ijtimoiy psixologiya shuningdek, altruizm, yordam berish, raqobat, tajovuz va boshqa jarayonlarni o'rganadi. Mehmon va uy egasi o'rtasida resurslar uchun raqobat bo'yicha tadqiqotlar ham mavjud (himoya tomonning tajovuzkorligi mumkin). Biroq turizmni o'rganishda umuman ijtimoiy psixologiyani tahlil darajasidan kam foydalaniladi.

Guruh jarayonlari. Qoidaga binoan guruhning yetakchisi bo'ladi. Taft (1977) tadqiqotlarida guruhda ma'lum yetakchilik fazilatlariga ega bo'lgan gidlar tahlil qilinadi. U eng yaxshi gidlar mezbon mamlakat madaniyatining iqtidorli vakillari bo'lishi kerak degan xulosaga keldi. Gatto (1977) gidlarni "ona" sifatida ko'rib, "qaram bolalari" mahalliy madaniyat idrokiga yordam beruvchi sifatida qaraydi. Lopex (1980) muloqotdagi qiyinchiliklar yoki gidning avtoritar uslubi turga xalaqit berishi mumkinligini ta'kidladi va guruh sayohatidan zavqlanish va gidning ta'lim darajasi bo'yicha tadqiqot o'tkazishni taklif qildi [57].

Ayrim tadqiqotchilar (jumladan, Shuchet, 1983) odamlar guruh a'zosi bo'lish va umumiy qarashlarga ega bo'lish imkoniyatidan bahramand bo'lishadi, shuningdek, muloqot va xavfsizlik orqali mukofotlanadilar; sayyohlik guruhlari ajralish yoki boquvchisini yo'qotish natijasida yuzaga kelgan inqirozlarni bartaraf etishga yordam beradi. Ba'zida guruhda ikkinchi darajali motivatsiya mavjud. Masalan, muzeyga guruh bo'lib tashrif buyurishdagi ichki zavq ustunlik qilishi mumkin. Muammolar ko'pincha turistning ijtimoiy xulq-atvori mahalliy madaniyat qoidalarini buzganda paydo bo'ladi. Turizm tadqiqotchilari madaniy kontekstda mezbonlar va mehmonlar o'rtasidagi aloqalarni baholash muammosiga duch kelishadi.

Turizmni ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida o'rganish faqat ijtimoiy psixologiya sohasidagi tadqiqotlar bilan cheklanmaydi. Umumiy psixologiya va shaxs psixologiyasi manbai bo'lgan uslubiy bilimlar muammolari ham muhimdir. Mijozning motivatsiyasini tushunmasdan turib, ekskursiyani tashkil etish va uni bozorda taklif

qilish natijasida iste'molchining xohish-istaklarini qondirib bo'lmaydi, unga ijobiy taassurotlar va hissiyotlar berib bo'lmaydi. Turli vaziyatlarda inson xatti-harakatlarining modellarini, qaror qabul qilish motivatsiyasini, ta'til turini tanlashni, asosiy va yordamchi maqsadlarni, sayohat yo'nalishini, hamkorlar va sayyohlik kompaniyasini o'rganish kerak. Sayohat qilish motivlari sezilarli darajada yoshga, aql darajasiga, boylikka (moliyaviy resurslarning mavjudligi) bog'liq.

Dam olish, dunyoqarashini kengaytirish va noma'lum narsalarni bilish, o'yin-kulgi, diniy sabablar va hokazolarga ko'ra sayyohlar bir-birdan farq qiladi. Ushbu tashvishlar turizm psixologiyasi fanining predmetiga aylandi va turizm psixologiyasining usullari turizm marketingida keng qo'llanila boshlandi.

Sayohatni tanlashda motivatsiyalarning o'zgarishi sayyohlik kompaniyasi uchun ijobiy natijalarga olib keladi. Kayfiyatga, modaga, umumiy siyosiy va iqtisodiy vaziyatga va boshqa ko'plab omillarga e'tibor bermaslik motivatsion natijaga sezilarli tasir qiladi, bu esa mijozlarning yo'qolishiga va iqtisodiy notinchlikka olib keladi.

Turist sayohatning qaysi yo'nalishini tanlaydi? Muayyan mavsumda qaysi davlatni ma'qul ko'radi? Turizmning qaysi turi eng mashhur? Turistik bozorda nimani taklif qilish foydali? Turistik mahsulotni ilgari surish bo'yicha faoliyatni qayerga yo'naltirish kerak? Qanday qilib turni to'g'ri tashkil qilish kerak? Bu savollarga inson psixologiyasini o'rganmasdan turib javob berib bo'lmaydi. Kasbiy tushuncha, his-tuyg'ular va tajriba turizmning ijtimoiy-psixologik hodisalarini o'rganish va tushunishga asoslanadi.

Bilimlarni mustahkamlash uhun savollar

1. Turizm psixologiyasi deganda nimani tushunasiz?
2. Turizm psixologiyasining konseptual asoslari nimadan iborat?
3. Turizm psixologiyasida ilmiy bilishning qanday funksiyalari bor?
4. Turizm psixologiyasining asosiy metodologik tamoyillari nimalardan iborat?
5. Turizm psixologiyasining tadqiqot predmetlari nimadan iborat?
6. Psixik hodisa deganda nimani tushunamiz?
7. Turizm psixologiyasining tadqiqot obyektlari nimadan iborat?

8. Turizmning ijtimoiy-psixologik jihatlari nimadan iborat?
9. Turizmning birinchi psixologik tadqiqotchilari kimlar bo‘lishgan?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Квартальнов В. А. Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристского назначения, культура мира, системы туристских миграций, педагогика, социология и стратегия управления: в 5 т. /В. А. Квартальнов. - Т. С: Социальное пространство спорта и туризма. – М.: Наука, 2002.
2. Лукашевич О. Н. Психология туризма: концептуальное определение / О. Н. Лукашевич. - М.: КУТЭП, 2004.
3. Психологическая энциклопедия / авт.-сост. О. М. Степанов. – К.: «Академии издатель», 2006.
4. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. 2000.
5. Федорченко В. К. Туристский словарь-справочник: учеб, пособия. / В. К. Федорченко, И. М. Минич. - М.: Днепр, 2000.
6. Шульга И. И. Педагогическая анимация как социокультурный и психолого-педагогический феномен / И. И. Шульга // Педагогическое образование и наука. - 2008. - № 2.

X - MAVZU. TURIZM KONFLIKTOLOGIYASI

Mavzuni o'tishdan maqsad: Turizm sohasida sodir bo'ladigan konfliktlarning o'ziga xosligini, ularni bartaraf etish yo'llarini o'rganadi.

Reja:

10.1. Turizm sohasidagi konfliktlar tahlilining metodologik asosi.

10.2. Turizmdagi konfliktlarning tipik va noan'anaviy ko'rinishlari.

10.3. Turizmda ziddiyatlarni bartaraf etish yo'llari.

10.1. Turizm sohasidagi konfliktlar tahlilining metodologik asosi

Turizmologiyada konfliktlarni fan sifatida vujudga kelishi uchun yetarli asos omillari mavjud, jumladan, tafakkur paradigmasi, katta miqdordagi nazariy materiallar, konfliktologik yondashuvni ta'kidlaydigan o'ziga xos metodologiya. Bu fanda turizm hodisalarini, jarayonlarini, institutlarini tomonlarning tubdan farq qiladigan pozitsiyalari to'qnashuvi (kurashi) prizmasi orqali ko'rib chiqiladi.

Turizm sohasida ilgari bir-biriga nisbatan noma'lum bo'lgan odamlar, guruhlar, tashkilotlar o'rtasidagi ko'plab aloqalar tizimi shakllanadi. Bu sohada, bir tomondan, zamonaviy jamiyatda ijtimoiy o'zaro tasirning tarkibiy qismi sifatida millionlab odamlarning qarashlari, manfaatlari, ehtiyojlari to'qnashuvidan kelib chiqqan qarama-qarshiliklar kurashi sodir bo'ladi, ikkinchi tomondan, turizmning o'ziga xos faol hayot shakllari sifatida madaniyatlar va turmush tarzlari o'rtasida muloqotlar o'rnatiladi.

Turizmning konfliktona xususiyati uning chuqur mohiyatidadir, qiziqarli sayohatlar - orzu qilingan maqsad, oddiy ish kunlaridan tubdan farq qiluvchi turmush tarzi – bu o'ziga xos mukofotdir.

Konfliktologik yondashuvda turizmning asosiy xususiyati "o'z dunyosi" bilan "boshqa dunyo"ning fundamental qarama-qarshiligidir. Sayyohlik sayohatining o'ziga xos motivi sifatida "boshqa" dunyo haqida o'z tasavvuriga ega bo'lish uchun, yaqin va uzoq xalqlarning ijtimoiy merosi, madaniyati, tabiati va hayoti bilan tanishish va shu bilan birga sayyohning boshqa dunyoga tasiridir.

"O'z" dunyosi odatda yaqin, ma'lum, tushunarli bo'ladi, ya'ni turistning ichki dunyosiga mos keladi, "boshqa" dunyo esa - bu faqat qisqa sayohat vaqtida ochiladigan noma'lum dunyodir. "O'ziniki" va

"boshqa" dunyo o'rtasidagi ziddiyat qadimgi yunon mifologiyasida, xususan, "Odissey"da chuqur tasvirlangan.

Sayyohning qarashlarida "boshqa" dunyo ba'zi axloqiy va diniy tushunchalarda bo'lgani kabi umuman "begona" degan ma'noni anglatmaydi. Ammo, xalqaro turistik sayohatni amalga oshirishda "o'zining" va "birovning" o'rtasidagi nomuvofiqlik yuzaga kelishi mumkin bo'lgan ziddiyatlarning obyektiv asosiga aylanadi. Masalan, Italiyada 12 yoshgacha bo'lgan ayollar va bolalar tomonidan chekish uchun 500 yevrogacha jarima ko'zda tutilgan, bu MDH mamlakatlaridan kelgan sayyoh uchun aql bovar qilmaydigandek ko'rinadi.

R.Lyuisning ta'kidlashicha, dunyoda kamdan-kam mamlakatlarda odamlar borki, ularda o'z qalbining tubida joylashgan o'zlarini boshqalarga qaraganda aqlliyoq, yaxshiroq yoki hech bo'lmaganda normalroq deb hisoblamaydilar [80].

Shunga ko'ra, agar ma'lum bir madaniyat o'zini normal deb hisoblasa, boshqalari sifat jihatidan farq qiladi, "boshqa" dunyoning tashkiloti, tartibi, urf-odatlar va xatti-harakatlari tushunarsiz yoki g'alati bo'lib qoladi. Ispanlar erkin harakatlanish cheklovlarini sezmaydilar, ular 30 daqiqaga kechikishi mumkin, chunki bu deyarli milliy an'anadir. Nemis sherigining ish uchrashuviga 3 daqiqa kechikishidan g'azablanadi va rejalashtirilgan uchrashuvning yarim soatga qoldirilishi haqiqiy zarba deb qabul qiladi.

