



INNOVATIVE WORLD  
Ilmiy tadqiqotlar markazi

# YANGI RENESSANS

ILMIY JURNALI

2026/4



+998335668868



[www.innoworld.net](http://www.innoworld.net)

Google Scholar



zenodo





2026

**YANGI RENESSANS**

ILMIY JURNALI

3-JILD 4-SON



**YANGI RENESSANS**

ILMIY JURNALI  
TO'PLAMI

3 - JILD, 4 - SON  
2026



[www.innoworld.net](http://www.innoworld.net)

O'ZBEKISTON-2026

**BARQAROR TURIZM: NAZARIY ASOSLAR,  
EKOLOGIK QURILISH VA AMALIY YONDASHUVLAR****Muxidinova Dilnoza Saidovna**

Buxoro turizm va madaniy meros texnikumi

Maxsus fan o'qituvchisi

**SUSTAINABLE TOURISM: THEORETICAL FOUNDATIONS,  
ECOLOGICAL CONSTRUCTION AND PRACTICAL APPROACHES****ANNOTATSIYA**

Ushbu maqolada barqaror turizm tushunchasining nazariy asoslari, uning ekologik va ijtimoiy qurilish jarayonlari hamda amaliy tatbiq mexanizmlari ilmiy-tizimli nuqtai nazardan tahlil etiladi. Barqarorlik — davomiylik, ekosferani muhofaza qilish, iqtisodiy rivojlanish va adolatli taqsimot kabi uch asosiy maqsadni birlashtiruvchi murakkab diskursiv tushuncha sifatida qaraladi. Maqolada turizm va tabiat o'rtasidagi dialektik munosabat, «chegara ob'ektlari» sifatida barqaror turizm kontsepsiyasi, shuningdek, ekologik tozalash, ramkalash va ijtimoiy ko'payish jarayonlari orqali turistik joylarning «muqaddas» maqom kasb etishi kabi hodisalar tahlil qilinadi. Bundan tashqari, barqaror turizm mahsulotlarining «hashamatli tovar» sifatidagi paradoksal tabiati va ekologik texnologiyalarning roli muhokama qilinadi. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, barqaror turizm universal echim emas — u har doim mahalliy kontekst, manfaatdor tomonlar tarmog'i va ijtimoiy-ekologik shartlarga bog'liq ochiq kontsepsiya sifatida namoyon bo'ladi.

**Kalit so'zlar:** barqaror turizm; ekologik qurilish; turizm va tabiat; hashamatli tovar; ekoturizm; chegara ob'ekti; ijtimoiy ko'payish; atrof-muhit; davomiylik.

**ABSTRACT**

This article provides a systematic analysis of the theoretical foundations of sustainable tourism, its ecological and social construction processes, and practical implementation mechanisms. Sustainability is examined as a complex discursive concept combining three core objectives: continuity, ecosystem protection, economic development, and equitable distribution. The article analyzes the dialectical relationship between tourism and nature, the concept of sustainable tourism as a 'boundary object,' and the sacralization of tourist destinations through ecological purification, framing, and social reproduction processes. Furthermore, the paradoxical nature of sustainable tourism products as 'luxury goods' and the role of ecological technologies are discussed. The research demonstrates that sustainable tourism is not a universal solution — it consistently emerges as an open concept dependent on local context, stakeholder networks, and socio-ecological conditions.

**Keywords:** sustainable tourism; ecological construction; tourism and nature; luxury good; ecotourism; boundary object; social reproduction; environment; continuity.

**1. KIRISH (INTRODUCTION)**



Turizm sohasida «barqarorlik» tushunchasi so'nggi o'ttiz yil ichida eng ko'p muhokama qilinadigan mavzulardan biriga aylandi. Lekin bu tushunchaning qanchalik keng tarqalganligi uning mazmunan aniq belgilanganligini anglatmaydi. Aksincha, barqarorlik — turli manfaatdor tomonlar tomonidan turlicha talqin qilinadigan, siyosiy jihatdan yuklangan va ijtimoiy jihatdan qurilgan kontseptsiyadir.

