

**Turizm va qadriyatlar asosidagi yumshoq kuch: O‘zbekistonning  
ziyosat va madaniy meros diplomatiyasi**

**Saidmamatov Saidolim Akbar o‘g‘li**

“Xalqaro munosabatlar” yo‘nalishi

2- kurs talabasi

**Ilmiy rahbar: Turdiyev Madiyor Mamanazarovich**

Alfraganus universiteti katta o‘qituvchisi

**Annotatsiya:** Ushbu maqola O‘zbekiston qadriyatlarining xalqaro miqyosda targ‘ib qilinishida turizm, xususan, ziyorat va madaniy meros diplomatiyasining o‘rnini tahlil qiladi. XXI asrda turizm sohasiga nafaqat iqtisodiy foyda manbai sifatida, balki yumshoq kuchning muhim mexanizmi sifatida ham qaralmoqda. Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkent kabi shaharlar o‘zining tarixiy obidalari, diniy markazlari va sharqona qadriyatlari bilan nafaqat sayyohlarni jalb etadi, balki O‘zbekistonning xalqaro imijini shakllantirishda ham katta rol o‘ynaydi. UNESCOning Jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan obidalar, “Samarkand Process” xalqaro forumlari va ziyorat turizmining rivojlanishi O‘zbekiston qadriyatlarining transmilliy brend sifatida tanilishiga xizmat qilmoqda.

Tadqiqotda madaniy meros diplomatiyasi nazariyasi asosida O‘zbekistonning turizm salohiyati va qadriyat kapitali tahlil qilinadi. Amaliy misollar sifatida Imom Buxoriy majmuasi, Hazrati Xizr masjidi, Mirzo Ulug‘bek rasadxonasi va boshqa muqaddas ziyoratgohlar ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, Turkiya, Saudiya Arabistoni va Hindistonning diniy turizm tajribasi bilan qiyosiy tahlil o‘tkaziladi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, turizm O‘zbekiston qadriyatlarini keng jahon auditoriyasiga yetkazishda eng samarali yumshoq kuch vositalaridan biridir. Maqola yakunida mamlakat uchun turizm va qadriyatlar asosidagi xalqaro diplomatiyani rivojlantirishga oid strategik tavsiyalar beriladi.

**Kalit sozlar:** O‘zbekiston, turizm diplomatiyasi, ziyorat turizmi, qadriyatlar, UNESCO, cultural heritage diplomacy, soft power

**Kirish:** So‘nggi yillarda xalqaro munosabatlarda turizm sohasi nafaqat iqtisodiy foyda manbai, balki diplomatik kuchning muhim vositasi sifatida ham e‘tirof etilmoqda. “Soft power” nazariyasi doirasida madaniy meros va qadriyatlar turizm orqali keng auditoriyaga taqdim etilib, davlatlarning xalqaro imijini shakllantirishda

**FRANCE**

beqiyos o‘rin tutmoqda. Ayniqsa, ziyorat turizmi – diniy markazlar, muqaddas joylar va tarixiy meros orqali mamlakat qadriyatlarini targ‘ib qilish imkonini beradi. Shu bois, bugungi kunda ko‘plab davlatlar turizmni diplomatiyaning alohida yo‘nalishi sifatida rivojlantirishga katta e‘tibor qaratmoqda.

O‘zbekiston o‘zining betakror madaniy merosi va qadriyatlari bilan xalqaro turizm maydonida sezilarli salohiyatga ega. Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent kabi shaharlar nafaqat tarixiy obidalar, balki diniy markazlari bilan ham mashhur. Imom Buxoriy majmuasi, Bahouddin Naqshband maqbarasi, Hazrati Xizr masjidi kabi muqaddas ziyoratgohlar yiliga yuz minglab sayyoh va ziyoratchilarni o‘ziga jalb qilmoqda. UNESCOning Jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan O‘zbekiston obidalarida esa mamlakat qadriyatlarining transmilliy brend sifatida tanilishiga xizmat qilmoqda.