"Dunyo" tushunchasi - bu tabiiy muhit, ijtimoiy va ayniqsa, insoniy mavjudot usullarining kombinasiyasidir. Turistlarni faqat tabiiy va ijtimoiy to'siqlar ushlab turadi. Ijtimoiy chegaralovchi chegaraning ma'nosi shundaki, har bir vakolatda chet elliklar tomonidan tekshirilishi kerak bo'lmagan joylar, ba'zan davlat sirlarini saqlash nuqtai nazaridan butun mintaqalar (strategik, harbiy maqsadli obyektlar), diniy ziyoratgohlar, davlatning ijobiy imijiga zarar yetkazish mumkin bo'lgan (aholining qashshoqligi, ifloslik, kasallik yoki jinoyatchilik juda sezilarli bo'lgan hududlar)hududlarga ega. Sayyohlarning hamma narsani o'rganishga urinishlari ijtimoiy va davlat cheklovlariga zid keladi. Masalan, Liviya, Shimoliy Koreya, Eronda ma'lum sabab tufayli sayyohlarning xibsga olinishi xalqaro miqyosdagi nizolarga olib keladi.

Konfliktologik tahlil kontekstida turizmning muhim belgisi turizm fenomeniga ichki singib ketgan energetika hamda uning rasmiy

tashkil etilishi o'rtasidagi ziddiyatdir. Turistik sayohatni tashkil etish aniq jadvalni, marshrutlarning tartibliligini, hayotning ma'lum bir maishiy qismlarining majburiylikni o'z ichiga oladi.

Harakatlar bo'yicha ko'plab cheklovlar turistlarning o'z-o'zini faolligiga zid keladi. **Poliaktiv madaniyat vakillari** (R.Lyuis ta'rifi bo'yicha) bir vaqtning o'zida bir nechta ishlarni bajarishga, kundalik ish tartibini o'zgartirishga va rejadan tashqari harakat qilishga odatlangan. Monoaktiv madaniyatga mansub kishilar (nemislar, shveysariyaliklar, amerikaliklarda bunday kishilar nisbatan ko'p) polifaol madaniyat (ispanlar, lotin amerikaliklar, portugallarda bunday kishilar nisbatan ko'p) odamlari bilan uchrashganda, ular o'zaro konfliktga borish xususiyatiga, ularning hayot ritmidagi nomuvofiqlikni his qilishadi, shuning uchun doimiy nizolar kelib chiqadi [80].

Turistning xulq-atvori bilan brogan mamlakatning madaniy cheklovlari o'rtasida nizolar kelib chiqishi mumkin. Masalan, Vatikanga tashrif buyurgan ziyoratchilarga mojaroning oldini olish uchun katolik axloqi me'yorlariga va cherkovning qat'iy ko'rsatmalariga javob beradigan kiyimlar beriladi.

Ammo, inson yangi ijtimoiy muhitdagi sayohatida, belgilangan kiyinish odatdagidan voz kechishga moyil bo'ladi.

Turizmning yana bir muhim belgisi - turistik sayohatni tashkil etish va qilishda odamlarning ko'p qirrali o'zaro tasiri. Kasbiy, oilaviy, siyosiy, diniy manfaatlar qorishmasi uzoq muddatli manfaatlar va motivlarning ma'lum birligining asosini yaratadi. Turistik guruhlar turli yoshdagi, milliy, madaniy xususiyatlarga ega bo'lgan odamlarning vaqtinchalik birlashmalari bo'lib, ular ichida yomon fikr yuritadiganlar ham uchraydi.

Belgilar, qadriyatlar, ehtiyojlarning integral umumiy o'xshashligi asosida shaxslararo nizolar kelib chiqishi mumkin. Sayyohlik guruhining mikro-ijtimoiy madaniy birligini yaratish uchun sayohat vaqti yetarli emas.

Zamonaviy dunyoda madaniyatlarning yaqinlashish tendensiyasi mavjud degan fikr bor, ammo bu har doim ham shunday emas. Misol uchun, Buyuk Britaniyaga kelgan musulmonlarning bir qismi mahalliy mentalitetga muvaffaqiyatli assimilyatsiya qilinadi, ammo ba'zilari esa diniy an'analarga rioya qilishadi - ular maxsus kiyim (hijob va niqob) kiyishadi. Germaniya kansleri A. Merkel va Buyuk Britaniya

Bosh vaziri D. Kameron 2011 yil boshida “multikulturalizm siyosati muvaffaqiyatsizlikka uchraganini” e’lon qilishdi.

Zamonaviy dunyoda turizm muhim iqtisodiy omillardan biri bo’lib, dunyodagi har 15-ishchidan biri ushbu sohada ishlaydi. Shuning uchun u potensial iqtisodiy ziddiyatlarning manbai bo’lib, ayniqsa turistik xizmatlar sifatining kutilayotgan darajasi va real darajasi o’rtasida ziddiyat kuchli tasirga ega. Eng ziddiyatli omil - transport, mehmonxona va xizmat ko’rsatishning e’lon qilingan darajasi bilan haqiqiy darajasi o’rtasidagi farq sanaladi.

Iqtisodiy-huquqiy ziddiyatlarni sivilizatsiya asosida hal etish nihoyatda qiyin. “Bunda munozara va muzokaralardan ko’ra ko’proq nizolar mavjud. Ular shaxsiy va shaxslararo barqarorlikni buzuvchi fundamental to’qnashuvlar sohasidagi qarama-qarshilikning kuchayishidir”, deb ta’kidladi J. Skott [132].

Xullas, turizmda konfliktologik yondashuv sohadagi hodisalarning mazmunini, ayniqsa, kommunikativ, estetik, gumanistik jihatlardan qarash bilan tugatmaydi, balki konfliktlarning asosiy turlarini va ularni bartaraf etish usullarini oldindan aytib berishga imkon beradi.

10.2. Turizmdagi konfliktlarning tipik va noan’anaviy ko’rinishlari

Turizm sohasidagi konfliktlarni o’z ichiga olgan ijtimoiy nizolar tipologiyasining ma’nosi ularni guruhlash, ularni hal qilishning tegishli usullarini ishlab chiqish imkonini beradigan umumiy xususiyatlarni topishdir.

Turistik sayohatlarni tashkil etish va o’tkazish jarayonida yuzaga keladigan tipik konfliktlarning umumiy xususiyatlarini aniqlash turizmologiya uchun qiyin vazifadir. Turizm sohasida odamlar, korxonalar, muassasalar, mamlakatlar o’rtasidagi munosabatlarning keng tizimida nizolar yuzaga keladi, ular holatni barqarorlashtirishga, yoki uni yo’q qilishga qodir emas.

Biroq, konfliktlar yaxlit taassurotga bog’liq bo’lgan omil bo’lib, u yoki bu hodisaga - ma’lum bir guruhning turistik sayohati subyektiv baho beradi. Masalan, 2010-2011 yillarda bir qator arab davlatlarida inqiloblar, joriy va kelajakdagi turistik sayohatlarni tanlashga sezilarli tasir ko’rsatdi.

Umuman olganda, turizm sohasida faoliyat yuritadigan kishihanda turist kurash va raqobatdan qochish, dunyoga xotirjam va mulohazakor munosabatda bo'lish, boshqa madaniyatlar va tartiblarni hurmat qilishi kerak. Chunki ayni paytda ular kamroq himoyalangan, noma'lum qonunlar va hayratlanarli narsalar hukm suradigan boshqa xil ijtimoiy-madaniy muhitdadir. Himoyasizlik, ayniqsa, xalqaro turizmda yaqqol namoyon bo'ladi, bu yerda sayohatchi o'zini begona dunyoda his qiladi. Chet ellik sayyoh ko'pincha kulgili ko'rinishdan qo'rqadi, shuning uchun u "mahalliy"ning munosabatini diqqat bilan kuzatib boradi.

Turizm sohasidagi nizolar boshqa sohalarda va faoliyatda bo'lgani kabi, o'lim bilan tugamaydi. Ha, siyosatda hokimiyat uchun kurash keskin murosasiz ziddiyatdir, ishbilarmonlik munosabatlarida sheriklarning o'zaro tasiri har doim muayyan muammolarni hal qilishga imkon beradigan bir qator ziddiyatli muzokaralardir. Turizm sohasida nizolar, asosan, sayohatni nomukammal tashkil etish, o'zaro tasirning nomukammalligi, qiyin vaziyatlarda subyektiv xatti-harakatlar momenti sifatida yuzaga keladi. Mojarolarsiz sayohat qilish mumkin. Turizmdagi qarama-qarshiliklar chuqur tarixiy asosga yoki tubdan mos kelmaydigan madaniy-sivilizatsiyaviy asosga ega emas. Agar turli etnik guruhlar o'rtasidagi ko'p asrlik adovat ko'pincha millatlararo nizolarda namoyon bo'ladigan bo'lsa, turizm sohasidagi nizolar situatsion xarakterga ega bo'lib, ular ma'lum sabablarga ko'ra "bu yerda va hozir" yuzaga keladi va oddiy fuqaro tomonidan tahlil qilinadi. Metodik jihatdan, potensial yoki haqiqiy sayyoh aniq "bu yerda va hozir" yuzaga keladigan turli vaziyatlarda o'zini tuta bilish va do'stona moslashish uchun harakat qilishi kerakligiga e'tibor qaratadi.

Funksional jihatdan turizm sohasidagi nizolar, qoida tariqasida, salbiy, buzg'unchi, buzg'unchi emas mazmunga ega. Muayyan vaziyatlarda bu to'qnashuvlar qarashlar polifoniyasini ochib berishga yordam beradi, odamlar o'rtasidagi munosabatlarning haqiqiy holatini qayta tiklaydi, fikr bildirish va yashirin niyatlarni qisman amalga oshirish imkonini beradi. Ya'ni, konflikt tashkilot ichidagi ijobiy funksiyalarni bajarishi mumkin. Turizm industriyasida bu hodisa istalmagan, emotsional jihatdan salbiy, kutilmagan, rejalashtirilmagan, buzuvchi va munosabatlarning buzilishiga olib keladi. Ushbu eslatmaning uslubiy ma'nosi shundan iboratki, ziddiyatli vaziyatda

sayyoh majburiy g'alaba uchun raqobat va kurash emas, balki qochish, murosaga kelish, hamkorlik qilish strategiyasiga amal qilishi kerak.

Turizm sohasidagi nizolarning paydo bo'lishining aksariyat sabablari moddiy-iqtisodiy munosabatlar va huquqiy sohada, resurslarni taqsimlashdadir. Garchi ularning omillari g'oyalar va haqiqat o'rtasidagi nomuvofiqlik, guruhdagi muloqotning buzilishi, xatti-harakatlardagi farqlar, imtiyozlarning nomuvofiqligi va boshqalar ham bo'lishi mumkin.

