ISSN 2181-9505
Doi Journal 10.26739/181-9505

Philosophy and Life

FALSAFA VA HAYOT • ФИЛОСОФИЯ И ЖИЗНЬ

2026 №3 (34)



ISSN 2181-9505
Doi Journal 10.26739/2181-9505

Mirzo Ulug'bek nomidagi O‘zbekiston Milliy Universiteti

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi
Imom Buxoriy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi
O‘zbekiston falsafa jamiyati

Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека

Международный научно-исследовательский центр Имам Бухари
при Кабинете Министров Республики Узбекистан
Философское общество Узбекистана

The National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek

Imam Bukhari International Research Center under the Cabinet of Ministers
of the Republic of Uzbekistan
Philosophical Society of Uzbekistan

FALSAFA VA HAYOT
XALQARO JURNAL

ФИЛОСОФИЯ И ЖИЗНЬ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ

PHILOSOPHY AND LIFE
INTERNATIONAL JOURNAL

2026 №3 (34)

Jurnal bir yilda 4 marta nashr qilinadi.
Журнал выходит 4 раза в год.
The journal is published 4 times in a year.

Toshkent

“Falsafa va hayot” xalqaro jurnal, “Философия и жизнь” международный журнал, “Philosophy and Life” international journal

Tahrir kengashi

Abdildina Raushan – Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi akademigi, falsafa fanlari doktori, professor (Qozog‘iston)

Botukanova Gulmira – Qirg‘iziston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Milliy fanlar akademiyasining vitse-prezidenti falsafa fanlari doktori, professor, (Qirg‘iziston)

Mamedzade Ilham – Azarbayjon Milliy fanlar akademiyasi Falsafa va sotsiologiya instituti direktori, falsafa fanlari doktori, professor (Azarbayjon)

Skarantino Luka Mariya – Bari universiteti professori, falsafa fanlari doctori, Jahon falsafa jamiyatlari federatsiyasi boshqaruvi a’zosi (Italiya)

Smirnov Andrey – Rossiya Federatsiyasi FA akademigi, Rossiya falsafa jamiyati prezidenti, falsafa fanlari doktori, professor (Rossiya Federatsiyasi)

Seytaxmedova Natal’ya – Qozog‘iston milliy fanlar akademiyasi akademigi, falsafa fanlari doktori, professor (Qozog‘iston)

Tsuy Veyxan – Xitoy ijtimoiy fanlar Akademiyasi vitse-prezidenti, DSc, professor, (Xitoy Xalq Respublikasi)

Chumakov, Aleksandr – M.Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti professori, falsafa fanlari doktori, (Rossiya Federatsiyasi)

Muassislar:

Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Imom Buxoriy xalqaro ilmiy - tadqiqot markazi

O‘zbekiston falsafa jamiyati

Expert lawyers MCHJ Elc.uz

Ro‘yxatga olinganligi haqidagi 1175 sonli guvohnoma O‘zbekiston matbuot va axborot agentligi tomonidan 20.02.2018 yilda berilgan.

Bosh muharrir:

Shermuxamedova Niginaxon – f.f.d., professor (O‘zbekiston)

Bosh muharrir o‘rinbosari:

Aslanova Rabiyat – f. f. d, professor (Azarbayjon)

Mas’ul muharrir:

Muhamedova Zamira – f.f.d., professor (O‘zbekiston)

Tahrir hay’ati:

Allahyarova Tahira – f.f.d., professor (Azarbayjon)

Andirjanova Gulnar – siyosiy fanlari doktori, professor (Qozog‘iston)

Abasov Ali – f.f.d., professor (Azarbayjon)

Axamer Gilbert – f.f.d., professor (Avstriya)

Buzarinejad Yahyo – f.f.d, professor (Eron)

Bilalov Mustafo – f.f.d., professor (Dog’iston, Rossiya Federatsiyasi)

Gabitov Tursin – f.f.d., professor (Qozog‘iston)

Gezalov Ariz – f.f.n., professor (Rossiya Federatsiyasi)

Kerimov Eyyub – f.f.d., professor (Azarbayjon)

Kurmangalieva Galiya – f.f.d., professor (Qozog‘iston)

Kurbonova Lola – falsafa fanlari doctori DSc, dotsent (O’zbekiston)

Lazarevich Anatoliy – f.f.n., dotsent (Belorus)

Olatunji Feliks – PhD, dotsent (Nigeriya)

Paxruddinov Shukriddin – siyosiy fanlari doktori professor (O‘zbekiston)

Pardayev Sultonmurod – falsafa doktori (PhD), (O‘zbekiston)

Sergeev Mixail – f.f.d., professor (AQSh)

Sagikizi Ayajan – f.f.d., professor (Qozog‘iston)

Tulenova Gulmira – f.f.d., professor (O‘zbekiston)

Tashdelen Vefa – f.f.d., professor (Turkiya)

Tyukmaeva Aida – falsafa doktori PhD (O‘zbekiston)

Hakimov Nazar – f.f.d., professor (O‘zbekiston)

Xudoydodzoda Farrux – f.f.d., professor (Tojikiston)

Xudoyberganov Rovshan – f.f.d., (DSc) professor (O‘zbekiston)

Mahmadizoda Nozim – f.f.d., professor (Tojikiston)

Naushabayeva Asem – falsafa doktori (PhD), professor (Turkiya)

Urmanbetova Jildiz – f.f.d., professor (Qirg‘iziston)

Baychun Chjan – f.f.d., professor (Xitoy)

Sharipova Erkayim – f.f.d., professor (Qirg‘iziston)

Ilmiy kotib:

Xidirov Mustafo – falsafa fanlari doktori (DSc), dotsent (O‘zbekiston)

Musahhihlar:

Qodirov Javlon – (O‘zbekiston)

Po‘latov Anvar – (O‘zbekiston)