Wöhler (2001) fikricha, barqarorlik tarixiy jihatdan ingliz va fransuz tillarida «davomiylik» tushunchasiga asoslanib shakllangan. Unga ko'ra, barqarorlikni ta'minlashning asosiy sharti — vaqt va fazoviy aloqalarni buzmaslik, ya'ni tabiat, jamiyat va iqtisodiyot o'rtasidagi munosabatlarni kelajak avlodlar uchun saqlab qolishdir. Bu tamoyil BMT ning 1987 yilgi Brundtland hisobotida ham markaziy o'rinda turadi.

Turizm sohasi barqarorlik diskursida alohida o'rin tutadi. Turizm bir tomondan tabiiy va madaniy resurslarni iste'mol qiladi, boshqa tomondan mahalliy iqtisodiyotlarni rivojlantiradi va ularga moliyaviy manfaat keltiradi. Bu ikki tomonlama xususiyat turizm va ekologiya o'rtasidagi munosabatni murakkab dialektik jarayonga aylantiradi.

Ushbu maqolaning maqsadi — barqaror turizm kontseptsiyasini nazariy asoslari, ekologik qurilish mexanizmlari va amaliy tatbiq shakllari nuqtai nazaridan chuqur tahlil qilishdir. Maqolada quyidagi asosiy savollarga javob beriladi: Barqarorlik nima va u turizm sohasida qanday talqin etiladi? Ekologik turistik joylar qanday «quriladi»? Barqaror turizm mahsulotlari bozorda qanday mavqega ega? Barqaror turizm universal echimmi yoki ochiq kontseptsiyami?

## 2. METODOLOGIYA (METHODS)

Ushbu tadqiqot sifatli metodologiyaga asoslanadi va uchta asosiy yondashuvni birlashtiradi: (1) konseptual tahlil — barqarorlik tushunchasining nazariy asoslarini o'rganish; (2) diskurs tahlili — barqaror turizm atrofida shakllangan ijtimoiy va siyosiy diskurslarni tahlil qilish; (3) amaliy holatlar tahlili — ekoturizm va barqaror turizm mahsulotlarining real misollarini o'rganish.

Birlamchi manbalar sifatida Wöhler va Saretzki (1999), Butler (1999), Ioannides va boshqalar (2001), Lash va Urry (1994), shuningdek, UNWTO va boshqa xalqaro tashkilotlarning hisobotlaridan foydalanildi. Tadqiqotda Latour (1995) ning «kvazi-ob'ektlar» nazariyasi va ijtimoiy qurilish metodologiyasi ham qo'llanildi.

Tadqiqot ikki asosiy chegaraga ega: birinchidan, barqaror turizm sohasining jadal rivojlanishi tufayli ba'zi xulosalar dinamik ravishda o'zgarishi mumkin; ikkinchidan, tahlil ko'proq G'arb va O'rta er dengizi kontekstiga yo'naltirilgan bo'lib, Global Janub holatlarini to'liq qamrab olmaydi.

## 3. NATIJALAR (RESULTS)

### 3.1. Barqarorlik — ochiq va diskursiv tushuncha

Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, barqarorlik tushunchasini yagona ta'rif doirasiga sig'dirish mumkin emas. U har doim uch asosiy maqsadni — ekosferani himoya



qilish, iqtisodiy rivojlanish va hayotiy imkoniyatlarning adolatli taqsimotini — o'z ichiga oladi. Biroq bu maqsadlar ko'pincha bir-biriga zid bo'lib, ularning muvozanatini ta'minlash turli manfaatdor tomonlar o'rtasida doimiy muzokarani talab etadi.

Latour (1995) ning «kvazi-ob'ektlar» nazariyasiga ko'ra, «barqarorlik» — «bioxilma-xillik», «o'rmon qurib qolishi» yoki «ozon teshigi» singari chegara ob'ektidir. U tabiat va jamiyat o'rtasidagi an'anaviy dixotomiyani bartaraf etib, ikkisini bir kontseptual makonda birlashtiradi. Bu xususiyat barqarorlikni siyosiy strategiya, ekologik me'yor va iqtisodiy vosita sifatida bir vaqtning o'zida qo'llash imkonini beradi.