Konfliktlarning ayrim kichik turlari turizm sohasida aniq namoyon bo'ladi va ular ijtimoiy hayotning boshqa sohalarida kamroq seziladi, xususan:

- ❖ turistlar kelgan mamlakat vakillari va boshqa madaniyat tashuvchisi bo'lgan turistik guruh a'zolari o'rtasida bo'lgan madaniyatlararo nizolar;
- ❖ xizmat ko'rsatuvchi sayyohlik agentliklari, sayohat tashkilotchilari va ma'lum bir turistik guruh yoki turist o'rtasidagi ziddiyatlar, e'lon qilingan tashkilot darajasi bilan turist tomonidan tajribada ko'rgan darajani taqqoslash va boshqalar;
- ❖ vaqtinchalik mikrojamiyat sifatida turistik guruhlarining ichida yuzaga keladigan shaxslararo va guruh ichidagi nizolar;
- ❖ shaxslararo ziddiyatlar.

Madaniyatlararo to'qnashuvlar xalqaro turistik almashinuvdagi mafkuraviy va xulq-atvor unsurlari bevosita yashiringan joylarda yuzaga keladi. Tadqiqotchilar xalqaro turizm har bir xalqning milliy madaniyati va tarixini hurmat qilishga, barcha davlatlarning asosiy manfaatlarini hurmat qilish kerakligini ta'kidlaydilar [165]. Biroq, madaniyatlararo to'qnashuvlarning obyektiv va subyektiv tomonlari mavjud va shuning uchun ular ba'zida odamlarning xohish-istaklaridan qat'iy nazar paydo bo'ladi.

Bunday to'qnashuvlarning sababi yerdagi madaniyatlarning xilma-xilligi va o'ziga xos xususiyatlariga hamda nisbiy izolyatsiyasiga bo'g'liq bo'lib, bu esa o'z navbatida ular o'rtasidagi aloqani murakkablashtiradi.

Ingliz tarixchisi A. Toynbi yopiq madaniyatlar (uning vakillarini sonidan qat'iy nazar) boshqalarga, hatto alohida madaniy unsurlarga ham begona bo'lib qolishini ta'kidlagan: "Yagona madaniyat unsuri begona muhitga kirganda, qiyinchiliklarni kutish kerak" [143].

XXI asrning ikkinchi o'n yilligi boshlariga kelib "Sharq – G'arb", "Janubiy – Shimol" madaniy qarama-qarshiliklari yaqqol namoyon bo'ldi.

Madaniyatshunoslikda Sharq va G'arb sivilizatsiyalari o'rtasidagi munosabatlar muammosi yangidan ko'rib chiqilmoqda. Sharq an'anaviylik, konservatizm va mahalliy tipdagi universalizm (davlatlar, shaharlar, odamlar, oilalar va madaniyatlar), G'arb esa butun sivilizatsiya dinamizmi, faoliyatning jadalligi, qattiq hayot raqobati, shaxs erkinligi unchalik cheklanmaganligi, baynalmilallik, axloqiy va xulq-atvorning bo'shligi bilan ajralib turadi.

Madaniyatlarning izolyatsiyasiga ishonish o'zaro tushunish va boshqa madaniy dunyoga moslashishga to'sqinlik qiladi. Masalan, Buyuk Britaniyaning zamonaviy mutaxassisliklari xodimlarda Sharq, Afrika mamlakatlari madaniyati haqidagi g'oyalar (odatda, mojaroli zonalarida) qo'rquv va hatto dushmanlik bilan to'lganligini ko'rsatadi. Amerikalik menejerlar, o'z navbatida, "yapon biznesmenlari G'arbdan kelgan odamlarni begona deb bilishlarini" ta'kidlaydilar [37].

Madaniyatlararo to'qnashuvlarning subyektiv jihati ma'lum bir madaniy muhit va madaniyatning individual tashuvchilari ongida o'zlarini ustunlik tuyg'usining chuqur ildiz otganligidadir. Masalan, E.Kaempfer XVII asrda Yaponiya hukmdorlari tomonidan golland savdogarlarining qabul qilinishini "sovg'alar, sudralib yuruvchi odamlar tarzida" ta'riflagan [91].

Har bir xalqning xulq-atvor, madaniyati milliy urf-odatlar, tarixan mustahkamlangan xulq-atvor qoidalari va globallashuv jarayonlaridan kelib chiqqan xalqaro muloqot normalari bilan shakllanadi. Mezbonlar nafaqat mehmondo'st, balki mehmonlardan e'tibor, qiziqish va urf-odatlariga hurmatni kutishadi. Afrika davlatlariga kelayotgan sayyohlar 1000 ga yaqin etnik guruhlar yonma-yon yashayotgan qit'aning madaniy va milliy an'analarini hisobga olishlari, ularning ba'zilarini internet orqali qit'ani o'rganishlari, kannibalizm holatlari borligini hisobga olishlari, ba'zilarini esa "qon adovati" qonunlariga qat'iy rioya qilib, ma'qullashlari kerak. Janubiy Afrikalik mutafakkir, qit'ada hurmatga sazovor bo'lgan Credo Mutwe, mintaqaviy Afrika an'analariga hurmat "qora" va "oq" irqalar vakillari o'rtasidagi tushunish Afrikaning o'zida haddan tashqari ko'p bo'ladigan qonli to'qnashuvlarnikamaaytirish uchun muhim ekanligini ta'kidlaydi. Afrika mamlakatlari bo'ylab sayohat qilgan sayyoh etnik guruhlar

madaniyatining izolyatsiyasini ham, turli darajadagi rivojlanish darajasini hisobga olishi kerak. Janubiy Afrika, Misr, Liviya, Jazoir, Tunis, Marokash uzoq vaqtdan beri Yevropa bilan aloqada bo'lsa, Markaziy Afrikaning ba'zi mamlakatlari ibtidoiy darajadan endi kelib chiqqan darajadadirlar, ular hali ham shamanizm, butparastlik bilan ajralib turadi.

Yevropaliklar mahalliy tilanchilik, poraxo'rlik, aeroport terminallaridagi bojxona xodimlaridan boshlab, g'ayrioddiy salomlashish va noz-ne'matlarga (masalan, sut kabi) duch kelishi mumkin. Mojarolarning oldini olish uchun Afrika lahjasini eslash foydali bo'ladi, obrazli qilib aytganda: "Bir oyoqli odamlar yashaydigan qishloqda siz bir oyoqda yurishingiz kerak". Afrika davlatlari (Syerra-Leone, Kongo, Zimbabve, Kot-d'Ivuar, Liberiya) ichidagi doimiy siyosiy ziddiyatlarni ham hisobga olish kerak: 2008 yilning yozida Malida to'rt nafar fransuz sayyohlari o'ldirilgan, Marokashda sayyohlar garovga olingan. Hukumat va politsiya xodimlarining erkin harakati sababli kelib chiqayotgan ziddiyat natijasida, 2010 yilda G'arb hukumatlari Somali, Kot-d'Ivuar kabi ayrim davlatlarga tashrif buyurmaslikni maslahat berishdi.

Afrikadagi to'qnashuvlarning yangi turi - bu qora tanli aholining mustamlakachilik vakillari sifatidagi oq tanlilarga nisbatan dushmanona munosabati (Janubiy Afrikadagi oq dehqonlarni haydab chiqarish, Somali qirg'oqlarida qaroqchilik va boshqalar) sanaladi.

Yevropa madaniyati tashuvchilari va islom olami o'rtasida katta kelishmovchiliklar mavjud. Bunga umumiy namuna, bu - islom fundamentalizmini islom jamoatchiligini qoralovchi xalqaro terrorizm bilan birlashtirishdir.

Musulmon va Yevropa dunyosi o'rtasidagi madaniy tafovut birinchi navbatda musulmonlarning xulq-atvori va hayotining tartibga solinganligi bilan bog'liq din, shariat qonunlari bo'lib, ularning ta'riflarida dogmatik falsafiy, axloqiy, huquqiy va kundalik xatti-harakatlar unsurlari aniq belgilangan: "iymon, so'z, amal". Shuning uchun ham Islom diniga oid eng kichik tanqidiy ishoralar va ularning amaliy ko'rsatmalariga yo'l qo'yimaslik kerak. Qolaversa, yevropalik sayyohlarga islomiy xalqlar (Afg'oniston, Iroq, Pokiston) hayoti haqida matbuotdan berilayotgan ma'lumotlar haddan tashqari harbiylashtirilgan.

Masalan, muxbirlar, afg'onlarni borib ko'rganlar, ularning mehribon odamlar va do'stona ekanligini tan olishadi. Ayrim Yevropa (V.Vatt) va rus (I.Arzumanov, V.Lubskiy) islom tadqiqotchilari matbuotda yaratilgan "jangovar islom" qoliplariga qarshi. Islom olamida tinchliksevarlik, madaniyat, din, odamlar hayotiga hurmat ko'rsatish mojarolarning oldini olishga yordam beradi.

Lotin Amerikasida mamlakat ichidagi hokimiyat uchun kurash tufayli to'qnashuvlar deyarli uzluksiz davom etmoqda: siyosiy partiyalar (Yamayka), marksistik yoki antimarksistik inqilobiy harakatlarning ba'zi yo'nalishlari (Kolumbiya), hukumat kuchlariga qarshi isyonchilar (Meksika). Qit'adagi partizan kurashi turli shakllarda hukumatga qarshi kurashlar shiddat bilan davom etmoqda, ayniqsa, Kolumbiya, Boliviya, Yamaykada doimiydir. Bundan tashqari, muayyan mintaqalardan kelgan sayyohlar har doim radikal guruhlar mavjudligidan kelib chiqadigan xavflarni hisobga olishlari kerak.

Mojarolarni kamaytirish, qit'adagi ichki siyosiy vaziyatni bilishdan tashqari, mahalliy aholining temperamentini, turmush tarzini, kun soatlarining taqsimlanishidagi farqlarni tushunish zarurdir: masalan, tushdan keyin tanaffus paytida mahalliy aholini bezovta qilish juda istalmagan holatdir.

Binobarin, bag'rikenglik, hurmat nizolarning oldini olishga yordam beradigan muhim omillardir.

10.3. Turizmda ziddiyatlarni bartaraf etish yo'llari

Turizm sohasidagi madaniyatlararo va boshqa tipik bo'lmagan to'qnashuvlarni turli mamlakatlar aholisining hayoti va muloqotining o'ziga xos xususiyatlari to'g'risidagi asosiy bilimlarni bilish orqali ularni amalda yengib o'tish mumkin. Uzoq Sharq madaniyati vakillari (Yaponiya, Koreya, Xitoy) nozik his-tuyg'ularni qadrlashadi, lekin ularni yashirishga harakat qilishadi. Guruhlararo ziddiyatli vaziyatlarda qarorlar, odatda, birgalikda qabul qilinadi. Obro'e'tiborni saqlash bu madaniyat uchun juda muhim, qarorlar ko'pincha kimnidir xijolat qilmaslik uchun qabul qilinadi. Hamkorlik strategiyasidan foydalanib, ular keraksiz janjallardan qochishga harakat qilishadi. To'qnashuvlarda Uzoq Sharq madaniyati vakillari hurmatli va xotirjam, ular kamtarlik va tiyilishni juda qadrlashadi. Nizolarni qonuniy yo'l bilan, ya'ni sud orqali hal qilmaslik qadimiy

an'anaga ega, chunki sud qarori egiluvchan, chiziqli va nizo holatlarining umumiyligini hisobga olmaydi.