MUNDARIJA

SIYOSAT VA JAMIYAT FALSAFASI

Allaberdiyeva Lale Agageldiyevna	XORAZMDAGI MAMUNIYLAR DAVLATINING SIYOSIY TARIXIGA OID MANBALAR TAVSIFI VA VERIFIKATSIYASI	9-23
Fakunle, O. A., Raifu, I. O., Adedire, A. A.	HISTORICIZING ASO-OKE PRODUCTION IN ISEYIN TOWN, SOUTH-WEST NIGERIA	24-42
Mirzaraximov Baxtiyor Xoshimovich	TURIZM TA'SIRIDA IJTIMOIY ONGNING AKSIOLOGIK TRANSFORMATSIYASI: IJTIMOIY-FALSAFIY TAHLIL	43-54
Qosimova Nazira Omurkulovna	FUQAROLIK JAMIYATI VA IJTIMOIY INTEGRATSIYANI RIVOJLANTIRISHDA XALQ DIPLOMATIYASINING O'RNI	55-65

TA'LIM VA FAN FALSAFASI

Annaguliyeva Maral Muhammedovna	XALQ MASLAHATI SHAXSNI MA'NAVIY-AXLOQIY TARBIYALASH VA IJTIMOIYLASHTIRISHNING ETNOPEDAGOGIK OMILI SIFATIDA	66-83
Kamilov Davron Zafarovich	EMERJENTLIK FENOMENI VA UNING SINKRETIK TAFAKKURDAGI AKS ETISHI	84-95
Saifnazarov Ismail	RAQAMLI SIVILIZATSIYA SHAROITIDA SUN'IY INTELLEKTNI TADQIQ ETISHNING SINERGETIK METODOLOGIYASI: FALSAFIY TAHLIL	96-116
Xaydarova Aqida Xurramovna	BILIMLARNI SARALASH VA EPISTEMOLOGIK RATSIONALLIK	117-124

FALSAFA TARIXI VA TARIX FALSAFASI

Solomon Kolawole Awe, Oluwaseun Opeyemi Jemilehin	KANT FALSAFASIDA INSON QADR-QIMMATIGA HURMAT ZAMONAVIY AFRIKADA DAVLAT BOSHQARUVI TAMOYILI SIFATIDA	125-145
Michael Olatunji ONI	SARTR GUMANIZMI AFRIKADA MADANIY IDEALLAR TRANSFORMATSIYASI UCHUN IMPERATIV SIFATIDA	146-157

DUNYO MADANIYATI VA DINIY AN'ANALAR

Jimoh, Olumuyiva Vahab	TABIIY HUQUQ NAZARIYASIDA AXLOQNING ZARURATI	158-179

UDK: 130.2:338.48-6:379.85
10.5281/zenodo.23692864

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

TURIZM TA’SIRIDA IJTIMOIY ONGNING AKSIOLOGIK TRANSFORMATSIYASI: IJTIMOIY-FALSAFIY TAHLIL

Annotatsiya. Maqolada turizmning ijtimoiy ongga ko‘rsatadigan ta’siri aksiologik nuqtai nazardan tadqiq etiladi. Turizm faqat iqtisodiy tarmoq sifatida emas, balki jamiyatdagi qadriyatlar tizimini qayta tartiblovchi ijtimoiy-madaniy jarayon sifatida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotning manbaviy bazasini G‘arb turizm sotsiologiyasi va antropologiyasining asosiy asarlari, o‘zbek aksiologik maktabi vakillarining tadqiqotlari, so‘nggi yillarda chop etilgan xalqaro maqolalar hamda O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlari tashkil etadi. Dialektik, germenevtik, qiyosiy-falsafiy, strukturaviy-funksional va fenomenologik metodlar uyg‘unligida aksiologik transformatsiyaning to‘rt bosqichli modeli – aktuallashuv, moslashuv, gibridlashuv va institutsionallashuv – ishlab chiqildi va har bir bosqichning ichki mexanizmi yoritildi. D. MakKannell, E. Koen, J. Urri, P. Burdyo qarashlari, J. Tulenov, N. Shermuhamedova yondashuvlari bilan qiyosiy tahlil qilinadi. Xulosaga ko‘ra, turizm ta’siridagi aksiologik transformatsiya bir yo‘nalishli emas: unda qadriyatlarning yemirilishi va yangilanishi bir vaqtning o‘zida kechadi.

Kalit so‘zlar: turizm falsafasi, aksiologiya, ijtimoiy ong, qadriyatlar transformatsiyasi, milliy g‘oya, sahnalashtirilgan avtentiklik.

KIRISH

XXI asrning birinchi choragida turizm insoniyat hayotida avvalgi davrlarda ko‘rilmagan miqyos va ahamiyat kasb etdi. Bugungi kunda sayohat tor doiradagi imtiyozli qatlamlarning mashg‘uloti bo‘lishdan to‘xtab, millionlab odamlar uchun odatiy turmush tarzining bir qismiga aylandi. Shu bilan birga, turizmning ta’siri faqat iqtisodiy ko‘rsatkichlar – daromad, ish o‘rinlari, investitsiyalar bilan cheklanib qolmaydi. U insonning dam olishga, vaqtga, makonga, o‘zgalarga va

o‘z-o‘ziga bo‘lgan munosabatini ham sezilarli darajada o‘zgartiradi. Sayohatchi boshqa madaniyat bilan uchrashganda o‘z odatlari, tasavvurlari va baholash mezonlarini beixtiyor qayta ko‘zdan kechiradi; mezbon jamoa esa mehmon nigohi ostida o‘z turmushiga yangicha qaray boshlaydi. An’anaviy ijtimoiy falsafada qadriyatlar asosan oila, ta’lim, din va mehnat institutlari orqali avloddan-avlodga uzatiladi, deb hisoblangan. Globallashuv sharoitida esa bu qatorga yana bir kuchli omil – inson va madaniyatlarning uzluksiz harakatini ta’minlovchi turizm qo‘shilmoqda. Turizm qadriyatlarni bevosita targ‘ib qilmaydi, ammo ularni tanlaydi, ko‘rsatadi, baholaydi va shu yo‘l bilan jamiyat ongidagi o‘rnini qayta belgilaydi. Aynan shu jihat, ya’ni turizmning qadriyatlar olamiga yashirin, lekin barqaror ta’siri ijtimoiy falsafa uchun alohida tadqiqot predmetini tashkil etadi. Masalaga shu nuqtai nazardan yondashilganda, turizm iqtisodiyotning oddiy bir bo‘g‘ini emas, balki zamonaviy jamiyatning o‘zini qadriyatli anglash jarayonlari kechadigan muhim maydon sifatida namoyon bo‘ladi.