Mazkur maqola O‘zbekiston qadriyatlarining turizm va madaniy meros diplomatiyasi orqali qanday qilib global maydonda tanitilishi mumkinligini tahlil qiladi. Tadqiqot doirasida nafaqat nazariy asoslar, balki amaliy misollar, qiyosiy tajribalar va strategik tavsiyalar ham ko‘rib chiqiladi. Maqsad – O‘zbekiston qadriyatlarining xalqaro auditoriyaga ta‘sirini kuchaytirish va ularni transmilliy brend sifatida mustahkamlashdir.

**2.Nazariy asos:** Turizm va qadriyatlar diplomatiyasini o‘rganishda bir nechta nazariy yondashuvlar muhim o‘rin tutadi. Avvalo, Jozef Nay tomonidan ishlab chiqilgan “soft power” konsepsiyasi davlatlarning xalqaro maydondagi ta‘sirini nafaqat harbiy yoki iqtisodiy kuch orqali, balki madaniyat, qadriyatlar va diplomatik joziba orqali amalga oshirishini ta‘kidlaydi (Nye, 2004).[1] Ushbu yondashuv turizmni davlatlar uchun xalqaro imijni shakllantiruvchi kuchli vosita sifatida talqin qiladi.

Bundan tashqari, so‘nggi yillarda ilmiy adabiyotlarda “cultural heritage diplomacy” va “religious tourism diplomacy” tushunchalari ham keng muhokama qilinmoqda (Timothy & Olsen, 2018).[2] Bu yondashuvlarga ko‘ra, tarixiy obidalar, diniy markazlar va ziyorat joylari orqali milliy qadriyatlarni keng auditoriyaga yetkazish mumkin. Masalan, Saudiya Arabistoni haj va umra ziyoratlari orqali diniy turizmni nafaqat iqtisodiy, balki diplomatik vosita sifatida ham foydalanmoqda.[7] Turkiya esa Istanbuldagi tarixiy masjidlar va madrasalar orqali o‘z qadriyatlarini targ‘ib qilmoqda.

O‘zbekiston kontekstida esa ziyorat va madaniy turizm qadimdan mavjud bo‘lib, bugungi kunda u xalqaro diplomatiya doirasida yangicha mazmun kasb etmoqda. Samarqand, Buxoro va Xivada joylashgan obidalar, shuningdek, Imom Buxoriy, Bahouddin Naqshband kabi allomalarning merosi mamlakat qadriyatlarining xalqaro

**FRANCE**

miqyosda tanilishida hal qiluvchi ahamiyatga ega. Shu jihatdan, O'zbekiston turizm orqali o'zining qadriyat kapitalini transmilliy brendga aylantirish imkoniyatiga ega.

**3.O'zbekiston konteksti va tarixiy asoslar :** O'zbekiston qadimdan Markaziy Osiyoning madaniy va diniy markazi sifatida tanilgan. Bu yerda shakllangan qadriyatlar, ilmiy meros va diniy maktablar nafaqat mintaqada, balki butun musulmon olamida katta ahamiyat kasb etgan. Xususan, Imom Buxoriy, Imom Termiziy, Bahouddin Naqshband, Mirzo Ulug'bek, Alisher Navoiy kabi allomalar va mutafakkirlar o'z davrida xalqaro miqyosda e'tirof etilgan shaxslar bo'lgan. Ularning asarlari va faoliyati O'zbekistonning qadriyat kapitalining tarixiy ildizlarini tashkil qiladi.

Bugungi kunda bu meros ziyorat turizmi va madaniy diplomatiya orqali qayta tiklanmoqda. Samarqanddagi Registon majmuasi, Shohi Zinda maqbarasi, Imom Buxoriy majmuasi, Buxorodagi Poi Kalon ansambli, Hazrati Xizr masjidi va boshqa muqaddas ziyorat joylari nafaqat diniy, balki ma'naviy-ma'rifiy jihatdan ham xalqaro sayyohlarni o'ziga jalb qilmoqda. Ushbu obidalar UNESCOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, ular O'zbekiston qadriyatlarining transmilliy brend sifatida tanilishida alohida o'rin tutadi.