Lotin Amerika aholisi haddan tashqari emotsional, ehtirosli, ziddiyatlarda obro'li kuchni hurmat qilishadi, odatda ular kuchli tomonga yo'l berishadi. Mas'ul shaxslar tomonidan muzokaralarda qarorlar qabul qilinadi. O'zaro qarama-qarshiliklarda sha'n, qadr-qimmat va obro'-e'tiborni saqlash muhim ahamiyatga ega.

Amerika Qo'shma Shtatlar va Kanada vakillari his-tuyg'ularga unchalik ahamiyat bermaydilar, va odatda biznes qoidalari asosida o'zini tutishadi. Amerikaliklar murosaga yoki iliq munosabatlarga emas, rasmiy ravishda muammoga aniq yechim izlaydi. Kuchni, jamoaviy ishlash qobiliyatini qadrlaydi. Amerikaliklar va kanadaliklar ko'pincha konfliktni bartaraf etish xarajatlari va kutilgan natijani tahlil qilish asosida qaror qabul qilishadi. Obro'-e'tiborni saqlashga unchalik ahamiyat berilmaydi, nizolarda ular obyektiv, ishonchli dalillarni qabul qilishga tayyor [37].

Turizm industriyasidagi mavjud nizolarni kamaytirishning asosiy strategiyasi nizolarning oldini olishdan iborat. Oldini olish usullarini quyidagi guruhlarga bo'lish mumkin:

1. Turistlarni sayohat qilish uchun boradigan yurtning madaniy xususiyatlariga mos ravishda ijtimoiy-madaniy, siyosiy va maishiy jihatdan maksimal darajada tayyorlash. Bu esa hudud (viloyat) tarixi, etnik-madaniy an'analari, urf-odatlarini, ijtimoiy-siyosiy va diniy vaziyatlari, jumladan, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatarlar bilan tanishishni o'z ichiga oladi. Sayyohlik agentliklari potensial turistlarga ma'lumotnoma nashrlarini, hududlardagi vaziyatning situatsion sharhlarini, tahliliy hisobotlarni, shuningdek, eslatmalar va otkritkalarini taklif qilishlari kerak. Ma'lumotlarning mavjudligi bo'lajak turistni boradigan joyi bilan Internet orqali tanishishni osonlashtiradi, lekin shuni ta'kidlash kerakki, ular har doim ham to'g'ri emas.

2. Madaniyatlararo muloqot ko'nikmalarini shakllantirish, mamlakat yoki mintaqaning madaniy va ma'naviy qadriyatlari jamlangan joylarda xulq-atvor madaniyatiga javob berishi kerak. Bunday obyektlar katta madaniy, moddiy va ma'naviy ahamiyatga ega, shuning uchun ular xalqaro huquq bilan himoyalangan bo'lishi kerak. Bularga: me'moriy yodgorliklar, san'at asarlari, qo'lyozmalar, kitoblar va kolleksiyalar; uy ansambllari; ko'char madaniy boyliklarni

saqlash va namoyish qilish uchun mo'ljallangan uylar (kutubxonalar, muzeylar, madaniy boyliklar omborlari), madaniyat obyektlari jamlangan markazlar. Turistik guruh va mahalliy hokimiyat yoki madaniy boyliklarni muhofaza qilish bilan shug'ullanuvchi organlar o'rtasida ziddiyat yuzaga kelgan taqdirda, hech qanday holatda uni kuchaytirmaslik kerak, lekin yetkazilgan zarar uchun ma'naviy va moddiy kompensatsiya taklif qilinishi kerak. Mamlakatdan madaniy yodgorliklar, qadimiy ashyolar, tarixiy hujjatlar, diniy ashyolar, san'at durdonalarini olib ketish yo'l qo'yib bo'lmaydigan ish bo'lib, ko'plab davlatlarning jinoyat kodeksida buning uchun qattiq jazo belgilangan.

3. Ayrim muqaddas joylarda, madaniy yodgorliklar, moddiy va ma'naviy qadriyatlar jamlangan markazlarda turistlarning moddiy va obyektiv faoliyatini cheklash zarur. Sayyohlarni tafakkurli-passiv xulq-atvoriga yo'naltirish zarur, hatto madaniy qadriyatlarga tegmaslik kerak (Uzoq Sharq mamlakatlarida hatto boshqa odamning tanasiga teginish ham qabul qilib bo'lmaydigan hodisa sifatida qabul qilinadi).

Xalqaro sayohat talablarini aniqlashtirish va unga rioya qilish madaniyatlararo ziddiyatlarning oldini olishning samarali usullaridan biridir. Safar ishtirokchilarining har biri, xususan, 1982 yilgi Gaaga konvensiyasida belgilangan huquqlarini, shuningdek, fuqaro - o'z davlatining vakili sifatidagi burch va majburiyatlarini aniq bilishi va rioya qilishi kerak.

Turizm sohasida nafaqat tashqi ziddiyatlar (turistik guruh va tashqi muhit o'rtasida), balki ichki ziddiyatlar ham yuzaga keladi. *Guruh ichidagi ziddiyat* turistlar o'rtasidagi barcha ziddiyatlarning umumiy nomidir. L.Fuller [176] bu turdagi konfliktlar guruh tomonidan o'rnatilgan xulq-atvor qoidalari asosida guruhda muayyan tartibga solish mexanizmlari ishlab chiqilgunga qadar yuzaga keladi va davom etadi, deb ta'kidlagan.

Turistik guruh - bu turli xil ijtimoiy-madaniy va psixologik-emotsional xususiyatlarga ega bo'lgan odamlarning istaklari va xohishlaridan qat'iy nazar, sun'iy ravishda yaratilgan sayyohlarning vaqtinchalik birlashmasidir. Afsuski, sayohat agentliglari ma'lum bir guruhni shakllantirishning umumiy tamoyillari haqida deyarli bosh qotirmaydi. Asosiy birlashtiruvchi motiv sayohatga bo'lgan ehtiyojni qondirish va turizm sanoatining ma'lum bir mahsulotini iste'mol qilishdir.

Ijtimoiy-psixologik ma'noda turistik guruh - bu o'ziga xos jamoaviy hodisa bo'lib, vaqtinchalik yashash joylarida individual-guruh faoliyati shaklida namoyon bo'ladigan shaxslararo munosabatlar tizimidir. Shaxsiy qadriyatlarning umumiyliigi guruhning qiymatga yo'naltirilgan birligini tashkil qiladi. Guruhning psixofizik muvofiqligi bo'yicha shakllanishi mantiqiy emas, u kasbiy, ijtimoiy, yosh, gender xususiyatlariga ko'ra turli shaxslardan situation tarzda, o'z-o'zidan shakllanadi. Odatda, ushbu birlashmada funksiyalarni taqsimlash, ma'lum qoidalar, vakolatlar, erkinliklar va boshqalarni o'rnatish uchun yashirin ehtiyoj paydo bo'ladi. Munosabatlarni muzokaralar jarayonining bir turi sifatida tuzish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Turistik guruhning asosiy funksiyalari rasmiy darajada guruh rahbari (instruktori) va uning a'zolari o'rtasida bo'linadi, ular orasida norozilar, murakkab xarakterli, qat'iylar, dadillar, qarama-qarshi toifadagi kishilarlar bo'lishi mumkin. Instruktor jamoani o'rganib, shunga mos ravishda strategiyani ishlab chiqishi va funksiyalarni taqsimlashi maqsadga muvofiqdir.

Qoniqarsizlik - bu guruh a'zolaridan ayrimlarining ehtiyojlarini qondirishga salbiy munosabat hukmron bo'lgan ruhiy holatdir. Bunday kishi o'zini norozi his qilib, vaziyatni o'zgartirish uchun faol harakat qila boshlaydi. Norozilik zaminida ko'pincha kutilgan umidlar darajasi va turistik sayohat haqiqatlari o'rtasidagi sezilarli farq mavjudligi sabab bo'ladi. Turistik guruhda bunday norozi odam doimiy ravishda guruh o'rtasidagilarga ham, tashqarisidagi hamrohlariga ham talablar qo'yadi, bu esa to'qnashuvlar va nizolar manbai bo'lishi mumkin.

Guruhning hissiy-psixologik tarkibining tabiati va xususiyatlaridagi murakkablik turli xil *nomutanosibliklar, kayfiyatning keskin o'zgarishi va boshqalarga munosabati bilan tavsiflanadi*. Bunday odam guruhda asabiylikni keltirib chiqaradi, odamlarning xatti-harakati va sayohat sharoitlariga yuqori talablarni qo'yadi.

Dadil odam doimimo o'zini-o'zi tasdiqlashga muhtoj shaxsdir. Bunday odam sezgiv va tasirchan bo'ladi, shuningdek, uning xislati boshqalarni yordamga va ijobiy munosabatga muhtojligiga ishonirishda ham namoyon bo'ladi. Ishonchli xatti-harakatlar har doim o'ziga xos va cheklangan. Dadil odam boshqa hamrohlarning

talablarini sodiqlik bilan qabul qiladi, konstruktiv muloqotga yordam bermaydi [4].

Ta'kidlovchi (K. Leonhard tomonidan kiritilgan tushuncha) muayyan xarakter belgilarini haddan tashqari ifodalashini anglatadi, ularning ichki dunyosi va o'zini tutishi doimo ichki va tashqi ziddiyatlarga olib keladi. Ushbu odamlar ba'zi bir tashqi tasirlarga nisbatan tanlab zaiflikka ega bo'ladi, normal insonlarning tasiriga noqulayliklar tug'dirib turadi [114].

Konfliktli shaxsda individual nizolarni oldindan belgilab beruvchi barcha xislatlar va xususiyatlar umumlashgan bo'ladi. Konfliktli shaxslarni quyidagilar ajratib turadi:

- ular o'z qobiliyatlarini, o'zlari ortiq darajada baholashadi;
- boshqalarning baholaridan qat'iy nazar har qanday vaziyatda ustunlik va yetakchilikni istashadi, ma'lum bir prinsiplarga haddan tashqari rioya qilish.