O‘zbekiston kabi milliy g‘oya va an’anaviy qadriyatlarni davlat siyosati darajasida qo‘llab-quvvatlayotgan mamlakatlar uchun bu jarayonning ijtimoiy-falsafiy mohiyatini anglash ayniqsa muhim. 2019 yilda qabul qilingan “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunda turizm iqtisodiyotning strategik tarmoqlaridan biri sifatida e’tirof etilib, uni rivojlantirishning huquqiy asoslari belgilab berildi [O‘RQ-549, 2019]. Mazkur hujjat sohani tartibga solishda asosan tashkiliy-huquqiy va iqtisodiy jihatlarga urg‘u beradi, turizmning jamiyat ma’naviy hayotiga ta’siri esa bilvosita, madaniy merosni muhofaza qilish talablari orqali aks etadi. Bu holat amaliyot ehtiyojlari bilan nazariy tahlil o‘rtasida ma’lum bo‘shliq borligini ko‘rsatadi. Turizm an’anaviy qadriyatlarning tovarga aylanishi, avtentiklikning susayishi, yosh avlod ongida gibrid va ba’zan bir-biriga zid qadriyat yo‘nalishlarining paydo bo‘lishi kabi xavflarni ham yuzaga chiqaradi. Masalan, to‘y yoki hashar kabi marosimlar sayyohlar uchun tuzilgan dastur qismiga aylanganda, ularning ishtirokchilar uchun ma’nosi va ichki tartibi asta-sekin o‘zgaradi. Bunday o‘zgarishlar ko‘pincha sezilmaydigan darajada sekin kechadi va shu sababli statistik hisobotlarda o‘z aksini topmaydi. Ammo aynan shu sekin siljishlar uzoq muddatda jamiyatning qadriyatli qiyofasini belgilaydi, shuning uchun ham ular falsafiy tahlilni talab qiladi.

Muammoning dolzarbligi shundaki, turizm 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasida iqtisodiy o‘sishning ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilangan [PF-60, 2022]. Strategiyada xorijiy sayyohlar oqimini ko‘paytirish, ichki turizmni rivojlantirish va yangi turistik yo‘nalishlarni ochish vazifalari qo‘yilgan. Davlat rahbarining dasturiy asarida ham turizm milliy merosni tanitish va xalqning tarixiy o‘zligini mustahkamlash vositasi sifatida talqin qilinadi [Mirziyoyev, 2022]. Biroq bu jarayonning ijtimoiy ongga, ayniqsa yoshlar ongiga qanday ta’sir ko‘rsatayotgani hali yetarli darajada falsafiy jihatdan o‘rganilmagan. Mavjud mahalliy tadqiqotlarning katta qismi turizmni iqtisodiy samaradorlik, marketing yoki infratuzilma nuqtai nazaridan tahlil qiladi. Qadriyatlar falsafasiga oid ishlarda esa turizm ko‘pincha globallashuvning umumiy ko‘rinishlaridan biri sifatida tilga olinadi. Buning natijasida ikki tadqiqot yo‘nalishi

– turizmshunoslik va aksiologiya – o‘zaro yetarlicha muloqotga kirishmay, alohida rivojlanmoqda. G‘arb ilmiy adabiyotida turistik tajriba, avtentiklik va tomosha madaniyati keng o‘rganilgan bo‘lsa-da, bu nazariyalar Markaziy Osiyo jamiyatlarining qadriyatli xususiyatlari, xususan jamoaviylik, mahalla instituti va mehmondo‘stlik an’analari bilan kam bog‘langan. Mazkur ilmiy bo‘shliqni to‘ldirish ikki maktab yutuqlarini birlashtiruvchi yaxlit nazariy model ishlab chiqishni taqozo etadi.

Maqolaning maqsadi – turizm ta’sirida ijtimoiy ongda kechayotgan aksiologik transformatsiyaning nazariy-metodologik asoslarini ochib berish, uning ichki mexanizmlarini tavsiflash hamda O‘zbekiston va Markaziy Osiyo sharoitida namoyon bo‘lish xususiyatlarini ijtimoiy-falsafiy jihatdan asoslashdan iborat. Tadqiqotning ilmiy yangiligi bir necha jihatda ko‘rinadi. Avvalo, turizm qadriyatlar falsafasining mustaqil tahlil obyekti sifatida qaraladi va uning ijtimoiy ongga ta’siri kognitiv, emotsional hamda institutsional-normativ qatlamlar kesimida yoritiladi. Qolaversa, G‘arbning fenomenologik-tanqidiy an’anasi bilan o‘zbek aksiologik maktabining dialektik yondashuvi o‘rtasida nazariy ko‘prik quriladi.

MATERIALLAR VA METODLAR

Tadqiqot nazariy xarakterga ega bo‘lib, uning materialini to‘rt guruh manbalar tashkil etadi. Birinchi guruhga G‘arb turizm sotsiologiyasi va antropologiyasining klassik asarlari kiradi: D. MakKannellning “Turist” monografiyasi va “Sayohat etikasi” kitobi, E. Koenning turistik tajriba fenomenologiyasi hamda avtentiklik va tovarlashuvga bag‘ishlangan maqolalari, J. Urrining “Turistik nigoh” asari, V. Smit tahriri ostidagi “Mezbonlar va mehmonlar” to‘plami, shuningdek N. Vangning avtentiklik turlariga oid tadqiqoti. Ikkinchi guruhni qadriyatlar falsafasining umumnazariy manbalari tashkil etadi: V. Vindelbandning Baden maktabi doirasidagi qarashlari, M. Rokichning qadriyatlar tizimi nazariyasi, P. Burdyoning ijtimoiy farqlanish kontseptsiyasi hamda o‘zbek aksiologik maktabi vakillari –J. Tulenov, N. Shermuhamedova, M. Abdullayeva asarlari. Uchinchi guruhga so‘nggi yillarda xalqaro va mahalliy nashrlarda chop etilgan tadqiqotlar kiritildi: “Qozog‘istonda etnik turizmga oid sharh, shuningdek M. Mavrulova, A. Muxtorov va F. Usmanovning milliy qadriyatlar, ma’naviy barqarorlik va lingvomadaniyatga oid ishlari. To‘rtinchi guruhni O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlari va dasturiy asarlar tashkil etadi.