Turizm sohasida bu ochiqlik ayniqsa sezilarli. Barqaror turizm kontseptsiyasini shakllantiruvchi aktyorlar tarmog'i xilma-xil: turizm provayderlari, sayyohlar, mahalliy aholi, siyosatchilar, ekologlar va ommaviy axborot vositalari. Ularning har biri barqarorlikka o'z manfaatlari prizmasidan qarashi tufayli kontseptsiya doimo yangilanib, moslashib boradi.

### 3.2. Turizm va tabiat o'rtasidagi munosabat

Turizm an'anaviy ravishda «oddiy kundalik hayot» (jamiyat) va «haqiqiy tabiat» o'rtasidagi farqga asoslanadi. Sayohatchi o'z kelib chiqish joyidan uzoq, tabiiylashtirilgan xorijiy makon izlaydi — bu yerda u sog'lom, baxtli va muvozanatli bo'lishini tasavvur qiladi. Wöhler (2000) bu hodisani «inkor etish» nazariyasi bilan tushuntiradi: sayohat — odamni kundalik ijtimoiy muhitdan vaqtincha «inkor» qilish va tabiatga qaytish aktida.

Globallashuv jarayonida turizm salohiyatining ortishi bilan tabiat jamiyatga tobora ko'proq integratsiyalashmoqda. Turizm bozori tabiiy resurslarni — landshaft, muhit, mahalliy madaniyat — tijorat mahsulotiga aylantiradi. Bu jarayon nafaqat sayyohlar, balki manzil mintaqalarining iqtisodiy rivojlanishiga ham ta'sir qiladi.

### 3.3. Ekologik qurilish jarayoni

Tadqiqot ekologik yoki barqaror turistik joylarning qanday «qurilishi»ni to'rt bosqich orqali ko'rsatadi:

Ekologik tozalash: turistik joy «ifloslangan» elementlardan — estetik jihatdan nomaqbul infratuzilma, kimyoviy o'g'itlar yoki tartibsiz qurilishdan — tozalanib, milliy arxitektura, mahalliy oshxona va an'anaviy tadbirlar bilan boyitiladi.

Ramkalash: tur operatorlari va xizmat ko'rsatuvchilar sayyohlar xulq-atvorini belgilangan kanallar (poyezd, velosiped, ekologik yo'llar) orqali tartibga soladilar.

Muqaddas maqom kasb etish: ekologik toza deb e'lon qilingan joy o'ziga xos «muqaddas» maqom kasb etadi va unga «ifloslangan» turistik kurortlardan farqli joy sifatida qaraladi.

Ijtimoiy ko'payish: mahalliy aholi va tashrif buyuruvchilar «ekologik moslik» va «barqarorlik» mavzularida birlashib, mintaqaning o'ziga xos identifikatsiyasini mustahkamlaydi.

Bu jarayon barqaror turizmni faqat ekologik standart emas, balki ijtimoiy va semiotik qurilish sifatida namoyon etadi. Ramkalash va sertifikatlash tizimlari

(ekolabel, yashil nishon va boshqalar) aynan shu qurilish jarayonining ko'rinadigan belgilariga aylanadi.

### **3.4. Barqaror turizm mahsulotlarining to'rt turi**

Tadqiqot barqaror turizm mahsulotlarini to'rt asosiy tipga ajratadi:

Mahsulotga yo'naltirilgan ekoturizm — asosiy maqsad raqobatbardoshlikni oshirish; atrof-muhit muhofazasi ikkinchi o'rinda turadi.

Tabiat va madaniy turizm — ekotizimlar va madaniy merosni asrash asosiy yo'nalish; tabiat «kapital» sifatida talqin etiladi.

Tabiatni muhofaza qilishga yo'naltirilgan turizm — qo'riqxonalar va biosfera rezervatlari asosida, turistik zichlikni cheklash orqali.

«Ta'mirlash» ekoturizmi — turizm ta'sirida buzilgan hududlarni qayta tiklash maqsadida rivojlantirilgan format.

Bu to'rt tip shuni ko'rsatadiki, «barqaror turizm» universal yechimni anglatmaydi — u har doim mahalliy kontekst, resurs bazasi va manfaatdor tomonlar konfiguratsiyasiga bog'liq holda shakl oladi.