Agressivlar, shikoyatchilar, jim odamlar, pessimistlar, hamma narsani biladiganlar odatda qulay muhitning shakllanishiga to'sqinlik qilishadi. **Agressivlar** doimo boshqalarga da'vogarlik bilan yopishib olishadi, bezovta qiluvchi mulohazalarni bildiradilar, g'azablanadilar va o'zlarini muvozanatsiz tutadilar. **Shikoyatchilar**, mas'uliyatdan qochishadi, doimo kimdir yoki biror narsadan shikoyat qiladilar. **Jim odamlar** o'zlarining noroziliklarini (qoniqmasliklarini) ifoda eta olmaydilar, bu ham muloqotni murakkablashtiradi. **Pessimistlar** ko'pincha muvaffaqiyatsizlikka uchraydi, doimiy tashvish tug'diradi.

Sayyohlik guruhidagi mojarolarni kamaytirishning eng samarali usuli bu mavjud holatga **moslashish uslubidir**, uning xarakterli xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- guruh rahbarlarining jamoada tinchlik o'rnatishga va xayrixohlik munosabatlarini hamda uning a'zolari o'rtasida barqaror munosabatlarni tiklashga intilishi;
- nizolar va ularning predmeti unchalik muhim emasligini, u faqat ziddiyatli shaxslarning buzilgan ongida mavjudligini tushunishga intilishi;
- o'z qarashlarini himoya qilishdan ko'ra yaxshi munosabatlarni saqlab qolish yaxshiroq ekanligini anglash, qarama-qarshilikning qadr-qiymati yaxshi va muvozanatli munosabatlardan sezilarli darajada pastroq ekanligini tushunish va tushuntirish.

Shaxslararo nizolarni hal qilishda samarali usullardan biri **vositachilarning imkoniyatlaridan foydalanish** hisoblanadi. Mojaroli vaziyatda vositachi har kimning muqarrar harakatlariga qaramay, har kimga "o'z maqomini saqlab qolishga" yordam beradi (D. Chertkoff va D. Esser). Harakatlar hal qilinganga o'xshaydi, nizolashayotgan tomonlar ham vositachining fikriga rozi bo'ladilar va uning iltimosiga bo'ysunishga harakat qiladilar.

Yumshatish uslubi odamning hech qanday sharoitda ham g'azablanmaslik kerak ekanligiga ishonishidan kelib chiqadi, ya'ni turistik guruh "bitta baxtli jamoadir" deb qarashga asoslanadi. Ushbu uslub ichki norozilikni ko'rsatmaslikni, "eng yaxshi guruhning turistik birdamligi" ga murojaat qilishni talab qiladi.

Turistik guruh uchun **asosiy xatti-harakatlarning qoidalari** quyidagilardan iborat:

1) odamlarga o'z ahamiyatini his qilishlariga, berilgan vazifani chin dildan bajarishlariga va bunga javoban har bir kishi o'zining insonparvarlik va kollektivistik salohiyatini ochib berishga, do'stona muhit yaratishga yordam berish;

2) o'zaro ijobiy idrok, hurmat, yaqinlik hissi darajasini oshirish;

3) nizolarni yengishning eng yaxshi yo'li – kim haq va kim nohaq ekanligini aniqlashdan qochish;

4) o'zaro ijobiy tasirlarni oshirish hamda ijobiy ma'lumotlar almashish orqali ishonch muhitini yaratish;

5) nizolarda "vositachi" topishga yoki tayinlashga harakat qilish.

Sayohatni tashkil etuvchi sayyohlik agentligi va sayohat ishtirokchilari o'rtasidagi ziddiyat asosan sayyohlarning sarflanmagan energiyasi qolganligi, sodir bo'layotgan voqealar uchun javobgarlikning aniq taqsimlanmaganligi tufayli yuzaga keladi. O'zaro munosabatlarni normallashtirish va masalaning mohiyatini hal qilish strategiyalarini ishlab chiqish va qo'llash ushbu turdagi nizolarni tartibga solishga yordam beradi.

Quyidagi **algoritm** munosabatlarni normallashtirishga olib keladi: muammoni uni hal qilishga majbur bo'lgan odamlardan ajratish va muloqot paytida hamdardlik ko'rsatish va bir-birlarini diqqat bilan tinglash.

Mojaroning oldini olish aniq tuzilgan shartnoma, uning shartlarini buzganlik uchun ikki tomonlama javobgarlikni belgilash orqali amalga oshiriladi. Zamonaviy dunyoda amalga oshirilayotgan

murakkab ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, etnik-milliy faoliyatlar turistlar holatiga ham tasir qiladi. Uning ijobiy funksiyalari madaniyatlararo, shaxslararo nizolar, sayohat tashkilotchisi va turistlar o'rtasidagi ziddiyatlarning real imkoniyatlarini inkor etmaydi. Bu holatda asosiy strategiya ularning oldini olishdir, ular nizolarni bartaraf etishga, murosa topishga, vositachilarga murojaat qilishga va muammoni ishbilarmonlik bilan hal qilishga yordam beradi.

Bilimlarni mustahkamlash uchun savollar

1. Turizm sohasidagi konfliktlar tahlilining metodologik asosi nimada?
2. Konfliktologik yondashuvda turizmning asosiy xususiyati nimada?
3. "Dunyo", "O'z dunyosi", "Boshqa" dunyo tushunchalarni ochib bering.
4. Konfliktologik tahlil kontekstida turizmning belgilarini sanab o'ting.
5. Turizmdagi konfliktlarning tipik va noan'anaviy ko'rinishlarini ayting.
6. Turizm sohasidagi nizolarning oziga xosligi nimada?
7. Turizm sohasida aniq namoyon bo'ladigan konfliktlar qaysilar?
8. XXI asrning ikkinchi o'n yilligi kelib qanday madaniy qarama-qarshiliklar yaqqol namoyon bo'la boshladi?
9. Madaniyatlararo to'qnashuvlarning subyektiv jihati nimada?
10. Musulmon va Yevropa dunyosi o'rtasidagi madaniy tafovut birinchi navbatda nimalarda namoyon bo'ladi?
11. Turizmda ziddiyatlarni bartaraf etish yo'llari qanday?
12. Qoniqarsizlik va uni aniqlash yo'llari qanday?
13. Turistik guruh uchun asosiy xatti-harakatlarning qoidalari nimadan iborat?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Дон Гелригел. Организационное поведение: пер. с англ. / Гелригел Дон, Джон Склокум - Младший, Ричард Вудмэн, Н. Сью Бреннинг. - К.: Основы, 2001.
2. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе / Р. Д. Льюис. – М., 2001.

3. Матвеев В. В мире вежливости / В. Матвеев, А. Панов. – М. 1976.
4. Пирен М. Основы конфликтологии / М. Пирен. – К., 1997.
5. Скотт Дж. Гр. Конфликты и пути их преодоления: пер. с англ. / Дж. Гр. Скотт. – К., 1991.
6. Тойнби А. Дж. Постигание истории: СПб. пер. с англ. / А. Дж. Тойнби. - М.: Прогресс, 1991.
7. Федорченко В. К. Туристский словарь-справочник: учеб, пособия. / В. К. Федорченко, И. М. Минич. - М.: Днепр, 2000.
8. Хаксвер К. Управление и организация в сфере услуг: пер. с англ. / К. Хаксвер и др. - СПб. Питер, 2002.
9. Cohen E. Contemporary tourism - trends and challenges: sustainable authenticity or contrived post-modernity? / E. Cohen // Tourism: Critical в Social Sciences /ed. By S. Уильямс. – Vol. I. - London; NY: Routledge, 2004.

TURIZMOLOGIK GLOSARIY

Turizm aksiologiyasi turizm faoliyatining qiymat ma'nosini aniqlashning konseptual usuli hisoblanadi.

Amering (Amer daryosining shumercha nomi - "Jannat") turizmni dam olish vositasi sifatida tavsiflovchi, inson kuchlarini keyingi faoliyat uchun safarbar qilishni taminlaydigan turizm tushunchasi. Amering turizm turi odamni yoqimli holatga keltiradi, bu esa dunyoni optimistik idrok etishni shakllantirishga yordam beradi.

Animatsiya (*lat. va pita - ruh, ma'naviyat*) (**turizmda**) turistik amaliyotning innovatsion turi, dam olishni tashkil etish, uning maqsadi ekskursiyaning ko'ngilochar va o'yin dasturlarini ma'no bilan to'ldirishdir.

Animator - animatsion dasturlarni shakllantirish va animatsion turistik marshrutlarni ishlab chiqish bo'yicha mutaxassis.

Antropologiya (*yunoncha antropos - odam*) **turizm** - turizm falsafasining bir tarmog'i bo'lib, turizmni sof insoniy korxonada, o'zini o'zi anglash va faoliyat turi sifatida ko'rib chiqadi, uning maqsadi sayohatni o'z-o'zini aniqlashga bo'lgan ehtiyojni qondirishdir.

Attraksion – tabiiy, tarixiy-madaniy obyekt (obyektlar majmui), turistik resurslarning unsuri bo'lib, u o'z xususiyatlariga ko'ra turistlar uchun qimmatli va jozibador bo'lgan, turistlar uchun rekreatsiya va turistik faoliyatda foydalanish uchun moslashtirilganligi yoki mos kelishidir.

Mehmon (turizmda) - turizm maqsadida ta'tilga kelgan shaxs. Amalda, qoida tariqasida, "vaqtinchalik tashrif buyuruvchi" tushunchasi qo'llaniladi, bu tashrif buyurilgan mamlakatda yoki sayyohlik obyektida kamida 24 soat dam olish, sog'lomlashtirish, diniy yoki sport bilan shug'ullanish, dam olish maqsadlari yoki diqqatga sazovor joylar tomosha qilish maqsadida bo'lgan odamlarni anglatadi.

Mas'uliyat (turizmda) (responsible turizm) - turistik faoliyat natijalarining barcha yutuqlari, oqilona, muvozanatli harakatni taminlaydi.

Virtual sayohat - bu antropologik ma'lumotlar asosida "kiber fazoda" sayohat qilish qobiliyati, xayoliy harakat orqali topologik, vaqtinchalik va mazmunan aniqlikni taminlash usuli.

Gedonizm (*yunoncha hedone - zavq*) (**turizmda**) - zavqlanish istagi, sayohat qilish zavqi.

Turizm geografiyasi - turizm fanining bo'limi, turizm faoliyatining fazoviy qonuniyatlari, turizm industriyasining hududiy tashkil etilishi, uning turli mintaqalar va mamlakatlarda rivojlanish xususiyatlari (turizmning mintaqaviy o'lchovlari) haqidagi geografik bilimlar tarmog'i.

Turistik faoliyatning germenevtik potentsiali - madaniy qadriyatlarni rivojlantirish bo'lib, u shaxsiy xabardorlik, izohlash va talqin qilishning turistik vositalari (ma'nolarni kodlashtirish, dekodlashtirish) orqali amalga oshiriladi.