Tadqiqotning nazariy asosini, avvalo, turizm falsafasi va sotsiologiyasining shakllanishiga hal qiluvchi hissa qo‘shgan kontseptsiyalar tashkil etadi. Amerikalik sotsiolog D. MakKannell turizmni zamonaviy jamiyatda dinning ayrim ijtimoiy vazifalarini o‘z zimmasiga olgan amaliyot sifatida talqin qilib, sohani sof iqtisodiy faoliyat doirasidan chiqardi va uni ijtimoiy-ekzistensial izlanish shakli sifatida ko‘rishga yo‘l ochdi [MacCannell, 1973, p. 589]. Uning fikricha, zamonaviy inson kundalik hayotdagi begonalashuvdan qochib, boshqa madaniyatlarda yo‘qotilgan yaxlitlik va haqiqiylikni izlaydi. MakKannell bu izlanishni tahlil qilishda E.

Gofmanning ijtimoiy hayotni “old sahna” va “orqa sahna”ga ajratuvchi dramaturgik modeliga tayanadi [Goffman, 1959]. Gofman uchun old sahna – shaxs o‘zini boshqalarga namoyish etadigan, muayyan qoidalarga bo‘ysunuvchi makon, orqa sahna esa ana shu namoyish tayyorlanadigan, begonalar uchun yopiq hudud. MakKannell bu sxemani turizmga ko‘chirib, turistga orqa sahna sifatida taqdim etiladigan makonlar ko‘pincha aslida maxsus qurilgan, ya’ni “sahnalashtirilgan avtentiklik” ekanini ko‘rsatadi [MacCannell, 1976, p. 91–107]. Ushbu kontseptsiyaning aksiologik ahamiyati shundaki, u qadriyatning haqiqiy ichki mazmuni bilan uning namoyish uchun moslashtirilgan shakli o‘rtasidagi farqni ko‘rish imkonini beradi. Mazkur tadqiqotda aynan shu farq transformatsiyaning ikkinchi bosqichi – moslashuvni tushuntirishda asosiy tushuncha vazifasini o‘taydi.

MakKannellning keyingi asari – “Sayohat etikasi”da bu g‘oyalar axloqiy o‘lchov bilan boyitiladi. Muallif “ikkinchi nigoh” tushunchasini ilgari surib, turist faqat tomoshabin emas, balki o‘z ishtirokining oqibatlari uchun javobgar bo‘lgan axloqiy subyekt bo‘lishi lozimligini ta’kidlaydi [MacCannell, 2011, p. 3–4]. Uning kuzatishicha, turizm statistikasi ish safari bilan sof estetik maqsaddagi sayohatni bir xil ko‘rsatkich bilan hisobga olishi mumkin, biroq bu ikki faoliyatning qadriyatli mazmuni tubdan farq qiladi. Bu qarash metodologik jihatdan muhim burilishni anglatadi: turizm endi aksiologik jihatdan betaraf faoliyat sifatida emas, balki muayyan axloqiy tanlov va mas’uliyatni taqozo etuvchi amaliyot sifatida qaraladi.

J. Urrining “turistik nigoh” nazariyasi masalaga boshqa, ko‘proq postmodern nuqtai nazardan yondashadi. Urri turistning ko‘rish tarzi tabiiy emas, balki ijtimoiy jihatdan shakllantirilgan ekanini asoslaydi: sayyoh ma’lum manzaralarni avtobus oynasi, fotoapparat ob’ektivi yoki reklama bukleti kabi “ramka” orqali ko‘rishga o‘rgatiladi [Urry, 1990, p. 100]. Demak, turist nimani qadrli deb bilishi ko‘p jihatdan oldindan tayyorlangan tasvirlar va matnlar bilan belgilanadi. Bu holat mezbon jamiyat va turist o‘rtasida assimetrik munosabatlarni yuzaga keltiradi. Qaysi madaniy hodisa “ko‘rishga arziydi”, degan savolga ko‘pincha tashqi nigoh javob beradi. Keyingi nashrda Urri o‘z g‘oyasini P. Burdyoning ijtimoiy farqlanish nazariyasi bilan bog‘lab, turistik iste’molni ijtimoiy maqomni namoyish etish vositasi sifatida tahlil qiladi [Urry, 2002, p. 80–81]. M. Nikolakakis bu ikki muallif o‘rtasidagi farqni aniq ko‘rsatib beradi. MakKannell avtentiklikka intilishni ekzistensial harakat sifatida talqin qilsa, Urri turistik tajribani ijtimoiy nazorat va hokimiyat munosabatlarining mahsuli sifatida ko‘radi [Nikolakakis, 2025]. Bizningcha, bu ikki yondashuv bir-birini inkor etmaydi, balki bir hodisaning turli tomonlarini yoritadi.

E. Koen turistlarni tashkiliy ommaviy sayyohdan tortib mustaqil sayohatchigacha bo‘lgan tipologiya asosida tasniflab, avtentiklikka munosabatning turli darajalarini asoslab berdi [Cohen, 1979]. Uning fenomenologik yondashuvi turistik tajribaning sub’ektiv xilma-xilligini ko‘rsatadi: kimdir uchun sayohat hayotiy ma’no izlash yo‘li, boshqa birov uchun esa oddiy hordiq chiqarish usuli. Keyinroq Koen “paydo bo‘luvchi avtentiklik” tushunchasini kiritib, dastlab

turistlar uchun yaratilgan madaniy shakl vaqt o‘tishi bilan mahalliy aholi nazdida ham haqiqiy an’anaga aylanishi mumkinligini ko‘rsatdi [Cohen, 1988]. Bu g‘oya mazkur tadqiqotdagi gibridlashuv va institutsionallashuv bosqichlarini tushunishda muhim ahamiyatga ega. N. Vang esa avtentiklikning obyektiv, konstruktiv va ekzistensial turlarini farqlab, turist ko‘pincha obyektni emas, balki o‘zining haqiqiy “men”ini izlashini asoslaydi [Wang, 1999]. V. Smit tahrir qilgan “Mezbonlar va mehmonlar” to‘plami turist va mezbon jamoa o‘rtasidagi munosabatlar turizm turiga qarab keskin farqlanishini antropologik materiallar asosida ko‘rsatdi [Smith, 1989].