### **3.5. Barqaror turizm va paradoks: hashamatli tovar muammosi**

Tadqiqotning eng muhim topilmalaridan biri — ekologik toza turizm mahsulotlarining bozorda «hashamatli tovar» sifatida namoyon bo'lishidir. Turizm provayderlari atrof-muhitni muhofaza qilishga investitsiya kiritgani uchun mahsulot narxi oshadi. Biroq sayyohlar ko'pincha yuqori narxni to'lashga tayyor emas.

Tadqiqot ma'lumotlariga ko'ra, barqaror turizm xizmatlariga haqiqatan ham ko'proq to'lashga tayyor bo'lgan «ekologik ongli» sayyohlar umumiy bazarning taxminan 20 foizini tashkil etadi. Bu segment yuqori darajadagi bilim va atrof-muhit haqidagi xabardorlikni kapital bilan birlashtiradi — shu tarzda «barqaror sayohat» yana bir ijtimoiy farqlash vositasiga aylanib boradi.

Bu paradoks barqaror turizmni ommaviy va demokratik qilish harakatiga to'sqinlik qiladi: ommaviy tatbiq uning ekologik samaradorligini kamaytirsa, elitarlik esa ijtimoiy adolat tamoyiliga zid keladi.

## **4. MUHOKAMA (DISCUSSION)**

Yuqoridagi natijalar barqaror turizm haqidagi mavjud adabiyotlar bilan qisman mos keladi. Butler (1999) ham barqaror turizmning normativ va nazariy jihatdan jozibador bo'lishiga qaramay, amaliy tatbiqda jiddiy cheklavlarga duch kelishini ta'kidlagan. Ioannides va boshqalar (2001) O'rta er dengizi orollarida o'tkazgan tadqiqotlarida ham xuddi shu paradoksni — ekologik da'volar bilan haqiqiy amaliyot o'rtasidagi bo'shliqni — aniqlagan.

Tadqiqotning muhim hissasi shunda — u barqaror turizmni faqat ekologik muammo sifatida emas, balki ijtimoiy va semiotik qurilish sifatida tahlil qiladi. Bu yondashuv Latour (1995) va Lash & Urry (1994) ning nazariy asoslarini turizm sohasiga tatbiq etishning muvaffaqiyatli namunasi.



Biroq tadqiqotda ba'zi muhim jihatlar etarli darajada ko'rib chiqilmagan. Xususan, Global Janub — Janubiy Osiyo, Afrika va Lotin Amerikasi — mamlakatlaridagi barqaror turizm tajribasi nazardan chetda qolgan. Bu hududlarda turizm va barqarorlik munosabati ko'pincha G'arb modellaridan tubdan farq qiladi: infratuzilma zaif, mahalliy manfaatdor tomonlar kuchli emas, tashqi investitsiyalar esa ko'pincha mahalliy ekologik va ijtimoiy muvozanatni buzadi.

Shuningdek, raqamli texnologiyalarning barqaror turizm qurilishidagi roli — ijtimoiy media, AI va ekolabel platformalari — tadqiqotda ko'rib chiqilmagan. Bugungi kunda «ekologik toza» imidj ko'pincha Instagram va TikTok orqali yaratiladi, bu esa ramkalash va muqaddas maqom kasb etish jarayonlarini yangi o'lchamga olib chiqadi.

## 5. XULOSA (CONCLUSION)

Ushbu tadqiqot barqaror turizm kontsepsiyasini nazariy asoslari, ekologik qurilish mexanizmlari va amaliy paradokslari nuqtai nazaridan chuqur tahlil qildi. Asosiy xulosalar quyidagicha:

Barqarorlik — davomiylik, ekologik muhofaza va ijtimoiy adolatni o'z ichiga oluvchi ochiq, diskursiv kontsepsiyadir. Uning mazmuni manfaatdor tomonlar tarmog'i va mahalliy kontekst tomonidan belgilanadi.

Ekologik turistik joylar ijtimoiy qurilish jarayoni — tozalash, ramkalash, muqaddas maqom kasb etish va ijtimoiy ko'payish — orqali shakllanadi. Bu jarayonni boshqarish har qanday barqaror turizm strategiyasining asosiy vazifasidir.

Barqaror turizm mahsulotlari ko'pincha «hashamatli tovar» tarzida bozorda mavqe egallaydi. Bu holat barqarorlikni ommaviy tatbiq etishga to'sqinlik qiladi va ijtimoiy adolat tamoyiliga zid keladi.