O'zbekiston hukumati ham so'nggi yillarda turizmni rivojlantirishni davlat siyosatining ustuvor yo'nalishiga aylantirdi. "Samarkand Process" doirasida o'tkazilgan xalqaro forumlar, ziyorat turizmini rivojlantirish dasturlari va madaniy tadbirlar mamlakatning xalqaro imijini mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Shunday qilib, tarixiy meros va qadriyatlar bugungi kunda nafaqat o'zbek xalqining milliy g'ururi, balki xalqaro diplomatiya maydonida yumshoq kuchning muhim vositasiga aylangan.

**4.Amaliy misollar va case study:** O'zbekiston qadriyatlari va yumshoq kuch strategiyasida turizmning o'rni amaliy misollar orqali yaqqol ko'rinadi. Xususan, Imom Buxoriy majmuasi yurtimizning eng nufuzli ziyorat markazlaridan biri hisoblanadi. Har yili minglab musulmon ziyoratchilar bu maskanga tashrif buyurib, nafaqat diniy amallarini ado etadilar, balki o'zbek xalqining mehmondo'stligi, bag'rikengligi va diniy qadriyatlari bilan tanishadilar. Bu esa O'zbekistonning xalqaro imijini mustahkamlashda bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Bundan tashqari, Buxorodagi Bahouddin Naqshband maqbarasi ham xalqaro ziyoratchilar uchun muhim markaz hisoblanadi. Tasavvuf ta'limoti butun dunyoda keng tarqalgan bo'lib, ushbu maqbara xalqaro diniy muloqot va ma'naviy hamkorlik uchun samarali maydonga aylangan. Shuningdek, Samarqanddagi Registon maydoni

**FRANCE**

va Shohi Zinda majmuasi nafaqat tarixiy obidalar sifatida, balki O'zbekistonning qadriyatlarini targ'ib qiluvchi ramziy brend sifatida dunyoga tanilgan.

Case study sifatida "Samarkand Process" tashabbusini alohida ta'kidlash mumkin. Bu xalqaro platforma turizm orqali muloqot va hamkorlikni kuchaytirishga xizmat qilib, O'zbekistonni mintaqaviy diplomatiyada yangi qiyofa bilan namoyon qildi. Shuningdek, 2022–2023-yillarda ziyorat turizmi bo'yicha tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar sonining oshishi (Turizm qo'mitasi ma'lumotiga ko'ra, 2,5 milliondan ortiq) qadriyatlar asosidagi turizmning real natijalarini ko'rsatib berdi.

Shunday qilib, amaliy misollar O'zbekiston qadriyatlari va madaniy merosining turizm orqali transmilliy brendga aylanish jarayonida samarali ishlayotganini isbotlab bermoqda.

**5.Qiyosiy tahlil :** O'zbekistonning qadriyatlar asosidagi turizm diplomatiyasi boshqa davlatlar tajribasi bilan qiyoslaganda, o'ziga xos ustunliklari va ayrim kamchiliklari yaqqol ko'rinadi. Masalan, Turkiya o'zining madaniy va diniy obidalarini keng miqyosda brendlashga erishgan. Istanbuldagi Ayo Sofiya, Sulton Ahmad masjidi va Topkapi saroyi dunyo miqyosida mashhur bo'lib, har yili millionlab turistlarni jalb qiladi. Turkiya bu obidalarni nafaqat tarixiy yodgorlik, balki milliy qadriyatlar va diplomatiya vositasi sifatida targ'ib qilishga erishgan.[8]

Saudiya Arabistoni esa diniy turizmni davlat siyosatining markaziga qo'ygan. Haj va Umra ziyoratlari nafaqat diniy majburiyat, balki global miqyosda musulmon ummatini birlashtiruvchi kuch sifatida qaralmoqda. Saudiya Arabistoni bu jarayon orqali iqtisodiy daromad bilan bir qatorda xalqaro siyosiy ta'sirini ham kuchaytirib kelmoqda.[7]