Tadqiqotning ikkinchi nazariy tayanchi – qadriyatlar falsafasi. Aksiologiya mustaqil falsafiy fan sifatida XIX asr oxiri – XX asr boshlarida nemis Baden maktabi vakillari, jumladan V. Vindelband tomonidan asoslangan. Vindelband qadriyatni mavjud narsalar sohasiga emas, balki “bo‘lishi lozim bo‘lgan” narsalar sohasiga mansub kategoriya sifatida talqin qilgan [Windelband, 1993]. Bu ajratish tadqiqotimiz uchun muhim, chunki turizm ta’sirida o‘zgaradigan narsa ko‘pincha moddiy obyekt – me’moriy yodgorlik yoki hunarmandchilik buyumi emas, balki unga nisbatan jamiyatda shakllangan baholash munosabatidir. Amerikalik psixolog M. Rokich qadriyatlarni insonning xulq-atvori va maqsadlarini yo‘naltiruvchi barqaror e’tiqodlar tizimi sifatida ta’riflab, ularni maqsad-qadriyatlar va vosita-qadriyatlar guruhlariga ajratadi [Rokeach, 1973]. Rokich modelining biz uchun foydali tomoni shundaki, u qadriyatlarni alohida-alohida emas, balki ierarxik tizim sifatida tahlil etadi. Turizm ta’siridagi o‘zgarishlarni ham ko‘pincha yangi qadriyatlarning paydo bo‘lishi bilan emas, balki mavjud qadriyatlar o‘rtasidagi tartibning o‘zgarishi bilan izohlash mumkin. Masalan, mehmondo‘stlik maqsad-qadriyatdan vosita-qadriyatga, ya’ni daromad manbaiga aylanishi mumkin. Baden maktabi boshlab bergan bu falsafiy an’ana mustaqillik yillarida milliy aksiologik maktabning shakllanishi uchun ham umumnazariy asos bo‘lib xizmat qildi.

J. Tulenov qadriyatlar falsafasini milliy va umuminsoniy qadriyatlarning dialektik birligi nuqtai nazaridan tahlil qiladi [Tulenov, 1998]. Uning fikricha, har qanday milliy qadriyatlar tizimi o‘z o‘ziga xosligini saqlagan holda umuminsoniy qadriyatlar bilan uzluksiz o‘zaro ta’sirda rivojlanadi. Turizm aynan shu o‘zaro ta’sir kundalik hayot darajasida, jonli muloqot shaklida amalga oshadigan maydondir.

N. Shermuhamedovaning ilmiy tafakkur uslubiga bag‘ishlangan tadqiqoti ijtimoiy ongning kognitiv qatlamidagi o‘zgarishlarni tahlil qilish metodologiyasini asoslaydi [Shermuhamedova, 2000]. Uning yondashuvi ijtimoiy ongni faqat qadriyat-emotsional jihatdan emas, balki bilish-kognitiv jihatdan ham o‘rganish zarurligini ko‘rsatadi. M. Abdullayeva milliy mafkuraning metodologik muammolarini tahlil qilar ekan, mustaqil O‘zbekistonda shakllanayotgan milliy g‘oya tizimi xalqning tarixiy tajribasi, madaniyati va qadriyatlarini o‘zida mujassam etishini ta’kidlaydi [Abdullayeva, 2000]. Bu qarash turizm va milliy g‘oya o‘rtasidagi munosabatni tahlil qilishda nazariy tayanch bo‘ladi, chunki turistik mahsulot ham ana shu tarixiy tajriba va madaniyatning tanlangan qismlariga tayanadi. Shunday qilib, tadqiqotning nazariy-metodologik asosini ikki

an’ana sintezi tashkil etadi. G‘arb turizm sotsiologiyasi turistik tajribaning fenomenologik tuzilishi, avtentiklik va hokimiyat munosabatlarini tahlil qilish uchun vositalar beradi. O‘zbek aksiologik maktabi esa qadriyatlarni tarixiy-dialektik rivojlanishda, milliy va umuminsoniy birligida ko‘rishni asoslaydi. Birinchisi turizm qanday ishlashini, ikkinchisi esa bu jarayon jamiyat qadriyatlari uchun nimani anglatishini tushunishga yordam beradi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Turizm ta’sirida ijtimoiy ongning aksiologik transformatsiyasini tushunish uchun avvalo ijtimoiy ongning tuzilishini aniqlab olish zarur. Ijtimoiy falsafada ijtimoiy ong turli asoslarga ko‘ra tasniflanadi; tadqiqot vazifalaridan kelib chiqib, biz uni uch qatlamga ajratdik: kognitiv (bilish va tushunish), emotsional (his-tuyg‘u va munosabat) hamda institutsional-normativ (qadriyat, me’yor, urf-odat). Bu ajratish shartli, chunki real ongda bu qatlamlar bir-biri bilan chambarchas bog‘liq. Biroq tahliliy maqsadda ularni alohida ko‘rib chiqish turizm ta’sirining notekis kechishini ko‘rishga imkon beradi. Tahlil shuni ko‘rsatdiki, turizm uchala qatlamga ham ta’sir qiladi, ammo bu ta’sirning sur’ati va chuqurligi turlicha. Kognitiv qatlam o‘zgarishlarga eng tez javob beradi. Sayyohlar oqimi boshlanishi bilanoq mahalliy aholi o‘z hududining tarixi, me’moriy yodgorliklari, hunarmandchilik an’analari haqida ko‘proq bilishga va ularni so‘zlab berishga ehtiyoj seza boshlaydi. Ilgari kundalik va o‘z-o‘zidan tushunarli bo‘lgan narsalar endi izoh va tavsifni talab qiladi. Masalan, Buxoro yoki Xivadagi hunarmand avval o‘z kasbini ota-bobosidan o‘rgangan ish sifatida bajargan bo‘lsa, endi u bu kasbning tarixi, ramziy ma’nosi va o‘ziga xosligini mehmonlarga tushuntirib berishi kerak.