Turizmning global axloq kodeksi - Butunjahon turizm tashkilotining XIII Bosh assambleyasida (Sant-yago (Chili), 1999 yil 1 oktyabr) qabul qilingan hujjatdir. Kodeks jahon turizmini mas'uliyatli va barqaror rivojlantirishga yo'naltirilgan faoliyatning asosiy qoidalari va tamoyillarini belgilaydi; turizmning ijtimoiy hodisa sifatida faoliyat yuritishiga sabab bo'ladigan omillar tavsiflanadi, sivilizatsiyalashgan turizm amaliyotining jamiyat hayotining barcha sohalariga ijtimoiy-ma'naviy tasiri ochib beriladi.

Epistemologiya (turizmda) - turizmni ijtimoiy hodisa sifatida tushunishning, bilish jarayonining o'ziga xos xususiyatlari haqidagi nazariy va uslubiy bilimlar.

Mehmondo'stlik turistik mahsulotning eng muhim iste'mol mulki bo'lib, mehmonlarning ehtiyojlarini qondirish va ularning xavfsizligi, jismoniy va psixologik qulayligini kafolatlash uchun dam olishni tashkil etish va xodimlarning mehribon xulq-atvori orqali turistik xizmatlarning uyg'un kombinatsiyasini taminlaydi.

Mehmondo'stlik instituti - doimiy yashash joyini vaqtincha tark etgan odamlarga professional xizmatlar ko'rsatadigan tashkilotlar majmui.

Turizmning insonparvarlik missiyasi – turizm ishtirokchilarini ijtimoiy va individual munosabatlarda sifat jihatidan ilhomlantirish, ularni yanada insonparvar qilish qobiliyatidir.

Destinatsiya - turistlarni jalb qilish va ularning turli xil o'sib borayotgan ehtiyojlarini qondira olish xususiyatlar bilan taminlangan hudud (joy, hudud), buning uchun uni yuqori sifatli va xavfsiz darajada moslamalar bilan jihozlangan joyni anglatuvchi turistik tushunchadir. U turizm industriyasining ierarxik darajasini, ierarxik

darajasiga qarab uning ko‘lamini, tarkibini, turizmning hududiy tuzilmasi unsurlarini belgilaydigan ma’lum tartibdagi turizm resurslaridan birgalikda foydalanish asosida shakllanadi, shakli va turiga ko‘ra har xilma xil bo‘lishi mumkin.

"Uy" - turistik ekzistensial, ijtimoiy tizimning "oroli" bo‘lib, u sayohatchi uchun nafaqat maishiy, balki ramziy xususiyatga ega bo‘lib, insonning doimiyligi, ishonchliligi, xavfsizligini o‘zida mujassam etgan ("boshpana", "ota-onali uy", "oilaviy o‘cho‘g‘" ma’nosida va boshqalar).

Ekstremal turizmning ekzistensial jihati sayohat davomida yuzaga keladigan noodatiy, "cheklovchi" vaziyatlarda shaxsning mash’alli-qiymat yo‘nalishlarining o‘zgarishidir .

Turizm ekologiyasi - turizmologiyaning bir bo‘limi, biosferaga salbiy tasirlarni bartaraf etish, inson va tabiatning birgalikda yashash (birgalikda yashash) madaniyatini shakllantirish maqsadida turizmning tabiiy muhit bilan optimal sivilizatsiyalashgan o‘zaro tasiri haqidagi ta’limot.

Turizm iqtisodi - turizmologiya sohasi bo‘lib, sayohatchilarning ehtiyojlarini qondirish maqsadida turistik mahsulotni ishlab chiqarish, taqsimlash, almashuv va iste’mol qilish jarayonida odamlarning xatti-harakatlarini o‘rganuvchi amaliy ijtimoiy-iqtisodiy fan.

Ekskursiya - turistik xizmat, turistik marshrut bo‘ylab turistlarning ma’naviy, estetik, axborot ehtiyojlarini qondirishni taminlaydi.

Ekskursiologiya - turizmologiyaning nazariy va konseptual jihatdan ekskursiya biznesining tarixi, nazariyasi va amaliyotini qamrab olgan bo‘limi.

Turizm etikasi - turistik tadbirlar ishtirokchilarining axloqiy xulq-atvorini o‘rganuvchi, asosiy axloqiy tushunchalar (burch, mas’uliyat, adolat, erkinlik, bag‘rikenglik, hurmat, ishonch va boshqalar) tizimida turizm jarayoni subyektlarining axloqiy madaniyatini shakllantiradigan turizm fanining bo‘limi.

Turizmning axloqiy o‘lchovi - bu inson faoliyatining o‘ziga xos turi sifatida turizmga yaxshilik va yomonlik, shu kabi boshqa axloq toifalari koordinatalaridagi qiymat-baholovchi munosabatdir.

Turizm estetikasi - turizmning badiiy-estetik imkoniyatlari hisoblanib, sayohatchining tabiiy, madaniy, ijtimoiy muhitga hissiy, obrazli, ramziy munosabatini shakllantirishga yordam beradi.

"Immersion" (turizmda) - ekzistensial bo'lib, kommunikativ muhitda ijtimoiy-madaniy "boshqa" kabi "boshqa"larda chuqur ijobiy ishtirok etish hissini anglatadi.

"Uchrashuv" (turizmda) ekzistensial tushuncha hisoblanadi bo'lib, sayohat paytida odamlarning ko'rgan narsalariga baholi munosabatda bo'lishlarini taminlaydi, bu odamga dunyoni yangicha ko'rishga, unda o'zini yo'naltirishga va kimligini tushunishga imkon beradi.

Turizm industriyasi - bu tarmoqlararo iqtisodiy kompleks, umumiy maqsad bilan birlashtirilgan va turistik mahsulotni yaratish va sotish orqali aholining sayohat qilish vaqtida bo'sh vaqtlarini o'tkazishga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish maqsadida birlashtirilgan faoliyat tizimi.

Turizmdagi ma'lumotlar - sayohatchining talablarini qondirish imkoniyatlari to'g'risidagi bilimlar: axborot tarmoqlarida, Internetda, ixtisoslashtirilgan global tarqatish tizimlarida joylashgan turizm resurslari to'g'risidagi normativ, texnik, moliyaviy va vaqtinchalik hisobotlar.

Turizmologiya bilimlari tarixi - turizm nazariyasining shakllanish bosqichlarini o'rganuvchi, turizm haqidagi ilmiy bilimlarni konsepsuallashtirish jarayoni haqida tushuncha beradigan turizmologiya bo'limi.

Turizm tarixi ijtimoiy hodisa sifatida turizm jarayoni va rivojlanishini, shuningdek, bu jarayonning mantiqiy va obyektiv qonuniyatlarini o'rganish va qayd etishdan iborat.

Tarixiy-madaniy resurslar - rekreatsion va turistik faoliyatda qo'llaniladigan tarixiy va madaniy qadriyatlar: arxeologik, me'moriy diqqatga sazovor unutilmas joylar, diqqatga sazovor joylar va monumental haykaltaroshlik, texnogen buyumlar, mahalliy aholining an'anaviy (etnik) madaniyati (etnik oshxonasi), kishilar hayotdagi an'analar, marosimlar, folklor va boshqalar.

Marshrut - lotin tilidagi adabiyot (IV-X asrlarga xos), unda ziyoratchilarning ibodat joylariga boradigan yo'llari tasvirlangan.

"Boshqa" (alterne) (lot. *alter* - *ikkitadan biri*) (**turizmda**) - intellektual-psixologik taqqoslash, o'zini va odamlarning odatdagi

turmush tarzi, madaniyati va xatti-harakatlaridan farq qiladiganlarni solishtirish.

Turizmning tasniflanishi - turizmning tur va shakllarga bo'linishi mezonlari. Turizmni tashniflashning mezonlari quyidagicha bo'lishi mumkin: turistik faoliyat sub'yekti qarab (individual, guruh, oilaviy va boshqalar); yashash hududiga qarab (joy, mamlakat); tashkil etish usuli bo'yicha (havaskor, uyushgan); maqsadiga qarab (hordiq chiqarish, rekreatsion dam olish), rehabilitatsiya (sanatoriy-sog'lomlashtirish davolash); yosh holatiga qarab (bolalar, yoshlar, "uchinchi yoshdagi" odamlar); foydalaniladigan transport vositalariga qarab (avtomobil, dengiz, aerokosmik, avtobus, daryo, piyoda, temir yo'l, velosiped) va boshqalar.

Kognitariat (turizm) - bu hodisaning mohiyatini bilgan, u haqida ma'lumotga ega bo'lgan, turizmni takomillashtirish va rivojlantirish bo'yicha ilmiy va amaliy tashkiliy tavsiyalar ishlab chiqishga qodir turizm mutaxassislari.

Kommunikativ madaniyat (turizm) - turistik aloqalar jarayonida ishonch, bag'rikenglik va o'zaro hurmatga asoslangan ixtiyoriy muloqotni taminlash.

Muloqot (turizm) - sayohatchining asosiy hayotiy qadriyatlari va belgilariga tasir qilishi mumkin bo'lgan ijtimoiy ahamiyatga ega, madaniy va shaxsiy aloqalar.

Tushuncha (*lot. conceptus - tushuncha*) - konseptual mantiqiy tuzilgan va ilmiy asoslangan sxemaning asosiy birligi anglash - tushuntirish rejimida ishlaydi.

Konsepsualizatsiya - bu empirik materialni (xususan, turistik xususiyatga ega) nazariy tashkil etish tartibi.

Turizm tushunchalari - turizm haqidagi ilmiy qarashlar tizimi bo'lib, uning muhim xususiyatlari va o'ziga xos funksiyalarini (iqtisodiy, ijtimoiy, integrativ, axloqiy, madaniy va boshqalar) aks ettiradi, ular turizmologiyani tizimli kompleks nazariya sifatida tashkil etadi.

Madaniyatlararo aloqa (turizm) - bir xil bo'lmagan koordinatalarga ega bo'lgan turli xil milliy madaniyatlar vakillarining o'zaro tasiri, madaniy ramzlar va qadriyatlarni idrok etish. Buning natijasida inkulturatsiya yuzaga keladi - subyektning o'zini boshqa madaniyat bilan identifikatsiyalash, bu "ichkaridan" madaniy ma'nolarni o'zlashtirishga imkon beradi.

Turizm madaniyati - turizmni o'rganish bo'limi bo'lib, shaxsning boshqa ijtimoiy-madaniy muhitda bo'lishi kontekstidagi madaniy o'zgarishlar nazariyasi.

Turizmning "inson o'lchovi" - bu turistik tushuncha bo'lib, unga ko'ra turizmologiyaning asosiy obyekti sayohatchi (homo viator) bo'lib, turizm infratuzilmasi sayohatchining ehtiyojlari va manfaatlarini qondiradigan ijtimoiy makon sifatida qabul qilinadi.

Sayohat - sayohat davomida amalga oshirish jarayoni sayohatchining shaxsiyatining "hayot olami" bilan bevosita bog'liq bo'lgan maqsadini qondiradi, uning keyingi semantik istiqbolini belgilaydi.