Ekologik texnologiyalar — energiya tejoychi tizimlar, qayta foydalanish zanjiri, mahalliy ta'minot tarmoqlari — barqaror turizmning moddiy asosini tashkil etadi, lekin ular yolg'iz etarli emas.

Barqaror turizm universal echim emas. U har doim mahalliy shartlar, resurslar va ijtimoiy munosabatlar kontekstida qayta talqin etilishi zarur.

Kelajakdagi tadqiqotlar uchun quyidagi yo'nalishlar tavsiya etiladi: Global Janubdagi barqaror turizm tajribalarini o'rganish; raqamli platformalarning barqaror turizm qurilishiga ta'sirini tahlil qilish; ijtimoiy adolat va ekologik barqarorlikning muvozanatini ta'minlash uchun yangi siyosiy vositalarni ishlab chiqish.

**Manfaatlar to'qnashuvi:** *Mualliflar manfaatlar to'qnashuvi yo'qligini e'lon qiladi.*

**Moliyalashtirish:** *Ushbu tadqiqot tashqi moliyalashtirishsiz amalga oshirilgan.*

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR (REFERENCES)

1. Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.





2. Cater, E. A. (2000). Tourism in the Yunnan Great Rivers National Parks System Project: Sustainability issues. *Tourism Geographies*, 2(4), 472–489.
3. Eliade, M. (1998). *Das Heilige und das Profane*. Frankfurt/Leipzig: Insel Verlag. (Birinchinashr 1964).
4. Ioannides, D., Apostolopoulos, Y., & Sönmez, S. (Eds.). (2001). *Mediterranean islands and sustainable tourism development*. London: Continuum.
5. Krippendorf, J., Zimmer, P., & Glauber, H. (Eds.). (1988). *Für einen anderen Tourismus: Probleme, Perspektiven, Ratschläge*. Frankfurt/M.: Fischer.
6. Lash, S., & Urry, J. (1994). *Economies of signs and space*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
7. Latour, B. (1995). *Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie*. Berlin: Akademie-Verlag.
8. Loon, R. M., & Polakow, D. (2001). Ecotourism ventures: Rags or riches? *Annals of Tourism Research*, 28(4), 892–907.
9. MacCannell, D. (1989). *The tourist: A new theory of the leisure class* (2nd ed.). New York: Schocken Books.
10. Rao, N. (1999). The CSD and beyond: Views from the South. *Tourism Journal*, 3(4), 489–499.
- Rodewald, R. (1999). *Sehnsucht Landschaft. Landschaftsästhetische Aspekte der Bürogestaltung*. Zürich: vdf.
11. UNWTO. (2023). *Digital transformation in tourism: Trends and outlook*. Madrid: World Tourism Organization.
12. Vukonic, B. (1996). *Tourism and religion*. Oxford – New York – Tokyo: Pergamon.
13. Wegner, G. (2001). Umweltregulierung und ihre Entwicklungsfolgen — eine ordnungstheoretische Perspektive. In H.-W. Lorenz & B. Meyer (Eds.), *Studien zur Evolutorischen Ökonomik IV*. Berlin: Duncker & Humblot.
14. Williams, A. M., & Montanari, A. (1999). Sustainability and self-regulation: Critical perspectives. *Tourism Geographies*, 1(1), 26–40.
15. Wöhler, K. (1994). Was geschieht mit der Umwelt — nachhaltiger Tourismus? Eine weitere Inventaranalyse. *Daten und Fakten zur Umweltverträglichkeitsprüfung*, 8(5), 292–294.
16. Wöhler, K. (2000). Die Negation. Zur Produktion negativer Räume als Reisebedürfnisse. In A. G. Keul, R. Bachleitner & H. J. Kagelmann (Eds.), *Gesund durch Erleben? Beiträge zur Reiseforschung*. München: Profil.
17. Wöhler, K., & Sartzki, A. (1999). *Umweltgerechter Tourismus*. Limburgerhof: G&B Science.
18. Wöhler, K. (1993). Internalisierungsbereitschaft externer Kosten ökologisch verträglicher Angebote. In G. Langer & K. Weiermair (Eds.), *Tourismus und Landschaftsentwicklung*. Taur – Wien – München: Ammer-Verlag.