Emotsional qatlamda turizm ko‘pincha bir-biriga qarama-qarshi his-tuyg‘ularni uyg‘otadi. Bir tomondan, chet ellik mehmonlarning qiziqishi milliy g‘urur va o‘z madaniyatiga ijobiy munosabatni kuchaytiradi. Inson o‘zi uchun oddiy bo‘lgan narsa boshqalarni hayratga solayotganini ko‘rib, unga yangicha qadr bilan qaray boshlaydi. Ikkinchi tomondan, doimiy tomosha obyektiga aylanish noqulaylik, ba’zan esa begonalashuv hissini keltirib chiqaradi. Ayniqsa, tarixiy shahar mahallalarida yashovchi aholi o‘z hovlisi, ko‘chasi va kundalik turmushi suratga olinadigan manzaraga aylanib qolganini sezadi. Shu tariqa bir hodisa – mehmon nigohi – bir vaqtning o‘zida g‘urur va noqulaylik manbai bo‘lib chiqadi. Institutsional-normativ qatlamda esa eng chuqur va uzoq muddatli o‘zgarishlar ro‘y beradi.

Tahlil natijalariga ko‘ra, turizm ta’siridagi aksiologik transformatsiyani shartli ravishda to‘rt bosqichga ajratish mumkin. Yuqorida qayd etilganidek, bu bosqichlar ideal tip sifatida qurilgan, ya’ni ular jarayonning mantiqiy tuzilishini aks ettiradi va real hayotda bir-birining ichiga kirib ketishi mumkin.

So‘nggi yillardagi tadqiqotlar aksiologik transformatsiyaning dialektik tabiatini yanada aniqroq ochib bermoqda. J. Lopes-Gonsales MakKannellning so‘nggi ishlarini tahlil qilib, post-turizm sharoitida “yaxshi hayot” tushunchasi aksiologik befarqlikdan uzoqlashib, muayyan axloqiy maqsadga yo‘nalayotganini

koʻrsatadi [López-González, 2025]. Muallif turistik tajribani shunchaki tomosha emas, balki inson va joy oʻrtasidagi ichki hamohanglik sifatida talqin qilishni taklif etadi. Bu yondashuv biz uchun shuning uchun muhimki, u turizmda qadriyatlarning yemirilishi muqarrar emasligini, aksincha, ma'lum sharoitlarda sayohat ma'naviy boyish manbai boʻlishi mumkinligini koʻrsatadi. M. Nikolakakis esa MakKannell nazariyasining Urri va M. Fuko gʻoyalari bilan kesishgan nuqtalarini tahlil qilib, turistik nigoh hokimiyat munosabatlarini qanday qayta tiklashini yoritadi [Nikolakakis, 2025]. Uning xulosalari aksiologik transformatsiya hech qachon betaraf kechmasligini, unda doimo iqtisodiy, madaniy va ramziy assimetriya mavjud boʻlishini tasdiqlaydi. Bu ikki qarash birgalikda dialektik manzara hosil qiladi, har qanday yoʻqotish oʻzida yangilanish imkoniyatini ham mujassam etadi. Qadriyatning eski shaklda yoʻqolishi koʻpincha uning yangi, oʻzgargan, ammo jamiyat uchun baribir ahamiyatli shaklda qayta tugʻilishi bilan birga kechadi. Hal qiluvchi omil – bu jarayonda jamoa qanchalik ongli ishtirok etayotganidir.

Markaziy Osiyo mamlakatlari, xususan Oʻzbekiston va Qozogʻiston, mustaqillikdan soʻng milliy oʻzlikni tiklash va turizmni rivojlantirishni parallel ravishda amalga oshirmoqda. M. Abdikarimova va hammualliflari Qozogʻistonda etnik turizm nafaqat iqtisodiy, balki milliy ongni mustahkamlash vositasi sifatida davlat siyosatiga kiritilganini koʻrsatadi [Abdikarimova va boshq., 2025, p. 530–531]. Mualliflar bu jarayonni davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlanadigan primordializm tushunchasi orqali izohlaydi. Sovet davridan oldingi tarix ongli ravishda tiklanib, milliy identifikatsiyani mustahkamlash strategiyasiga xizmat qildiriladi. Bu tahlil turizmning qadriyatlar sohasidagi roli faqat stixiyali bozor jarayoni emas, balki ongli davlat siyosatining mahsuli ham boʻlishi mumkinligini koʻrsatadi. Oʻzbekistonda ham shunga oʻxshash tendensiya kuzatiladi: Registon, Shohizinda, Ichan qal'a kabi tarixiy-madaniy obyektlar nafaqat tashqi dunyoga tanitilmoqda, balki ichki ijtimoiy ongda milliy gʻururni mustahkamlash vositasi sifatida ham qaralmoqda [Mirziyoyev, 2022]. Ammo bu yerda muhim aksiologik ziddiyat yuzaga keladi. Mahalliy aholi uchun muqaddas yoki kundalik hayotning ajralmas qismi boʻlgan makon va marosimlar tashqi tomoshabin nigohi ostida ekzotik obyektga aylanishi mumkin.