Turizmologiya usullari - turizm sohasidagi ilmiy yoki amaliy faoliyatni tushunish, tartibga solish, umumlashtirish uchun turizmshunoslar tomonidan qo'llaniladigan ilmiy vositalar yaratiladi. Belgilangan maqsadga erishish uchun ilmiy usullar va vositalar majmuasi turizm tadqiqotining tegishli metodologiyasini tashkil qiladi.

Xalqaro turizm huquqi - bu mamlakatlarning turizm va xalqaro sayohat sohasidagi faoliyatini tartibga soluvchi tamoyillar va normalar majmuidir.

Motivatsiya (turistik sayohatda) sayohatni tanlashga turtki beruvchi sababidir: o'z-o'zini anglash imkoniyati, sog'liqni saqlash darajasi, odamlar bilan o'yin-kulgi va muloqotga bo'lgan ehtiyoj, turistik ehtiyojlardan zavqlanish, hamfikrlar orasida o'zingiz yoqtirgan narsa bilan shug'ullanish, odamlarni, ular dunyosini o'rganish va boshqalar.

Muzeyologiya - Turizmologiya fanining bo'limi bo'lib, u muzeylarni o'rganuvchi, ijtimoiy, madaniy ma'lumotlarning saqlanib qolgan, muzey ishi amaliyotining nazariy, ilmiy va uslubiy asoslarini yaratuvchi va rivojlantiruvchi fandır.

Muzey madaniy, tarixiy va tabiiy qadriyatlarni saqlashga mo'ljallangan ko'p funksiyali ijtimoiy ma'lumotlar muassasasidir.

Turizmni rivojlantirish ilmiy markazi (TRIM) - markaziy ijro etuvchi hokimiyat organlarining turizm masalalari bo'yicha tarkibiy bo'linmasi hisoblanadi. Turizm industriyasidagi davlat siyosatini va ularni amaliyotga tadbiiq etish usullarini ilmiy asoslash maqsadida faoliyat yuritadi. TRIMning asosiy funksiyalari: turizm sohasida ilmiy, iqtisodiy, ijtimoiy, marketing va boshqa tahlil

tadqiqotlar o‘tkazish va turistik ma’lumotlar bazasini yaratish va muvofiqlashtirish.

Turizm ilmiy institutlari - turizmni rivojlantirishning ilmiy yondashuvlari va istiqbollarini shakllantiruvchi, turizm sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlarni, turizm amaliyotini o‘rganishning ilmiy usullarini ishlab chiqadigan va amalga oshiradigan muassasalar, tashkilotlar. Xalqaro miqyosda bunday tadbirlar Jahon sayyohlik tashkiloti (YUNVTO), Yevropa turizm komissiyasi, Osiyo-Tinch okeani turizm assotsiatsiyasi tomonidan amalga oshiriladi. Karib dengizi turizm tashkiloti, Xalqaro Ekspertlar, Sayohat va Turizm Tadqiqot Assotsiatsiya, Xalqaro turizm tadqiqotlari akademiyasi, Amerika antropologiya assotsiatsiyasi, Xalqaro geografik ittifoq, Xalqaro sotsiologik assotsiatsiya va boshqalar turizm muammolarining keng doirasini ishlab chiqadi va uni hal qilish yollarini aniqlash ustida bosh qotiradi.

Turizm ontologiyasi - turizm falsafasining ma’lum bir haqiqat sifatidagi bo‘limi bo‘lib, uning muhim xususiyatlarini, rivojlanish tamoyillarini ochib beradi, turizmni ijtimoiy institut, raqamli ijtimoiy amaliyot sifatida belgilaydi.

Dunyoni o‘zlashtirish - sayohatlar davomida ko‘rilgan va eshitilgan narsalarning tashqi taassurotlarini hayotiy orientatsion ahamiyatga ega bo‘lgan o‘z ruhiy mulkiga aylantirish jarayoni.

"Pauza" (turizm) - ekzistensial, sayohat, kamolot, yangi munosabatlarni tushunish jarayonida olingan yangi ma’noni vaqtinchalik - o‘ziga xos to‘plash vositasi.

Turizm pedagogikasi - turizm uchun mutaxassislarni kasbiy tayyorlash muammolarini va turizmning gumanitar va ijtimoiy funksiyalari kontekstida shaxsni tarbiyalash va rivojlantirish jarayonlarini o‘rganadigan turizm fanining bo‘limi.

"Turistning qarashi" – turistik hodisalarni shaxsan ko‘rib chiqiladigan va shunga qarab baholanadigan “tomoşa” sifatida qabul qilish muhimligini ta’kidlaydigan atama.

"Sayohat" (sayohat, ziyorat, ko‘rib kelish) - turizmologiya tushunchasi, inson mavjudligining asosiy mohiyatidan birining namoyon bo‘lishi, umumbashariy madaniy ko‘rinish, hayotga qiziqishni amalga oshirish vositasi, o‘z tarjimai holi parchalarining bir qismi.

Turizmda pragmatika - turizmni iqtisodiy faoliyat vositasi sifatida idrok etish, turizm muassasalari faoliyatida merkantil, ishbilarmonlik mazmunining mavjudligi, amaliy manfaatga yo'naltirilganligi, turizmdan foyda olish.

Turizm prakseologiyasi turizmning eng xilma-xil ko'rinishlari va shakllarida turizm amaliyoti haqida qimmatli tushunchani taminlaydigan, turizm korxonalarini tashkil etishning ilmiy asoslarini belgilaydigan, dastur loyihasi maqomiga ega bo'lgan faoliyat konsepsiyasini shakllantiradigan turizm fanining tarkibiy qismidir, turizmni rivojlantirishini, modellashtirishning nazariy asoslari, uni takomillashtirish dasturlari va rejalari.

Ziyorat – ruhiy xotirjamlikka erishish va gunohlarning kechirilishi uchun muqaddas joylarga diniy sayohat qilish sanaladi. Ziyoratchi uchun qoida tariqasida, kanonik, muqaddas, alohida ma'noga ega jarayondir.

Turizm psixologiyasi - bu turizm fanining bo'limi bo'lib, u kishilarning - shaxsning, turistik guruhning, turizm sohasidagi turizm sohasi xodimlarining aqliy faoliyatining qonuniyatlari va xususiyatlarini, xususan, turist shaxsining psixologik tuzilishini (orientatsiya, ehtiyojlar, motivatsiya, munosabat, rivojlanish, o'z-o'zini rivojlantirish, bilim va boshqalar), uning xatti-harakati va faoliyatini o'z ichiga oladi.

Rekreologiya (lot. *recreatio* - tiklash va *logos* - so'z, ta'limot) (**turizmda**) - turizmologiyaning rekreatsion resurslar (obyektlar va hodisalar) yordamida insonning jismoniy va aqliy kuchini tiklash jarayonlari va usullarini o'rganadigan bo'limi. Unda tabiiy va antropogen resurslardan foydalanib insonni davolash, dam olish, sog'ligini tiklash uchun ishlatiladi.

Rekreatsion-geografik (turistik) makon - rekreatsion-turistik hodisa va jarayonlar sodir bo'ladigan geografik (tabiiy, jamoat, madaniy, iqtisodiy) makon, geografik, tabiiy va ijtimoiy muhitdan foydalanish maqsadida shaxsning funksional jihatdan alohida muhit yaratilishi. Insonni dam olish, davolanish, sog'ligini tiklash jarayonini uning bilim va tajribaga bo'lgan ehtiyojlariga mos ravishda shakllantirishdir.

Relaksasiya (turizmda) - dam olish, asab va jismoniy zo'riqishni kamaytirish, turistning hayotiy va ma'naviy kuchlarini tiklash.

Turistik xizmatlar bozori - bu sayohatchilarning vaqtincha yashash joylarida ehtiyojlarini qondirish sohasida shakllanadigan ijtimoiy-iqtisodiy tashuvchilar majmui (turli turdagi xizmatlarning mikro bozorlarini - turoperatorlar va sayyohlik agentliklarini, sayohatchilar uchun transport xizmatlarini birlashtiradi). Kurortlar, tibbiy muassasalar, mehmonxonalar, diqqatga sazovor joylar va ko'ngilochar joylar, restoranlar va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Erkinlik (turizm) - turizm vositasida shaxsning ijtimoiy mohiyatini amalga oshirish imkoniyatlarini ochib beruvchi turizmologik tushuncha; Erkin harakatlanish, o'zini o'zi anglash shakllarini cheksiz tanlash va boshqalar.

"Bayramlash" (animatsiya) - turistik sayohat paytida voqealarni nishonlash, turistik tadbirlarning ishtirokchisi yoki kuzatuvchisi bo'lib zavq olish.

Turizm faoliyatidagi madaniyatlar sinergiyasi - turizm faoliyati ishtirokchilarining madaniyatlararo stixiyali o'zaro ta'siri jarayoni bo'lib, natijada innovatsion turistik mahsulot paydo bo'ladi.

Turizm sotsializatsiya - sayohat, ziyoat, ekskursiya kabi ijtimoiy ahamiyatga ega vositalar orqali madaniyat olami bilan tanishish.

Turizmning ijtimoiy falsafasi – ijtimoiy hodisa (ijtimoiy institut) sifatida turizmning tuzilishi, faoliyati va rivojlanishini ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy va madaniy sohalar bilan bog'liq holda o'rganuvchi ijtimoiy-falsafiy ilmiy bilimlar tarmog'i.

Turizm sotsiologiyasi - turizmning ijtimoiy hodisa sifatida tuzilishi, faoliyati va rivojlanishini, uning jamiyatning ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy va madaniy sohalar bilan aloqasini o'rganuvchi turizm fanining bo'limidir.

Turizmning barqaror (muvozanatli) rivojlanishi - turistik va rekreatsion faoliyatni shunday tarzda, shunday darajada, miqyosda olib borishki, oqibatda uzoq vaqt davomida hayotiyiligini taminlay olinsin, degradatsiyaga yoki tabiiy sharoitlarning o'zgarishiga olib kelmaydigan darajada tashkil etilsin. Bundan tashqari region yoki mamlakatda boshqa faoliyatlarning muvaffaqiyatli rivojlanishiga xalaqit bermaydigan darajada faoliyat yuritadigan ijtimoiy-madaniy muhit.

Turizm statistikasi ijtimoiy statistikaning hududiy, institutsional va ijtimoiy-tuzilmaviy jihatlari bo'yicha turizm holati

to'g'risidagi miqdoriy ma'lumotlarni tartibga solish va tizimlash-tirishga qaratilgan bo'limidir.

Turizmni barqaror rivojlantirish strategiyasi atrof-muhitning qulay holati, resurslardan (tabiiy resurslar va madaniy meros)dan oqilona foydalanish zaruriyatini hisobga olgan holda hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini taminlaydigan turizm sohasini barqaror o'stirishning istiqbolli dasturidir. Turizmni barqaror rivojlantirish konsepsiyasi Xalqaro JST konferensiyasi (Rio-de-Janeyro, 1992), Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi (1989), Turizmning global axloq kodeksi (Santyaگو, Chili, 1999) materiallarida shakllantirilgan.