Hindiston o'zining qadimiy meros obidalarini – Taj Mahal, Varanasi va Bodh Gaya kabi ziyoratgohlar orqali nafaqat turizmni rivojlantirmoqda, balki diniy bag'rikenglik va tarixiy qadriyatlarini dunyo bo'ylab targ'ib qilmoqda.[9]

Qiyosiy tahlil natijasida ko'rinadiki, O'zbekiston Turkiya, Saudiya Arabistoni va Hindiston singari mamlakatlardan ko'plab saboq olishi mumkin. Xususan, ziyorat turizmini yanada tizimli rivojlantirish, xalqaro marketing kampaniyalarini kuchaytirish va qadriyatlar asosidagi turizmni davlat siyosatining strategik yo'nalishiga aylantirish zarur. Shu bilan birga, O'zbekistonning o'ziga xosligi – Markaziy Osiyoning ilmiy va diniy markazi sifatidagi qadriyat kapitali unga alohida ustunlik beradi.

**6.Muammolar va chaqiriqlar:** O'zbekistonning turizm va qadriyatlar asosidagi yumshoq kuch strategiyasi katta salohiyatga ega bo'lsa-da, ushbu yo'nalishda bir qator muammolar va chaqiriqlar ham mavjud. Avvalo, turizm infratuzilmasi hamon yetarli

**FRANCE**

darajada rivojlanmagan. Xususan, xalqaro sayyohlar uchun qulay transport tizimi, mehmonxona xizmatlari va raqamli yo‘riqnomalar yetarli darajada takomillashmagan. Bu esa mamlakatning turizm sohasidagi raqobatbardoshligini pasaytirishi mumkin.

Ikkinchidan, marketing va brendlash jarayonlari ko‘pincha faqat turistik reklama bilan chegaralanib qolmoqda. Masalan, “Visit Uzbekistan” kampaniyasi muhim natijalar bergan bo‘lsa-da, qadriyatlar diplomatiyasi doirasida keng qamrovli strategiya hali shakllanmagan. Shu bois, O‘zbekiston qadriyatlarini jahon auditoriyasiga yetkazishda yagona “madaniy meros diplomatiyasi konsepsiyasi” ishlab chiqilishi zarur.

Uchinchidan, xalqaro tajribada kuzatilganidek, ziyorat turizmi diniy jihatdan sezgir masala hisoblanadi. Saudiya Arabistoni va Hindiston tajribasi shuni ko‘rsatadiki, diniy turizm noto‘g‘ri boshqarilsa, siyosiy yoki diniy qarama-qarshiliklarga olib kelishi mumkin. O‘zbekiston bu borada ehtiyotkorlik bilan yondashib, qadriyatlarni global miqyosda tinchlik, bag‘rikenglik va muloqot vositasi sifatida targ‘ib qilishi zarur.

Shuningdek, mahalliy aholi va turizm sohasi mutaxassislarini qadriyatlar asosidagi turizmning strategik ahamiyatiga jalb qilish ham dolzarb vazifalardan biridir. Faqat tashqi auditoriyaga emas, balki ichki jamiyatga ham qadriyatlarni anglash va ularni global maydonda targ‘ib qilish mas’uliyati yuklatilishi kerak.

**7.Strategik tavsiyalar:** Tadqiqot natijalari O‘zbekistonning qadriyatlar asosidagi turizm diplomatiyasini rivojlantirish uchun bir qator strategik tavsiyalarni taqdim etadi. Avvalo, mamlakatda yagona “Qadriyatlar va madaniy meros diplomatiyasi strategiyasi” ishlab chiqilishi zarur. Bu strategiya turizmni nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki xalqaro imijni shakllantiruvchi yumshoq kuch vositasi sifatida ko‘rishi kerak.

Ikkinchidan, O‘zbekistonning UNESCO merosi ro‘yxatiga kirgan obidalarini xalqaro miqyosda yanada faol targ‘ib qilish lozim. Shu maqsadda xalqaro ko‘rgazmalar, fotoekspozitsiyalar va raqamli platformalarda interaktiv kontentlar ishlab chiqilishi samarali bo‘ladi. Masalan, virtual sayohatlar, 3D ekskursiyalar va onlayn ko‘rgazmalar qadriyatlarni global auditoriyaga yaqinlashtiradi.