Aksiologik transformatsiyaning yana bir koʻrinishi – qadriyatlar ierarxiyasidagi siljish. An'anaviy jamiyatda ustuvor boʻlgan jamoaviylik, mehmondoʻstlik, kattalarga hurmat kabi qadriyatlar turistik xizmat koʻrsatish sohasida professional standartga aylanadi. Mehmondoʻstlik ilgari begʻaraz, oʻz-oʻzicha qimmatli xatti-harakat sifatida qadrlangan boʻlsa, endi u xizmat sifati koʻrsatkichi va raqobat ustunligi sifatida baholanadi. Bu oʻzgarish qadriyatning yoʻq boʻlishini emas, balki uning maqomi oʻzgarishini anglatadi. M. Mavrulova jamiyat ma'naviy barqarorligini ta'minlashda milliy-madaniy qadriyatlarning oʻrnini tahlil qilib, bunday transformatsiyalarni nazorat ostida tutish zarurligini ta'kidlaydi [Mavrulova, 2022]. Uning xulosalari turizm bilan bogʻliq qadriyat oʻzgarishlarini ham ma'naviy barqarorlik nuqtai nazaridan baholash kerakligini koʻrsatadi. A. Muxtorov esa globallashuv sharoitida ma'naviy tahdidlarga qarshi

turishning eng samarali yo‘li qadriyatlarni tashqi ta’sirdan ajratib qo‘yish emas, balki ularning ichki mazmunini saqlagan holda yangi sharoitga moslashtirish ekanini asoslaydi [Muxtorov, 2015]. Bu qarash modelimizdagi gibridlashuv bosqichining ijobiy yo‘nalishiga to‘liq mos keladi. Demak, gap qadriyatlarni o‘zgarishdan himoya qilishda emas, balki o‘zgarish qaysi yo‘nalishda kechishini ongli ravishda boshqarishdadir.

Turistik muloqotning til jihati ham alohida e’tiborga loyiq. F. Usmanov o‘zbek milliy qadriyatlarining lingvomadaniy jihatlarini o‘rganib, milliy qadriyatlar tizimi til va nutq amaliyoti orqali ham uzatilishini ko‘rsatadi [Usmanov, 2024]. Turistik muloqotda, ayniqsa gid va turist, mezbon va mehmon o‘rtasidagi suhbatlarda milliy tushunchalar boshqa tilga o‘giriladi, izohlanadi va ko‘pincha soddalashtiriladi. Masalan, “mahalla”, “hashar”, “andisha” kabi tushunchalar boshqa tillarda to‘liq muqobilga ega emas, shuning uchun tushuntirish jarayonida ular ayrim ma’no qatlamlarini yo‘qotadi yoki yangi ma’no oladi. Gidning har kuni takrorlanadigan hikoyasi esa vaqt o‘tishi bilan qadriyatning standart talqiniga aylanadi va mahalliy aholining o‘zi ham uni shu shaklda qabul qila boshlaydi. Bu holat qadriyatlarning og‘zaki shaklda qanday transformatsiyalanishini maxsus o‘rganish zarurligini ko‘rsatadi.

XULOSA

Olib borilgan tahlil turizm ijtimoiy ongdagi qadriyatlarga bir yo‘nalishda ta’sir ko‘rsatmasligini ko‘rsatdi. U faqat yemiruvchi kuch ham, faqat boyituvchi kuch ham emas. Bu jarayon ichki ziddiyatlarga to‘la, dialektik tabiatga ega: an’anaviy qadriyatlar yangi madaniy unsurlar bilan to‘qnashadi va ayni paytda ular bilan muloqotga kirishib, yangicha mazmun kasb etadi. Mahalliy jamoa mehmondo‘stlik, hunarmandchilik yoki marosim madaniyati kabi o‘z merosini sayyoh nigohi orqali qayta kashf etadi, uni tashqi talablarga moslashtiradi va shu jarayonda o‘zligini saqlab qolishga intiladi. G‘arb turizm sotsiologiyasi va o‘zbek aksiologik maktabining qiyosiy tahlili bu ikki an’ana bir-birini to‘ldirishini ko‘rsatdi: birinchisi turistik tajriba mexanizmlarini, ikkinchisi esa bu mexanizmlarning milliy qadriyatlar uchun ahamiyatini tushuntirishga yordam beradi.

Olingan natijalar milliy g‘oyani davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi deb biladigan O‘zbekiston kabi mamlakatlar uchun alohida amaliy ahamiyatga ega. Turizm siyosatini faqat sayyohlar oqimi, daromad va ish o‘rinlari bilan o‘lchab bo‘lmaydi. Uni ishlab chiqishda turizmning jamiyat ongiga hamda avlodlar o‘rtasidagi qadriyatlar uzviyligiga ko‘rsatadigan uzoq muddatli aksiologik ta’sirini ham inobatga olish zarur. Aks holda iqtisodiy yutuqlar ma’naviy yo‘qotishlar evaziga qo‘lga kiritilishi mumkin. Mahalliy jamoalarning qaror qabul qilishdagi ishtiroki, ta’lim tizimining merosga ongli munosabatni tarbiyalashdagi o‘rni va turizm xodimlarining axloqiy tayyorgarligi bu xavfni kamaytirishning asosiy yo‘llari sifatida ko‘rinadi.

Kelgusi tadqiqotlarda ushbu nazariy modelni sotsiologik so‘rovlar asosida empirik jihatdan sinash, xususan turizm rivojlangan hududlar (Samarqand, Buxoro,

Xiva) va turizm hali kam rivojlangan hududlar o‘rtasida qiyosiy tahlil o‘tkazish dolzarb vazifa bo‘lib qoladi. Shuningdek, raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning turistik tajriba orqali qadriyatlar transformatsiyasiga ta’sirini, turli yosh guruhlari o‘rtasidagi aksiologik farqlarni hamda modelni Markaziy Osiyoning boshqa mamlakatlari materiallarida sinab ko‘rishni istiqbolli ilmiy yo‘nalishlar sifatida belgilash mumkin.

BIBLIOGRAFIYA

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. 18.07.2019, O‘RQ-549 // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi (lex.uz).

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 28.01.2022, PF-60 // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi (lex.uz).

3. Abdikarimova, M., Imangulova, T., Savanchiyeva, A., Atasheva, D., Aldybayev, B. (2025). The role of ethnic tourism in preserving Kazakhstan’s cultural heritage and local traditions: literature review *GeoJournal of Tourism and Geosites, 59(2), 529–538. https:*doi.org/10.30892/gtg.59202-1434

4. Abdullayeva M.N. (2000). Milliy mafkuraning metodologik muammolari // Mustaqil O‘zbekiston: falsafa fanining dolzarb muammolari. – Toshkent: O‘zR FA Falsafa va huquq instituti.

5. Bourdieu, P. (1984). Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – Cambridge, MA: Harvard University Press. – 613 p.

6. Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences // Sociology, 13(2), 179–201.

7. Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism // Annals of Tourism Research, 15(3), 371–386.

8. Erkayeva. (y.k.). O‘zbekistonda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirish omillari (PEST tahlili asosida) // TDIU ilmiy maqolalar to‘plami.

9. Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. – New York: Doubleday Anchor Books.

10. Greenwood, D.J. (1989). Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization // Smith, V. (ed.). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. 2nd ed. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press. – P. 171–185.

11. Lash, S., Urry, J. (1993). Economies of Signs and Space. – London: SAGE Publications. – 360 p.

12. López-González, J. (2025). Not just sightseeing but resonating: reframing the trouble with the good life in post-tourism *Tourist Studies. https:*doi.org/10.1177/14687976251371275

13. MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings // American Journal of Sociology, 79(3), 589–603.

14. MacCannell, D. (1976). The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. – New York: Schocken Books. – 214 p.

15. MacCannell, D. (2011). The Ethics of Sightseeing. – Berkeley: University of California Press. – 320 p.
16. Mavrulova M. (2022). Jamiyat ma'naviy barqarorligini ta'minlashda milliy-madaniy qadriyatlarning o'rni: falsafa fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) diss. avtoref. – Toshkent. – 53 b.
17. Mirziyoyev Sh.M. (2022). Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi. – Toshkent: O'zbekiston NMIU. – 440 b.
18. Muxtorov A. (2015). Globallashuv sharoitida ma'naviy tahdidlarni bartaraf etish omillari. – Toshkent: Ma'naviyat. – 32 b.
19. Nazarov Q. (2004). Qadriyatlar falsafasi (aksiologiya). – Toshkent: O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti. – 246 b.
20. Nikolakakis, M. (2025). On Dean MacCannell's shrouded sociology of tourism *Tourist Studies*. *https:*doi.org/10.1177/14687976251345561
21. Rokeach, M. (1973). The Nature of Human Values. – New York: Free Press.
22. Shermuhamedova N.A. (2000). Ilmiy tafakkur uslubining shakllanishining ijtimoiy-falsafiy jihatlari va uning metodologik ahamiyati: falsafa fanlari doktori diss. – Toshkent.
23. Smith, V. (ed.) (1989). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. 2nd ed. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press. – 341 p.
24. Tulenov J. (1998). Qadriyatlar falsafasi. – Toshkent: O'zbekiston. – 193 b.
25. Urry, J. (1990). The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies. – London: SAGE Publications.
26. Urry, J. (2002). The Tourist Gaze. 2nd ed. – London: SAGE Publications.
27. Usmanov F.F. (2024). O'zbek milliy qadriyatlarining lingvomadaniy aspekti: monografiya. – Toshkent: Bookmany print. – 214 b.
28. Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience // Annals of Tourism Research, 26(2), 349–370.
29. Windelband, W. (1993). Filosofiya v nemetskoy dukhovnoy zhizni XIX stoletiya (per. s nem.) / Posl. P.S. Gurevicha. – Moskva: Nauka. – 103 s.

Мирзарахимов Бахтиёр Хошимович
Доктор философии (PhD) по философским наукам, доцент
Кафедра философии, Ферганский государственный университет
e-mail. alfargoniy.uz@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2241-6747
(Фергана, Узбекистан)

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ ТУРИЗМА: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

Аннотация. В статье исследуется влияние туризма на общественное сознание с аксиологической точки зрения. Туризм рассматривается не только как экономическая отрасль, но и как социокультурный процесс, способствующий переосмыслению и переструктурированию системы ценностей общества. Источниковую базу исследования составляют фундаментальные труды западной социологии и антропологии туризма, исследования представителей узбекской аксиологической школы, международные научные статьи последних лет, а также нормативно-правовые документы Республики Узбекистан, регулирующие сферу туризма. На основе комплексного применения диалектического, герменевтического, сравнительно-философского, структурно-функционального и феноменологического методов разработана четырёхэтапная модель аксиологической трансформации, включающая актуализацию, адаптацию, гибридизацию и институционализацию. Раскрываются внутренние механизмы каждого этапа. В сравнительном аспекте анализируются взгляды Д. Макканнелла, Э. Коэна, Дж. Урри и П. Бурдьё, сопоставляемые с подходами К. Назарова, Дж. Туленова и Н. Шермухамедовой. Сделан вывод о том, что аксиологическая трансформация под влиянием туризма не является однонаправленным процессом: разрушение одних ценностных установок и обновление других происходят одновременно.

Ключевые слова: философия туризма, аксиология, общественное сознание, трансформация ценностей, национальная идея, инсценированная аутентичность.

Mirzarakhimov Bakhtiyor Khoshimovich
Doctor of Philosophy (PhD) in Philosophy, Associate Professor
Department of Philosophy, Fergana State University
e-mail. alfargoniy.uz@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2241-6747
(Fergana, Uzbekistan)

AXIOLOGICAL TRANSFORMATION OF SOCIAL CONSCIOUSNESS UNDER THE INFLUENCE OF TOURISM: A SOCIO-PHILOSOPHICAL ANALYSIS

Abstract. This article examines the influence of tourism on social consciousness from an axiological perspective. Tourism is considered not merely an economic sector but also a sociocultural process that contributes to the reconfiguration of society's value system. The research draws on major works in Western tourism sociology and anthropology, studies by representatives of the Uzbek axiological school, recent international scholarly articles, and the regulatory and legal documents of the Republic of Uzbekistan relating to tourism. Through the integrated application of dialectical, hermeneutic, comparative-philosophical, structural-functional, and phenomenological methods, the study develops a four-stage model of axiological transformation comprising actualization, adaptation,

hybridization, and institutionalization. The internal mechanisms of each stage are examined. The perspectives of D. MacCannell, E. Cohen, J. Urry, and P. Bourdieu are comparatively analyzed alongside the approaches of Q. Nazarov, J. Tulenov, and N. Shermukhamedova. The study concludes that axiological transformation under the influence of tourism is not a unidirectional process: the erosion of certain values and the renewal of others occur simultaneously.

Keywords: philosophy of tourism, axiology, social consciousness, value transformation, national idea, staged authenticity.