Turizmning tuzilishi - turizmning ijtimoiy mohiyatini, uning mavjudligi va evolyutsiyasini taminlaydigan tarkibiy qismlarining yig'indisini, rivojlanish darajasini, barcha zarur bo'g'inlar mavjudligining to'liqligini, ularning joylashishini (ierarxiya, bo'ysunish) tizimli ravishda belgilaydigan tushuncha.

Turizm faoliyati subyektlari - turistlarning rekreatsion va boshqa ehtiyojlarini qondirish uchun har qanday mamlakat yoki mintaqaning tabiiy, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy salohiyati holatidan foydalanish imkoniyatini belgilovchi turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi korxonalari, turistlar va tashrif buyuruvchilar (turizm sohasidagi faoliyatni taminlash), ishlab chiqarish, sotish va turistik tovarlar va xizmatlarni iste'mol qilish.

Turizm sektori ochiq ijtimoiy dinamik tizim bo'lib, u o'zaro tasir qiluvchi quyi tizimlardan iborat: a) hududiy va iqtisodiy resurslar, turizmni rivojlantirish uchun ma'lum bir hudud uchun shart-sharoitlar va imkoniyatlar; b), transport, sayohatlar, ekskursiyalar (turizm sanoati). sog'lomlashtirish va davolash faoliyati (kurort biznesi); c) turizm faoliyatini huquqiy, moliyaviy va iqtisodiy tartibga solish, shuningdek, kadrlar va ilmiy taminotni qamrab oluvchi institutsional va tashkiliy.

Turizmologiya tezaurusi - bu turizm haqidagi ilmiy va axborotga to'yingan atamalar, toifalar, tushunchalar yig'indisi bo'lib, ular uning nazariy (konsepsual) dizaynini ifodalaydi.

Turizmning hududiy tuzilmasi - bu turizm jarayoni bilan hududning turistik talabni qondirish uchun resurslari va imkoniyatlari o'rtasidagi munosabatlarni aks ettiruvchi tushunchadir. Turizmning hududiy tuzilmasi hodisaning konsentratsiya darajasi va tarkibiy

qismlarning integratsiyalashuv darajasiga qarab diskret yoki hududiy bo'lishi mumkin bo'lgan unsurlar tizimida aks ettiriladi.

Yo'l topologiyasi - bu turli xil nuqtalarning universal ta'rifi, turistik qiziqish obyektlarining joylashuvi.

Turizm (turizmologiya kontekstida) sayohatchining hayoti jarayonida yuzaga keladigan turli munosabatlar va hodisalar, sayohatchilarning qiziqishlari va ehtiyojlarini taminlaydigan, turistning turli sohalar bilan o'zaro munosabatlarini tartibga soluvchi ijtimoiy-madaniy muassasadir.

Turizm infratuzilmasi - mehmondo'stlik, animatsiya markazlari va boshqalardan iborat mjmuadir

Turizmografiya - turizm nazariyasining konsepsiyasi bo'lib, uyushgan sayohatlar haqida ma'lum bo'lgan barcha ma'lumotlarni o'z ichiga oladi, tavsiflar, hisobotlar, sayohatchilarning kundaliklari, og'zaki hikoyalar (hikoyalar), kitoblar, maqolalar va epistolyar yoki fantastika janrining boshqa namunalarini o'z ichiga oladi.

Turizmshunoslik - turizm haqidagi har qanday bilimlarni - umumiy va qisman, nazariy va amaliy, mavhum va konkret, rasional va hissiy, ideal va real bilimlarni qamrab oluvchi turizm fanining eng umumiy tushunchasi.

Turizmolog - sayohat hodisasini nazariy idrok eta oladigan, turizm masalalarini ilmiy tadqiq qila oladigan turizm sohasidagi professional olim.

Turizmologiya obyekti - turizm o'ziga xos ijtimoiy institut sifatida iqtisodiy va ijtimoiy fenomen sanaladi.

Turizmologiya tamoyillari - turizm hodisasi bo'yicha ilmiy tadqiqotning mohiyati va yo'nalishlarini belgilovchi dastlabki qoidalardir. Bularga quyidagilar kiradi: turizm nazariyasining shakllanishi va boyitishini xronologik tartibda o'rganishni nazarda tutuvchi tarixiylik prinsipi; turizmni nisbatan yaxlit murakkab ijtimoiy hodisa sifatida tahlil qilish imkonini beruvchi tizimli yondashuv tamoyili; turizmni ko'p qirrali inson faoliyatining alohida turi sifatida belgilaydigan faoliyat prinsipi; rekreatsion prinsipi - turizmni dam olish, hordiq chiqarishning muhim vositasi sifatidagi tushunchasini shakllantirish; kulturologik tamoyil - turizmni turli xil madaniy (ma'naviy, shu jumladan axloqiy va estetik ehtiyojlarni) qondirishning samarali vositasi sifatida idrok etish; gumanistik-antropologik tamoyil - insonning shaxs sifatida o'zini o'zi anglashiga yordam berish.

Turizmologiya - kompleks ilmiy ta'lim turizm nazariyasining barcha tarkibiy qismlarining dialektik birligini to'g'rilaydi, bu uning sifat mohiyatini, shu jumladan tashqi sinovlarga qodirligini, barqarorligini, kompensatsion imkoniyatlarning mavjudligini, o'z-o'zini tartibga solishni anglatadi. Turizmologiya – turizm hodisasining amal qilish va rivojlanish qonuniyatlarini o'rganuvchi, konsepsual apparatini shakllantiruvchi, turizm nazariyasining usullari, tamoyillari, vazifalarini oydinlashtiradigan metodologik ijtimoiy-iqtisodiy va gumanitar fan.

Turizmometriya - turizm ilmiy ta'limotining tarkibiy qismi bo'lib, turizm faoliyatining matematik "o'lchovlari" ni, turli statistik hisob-kitoblarni amalga oshiradi, turistik oqimlarni hisoblaydi va hokazo, bu ma'lumotlardan turizmning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy samaradorligini aniqlash uchun foydalaniladi.

Turist - bu hudud ichida yoki undan tashqarida 24 soatdan bir yilgacha hech qanday haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmasdan va mamlakatni yoki yashash joyini tark etish majburiyati bilan sayohat qiladigan shaxs.

Turizm infratuzilmasi - bu ma'lum hududda turizmni rivojlantirishning moddiy-texnik asosi bo'lib, u nuqtali tasvirlanadigan (bino, inshootlar), tekislik tarzida tasvirlanadigan (platformalar, sudlar va boshqalar) va chiziqli tarzda tasvirlanadigan (aloqa, liftlar va boshqalar) obyektlari bilan ifodalanadi.

Turistik mahsulot - turistik xizmatlar majmuini (transport, joylashtirish, madaniy, dam olish va ko'ngilochar obyektlarga tashrifni tashkil etish, esdalik sovg'alarini sotish va boshqalar) tavsiflovchi turistik tushunchadir.

Turizm klasteri - turizm resurslari va hududning imkoniyatlaridan birgalikda foydalanishga asoslangan turizm industriyasi subyektlarining o'z maqsadlari bo'yicha turlari va shakllariga muvofiq mahalliy birlashmalari.

Turizm jarayoni - turistik migratsiya (turistik oqimlarning harakati) va turistik tovarlarni (resurslar, xizmatlar, tovarlar) iste'mol qilish, bu harakatlar davomida amalga oshiriladigan va turizm bozori subyektlarining faoliyatini taminlaydigan majmuidir. Ushbu jarayonning subyekti - o'z motivatsiyasiga ko'ra makonda ixtiyoriy ravishda harakatlanadigan, tijorat (bozor) subyektlari - yuridik va yuridik shaxslar bilan ma'lum iqtisodiy va noxohlik munosabatlariga

kirishadigan turistdir. Sayohat va dam olish vaqtida turistga xizmat ko'rsatish jarayonida foyda ko'rishdir.

Turizm huquqi - turizm sohasidagi munosabatlar va xulq-atvorni tartibga soluvchi huquqiy xalqaro va milliy normalar tizimi.

Turizm fenomeni - bu turizmning hissiy va oqilona tajriba doirasidagi tushunilgan hodisa sifatida tasviri, buning natijasida uning muhim xususiyatlari oydinlashadi.

Turizm falsafasi - turizm hodisasini falsafiy tushunish va amaliy ijtimoiy falsafaning bir turi, turizmologiyaning g'oyaviy, nazariy va metodologik asosidir.

Turistik qadriyatlar - bu turistik tadbirlar ishtirokchisi uchun "kerakli", "xohishdagi" maqomida bo'lgan narsa "to'g'ri" va "ahamiyatli" maqomni oladigan tushunchadir.

"Yo'l" (turistik yo'llar) - turizmning mohiyatini shaxsning doimiy harakati sifatida belgilaydigan metafora . Ular turizm jarayonining voqealari va motivlarini tavsiflovchi, to'siqlarni, "qochish", "engib o'tish" ni ko'rsatuvchi vosita sifatida ishlatiladi.

MUNDARIJA:

KIRISH	3
I - MAVZU. TURIZM VA TURIZMOLOGIYA. TURIZMOLOGIYA FAN SIFATIDA	6
II - MAVZU. TURIZM FALSAFASI	69
III - MAVZU. TURIZM GEOGRAFIYASI	56
IV - MAVZU. TURIZM SOTSILOGIYASI	114
V- MAVZU. TURIZM EKOLOGIYASI	128
VI - MAVZU. TURIZM MADANIYATSHUNOSLIGI	138
VII - MAVZU. TURIZMNING AXLOQIY JIHATLARI	158
VIII - MAVZU. TURIZM PEDAGOGIKASI	171
IX - MAVZU. TURIZM PSIXOLOGIYASI	197
X - MAVZU. TURIZM KONFLIKTOLOGIYASI	206
TURIZMOLOGIK GLOSARIY	222

H.R. Hamroyev
TURIZMOLOGIYA
O'QUV QO'LLANMA

Muharrir:

E.Eshov

Tex.muhammadir:

D.Abduraxmonova

Musahhih:

M.Shodiyeva

Badiiy rahbar:

M.Sattorov

Nashriyot litsenziyasi № 022853. 08.03.2022.

Original maketdan bosishga ruxsat etildi: 28.05.2023. Bichimi 60x84. Kegli 16 shponli. "Times New Roman" garnitura 1/16.

Ofset bosma usulida. Ofset bosma qog'oz.

Bosma tabog'i 15 Adadi 20. Buyurtma № 85



**"BUXORO DETERMINANTI" MCHJ
bosmaxonasida chop etildi.**

Buxoro shahar Namozgoh ko'chasi 24 uy

Tel.: + 998 91 310 27 22