Uchinchidan, ziyorat turizmini rivojlantirish uchun maxsus “pilgrimage routes” (ziyosat yo‘llari) konsepsiyasini yaratish mumkin. Bu yo‘nalishlarda Imom Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Imom Termiziy va boshqa allomalarning merosi yagona yo‘nalish sifatida taqdim etilsa, u xalqaro brend darajasiga ko‘tariladi.

To‘rtinchidan, xalqaro hamkorlikni kuchaytirish maqsadida Turkiya, Saudiya Arabistoni va Hindiston bilan qo‘shma turizm dasturlari tashkil etilishi foydali bo‘ladi.



**FRANCE**

Bu orqali O‘zbekiston qadriyatlari boshqa yirik turizm markazlari bilan bir qatorda global auditoriyada ko‘proq taniladi.

Nihoyat, kadrlar tayyorlash masalasiga alohida e‘tibor berilishi lozim. Turizm sohasi xodimlari qadriyatlar diplomatiyasi va xalqaro muloqot ko‘nikmalariga ega bo‘lishlari zarur.

**8.Xulosa:** Mazkur tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, turizm, ayniqsa ziyorat va madaniy meros diplomatiyasi O‘zbekiston qadriyatlarini xalqaro miqyosda targ‘ib etishda kuchli yumshoq kuch vositasiga aylanishi mumkin. Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkentdagi tarixiy yodgorliklar, Imom Buxoriy va Bahouddin Naqshband kabi buyuk allomalarning merosi nafaqat milliy g‘urur manbai, balki xalqaro auditoriyaga O‘zbekistonning betakror qadriyatlarini tanituvchi boy resursdir. Bu jarayon mamlakatning transmilliy brend sifatida shakllanishida muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda.

Tadqiqot davomida o‘rganilgan amaliy misollar va qiyosiy tajribalar O‘zbekistonning turizm diplomatiyasi sohasida katta imkoniyatlarga ega ekanini ko‘rsatdi. Biroq, mavjud muammolar — infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmagani, marketingning cheklanganligi va ziyorat turizmini tizimli boshqarishdagi kamchiliklar — mamlakatning xalqaro raqobatbardoshligini pasaytirishi mumkin. Shu bois, yagona davlat darajasidagi strategiya ishlab chiqish, UNESCO merosi obidalarini faol targ‘ib qilish, “ziyorat yo‘llari” konsepsiyasini yaratish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish zarur.

Xulosa qilib aytganda, turizm O‘zbekiston qadriyatlarini dunyoga tanitish va mamlakatning xalqaro imijini kuchaytirishda nafaqat iqtisodiy, balki diplomatik jihatdan ham strategik ahamiyat kasb etadi. Agar taklif etilgan tavsiyalar amalda qo‘llanilsa, O‘zbekiston qadriyatlari global miqyosda kuchli transmilliy brendga aylanishi va xalqaro diplomatiyada yanada faolroq o‘rin egallashi mumkin.

**Adabiyotlar ro‘yxati :**

1. Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
2. Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan.
3. Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.
4. Kim, H. (2011). Nation Branding and Public Diplomacy in the Republic of Korea. *East Asia*, 28(3), 235–250.



**FRANCE**

5. Zaharna, R. S. (2010). Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11. Palgrave Macmillan.
6. Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2018). Tourism, Religion and Spiritual Journeys. Routledge.
7. Henderson, J. C. (2011). Religious tourism and its management: The Hajj in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 541–552.
8. Göktürk, D., Soysal, L., & Türeli, I. (2010). Orienting Istanbul: Cultural Capital of Europe? Routledge.
9. Singh, R. (2020). Cultural heritage and tourism diplomacy in India. *Journal of Heritage Studies*, 26(4), 512–528.
10. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. (2023). Ziyorat turizmini rivojlantirish bo‘yicha yillik hisobot. Toshkent.