

O‘SMIRLAR KROSS-MADANIY TASAVVURLARI SHAKLLANISHIDA TURISTIK MANZILGOHLARNING IJTIMOY-PSIXOLOGIK OMILLARI

Isxakova Shahlo Ismoilovna

Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti Psixologiya va ijtimoiy-siyosiy fanlar fakulteti Psixologiya kafedrasi tayanch doktoranti

Annotatsiya: O‘smirlar kross-madaniy tasavvurlari shakllanishida turistik manzilgohlarning ijtimoiy-psixologik omillari, turizm fenomeni turli etnik guruhlar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarning markazi sifatida taqdim etilgan madaniy identifikatsiyalarning xilma-xilligi, turizmni dolzarb deb hisoblaydigan rus va xorijiy olimlarning falsafiy tushunchalari ko‘rib chiqiladi.

Kalitsó‘zlar: Ijtimoiy falsafa, turistik majmua, turizm va madaniyat, ijtimoiy-psixologiya.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ВООБРАЖЕНИЙ ПОДРОСТКОВ

Исхакова Шахло Исмаиловна

*Самаркандский государственный университет имени Шарофа Рашидова
Факультет психологии и социально-политических наук Ассистент докторанта
кафедры психологии*

Аннотация: Социально-психологические факторы туристских дестинаций в формировании межкультурного воображения подростков, многообразие культурноидентичности, представленной как центр взаимодействия различных этнических групп, феномен туризма, философские взгляды русских и зарубежных рассматриваются учёные, считающие туризм актуальным понятием.

Ключевые слова: Социальная философия, туристский комплекс, туризм и культура, социальная психология.

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF TOURIST DESTINATIONS IN THE FORMATION OF ADOLESCENTS' CROSS-CULTURAL IMAGINATIONS

Iskhakova Shahlo Ismailovna

Samarkand State University named after Sharof Rashidov Faculty of Psychology and Social-Political Sciences Assistant doctoral student of the Department of Psychology

Abstract: Socio-psychological factors of tourist destinations in the formation of cross-cultural imaginations of teenagers, the diversity of cultural identities presented as the center of interaction between different ethnic groups, the phenomenon of tourism, the philosophical views of Russian and foreign scientists who consider tourism to be relevant concepts are considered.

Key words: Social philosophy, tourist complex, tourism and culture, social psychology.

Kirish. O‘smirlar kross-madaniy tasavvurlari shakllanishida turistik manzilgohlarning ijtimoiy-psixologik omillari, turizm fenomeni turli etnik guruhlar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarning xilma-xilligi mavjuddir. 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 global jarayon bo‘lib, zamonaviy sivilizatsiyaga sezilarli tasir ko‘rsatadigan kuchli hodisalardan biridir. Ushbu tasirning oqibatlarini qanday bo‘ladi – ijobiy yoki buzg‘unchi – ijtimoiy faylasuflar, iqtisodchilar, huquqshunoslar, geograflar, tarixchilar, mintaqashunoslar, siyosatshunoslar, psixologlar, 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. Ko‘pgina mamlakatlarda professional turistlarni tayyorlash kerakli darajada

amalga oshirilmoqda.

Adabiyotlar tahlili. 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.

Turizm sayohat sifatida dam olish, xordiq chiqarish, tabiat manzaralarini tomosha qilish, tarixiy-madaniy obidalarni ko'rish, o'rganish kabi faoliyatlarning mazmun va shakllaridan iboratdir. Bunda eng avvalo ma'naviy-ma'rifiy bilimlarni kengaytirish va jismoniy kamolatni tarbiyalashdek eng murakkab hamda ulug'vor maqsadlar amalga oshiriladi. [1].

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. Keyingi yilliklarda turizm ijtimoiy-psixologik jihatdan batafsil tushunishni talab qiladigan mustaqil ijtimoiy institutga aylandi. Turizmni psixologik hodisa sifatida, uning psixologik xususiyatlarini, ushbu hodisani tavsiflovchi psixologik bilimlarning mazmuni va tuzilishini o'rganish muhim ahamiyatga ega.

Madaniyatlar aro 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.

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 va 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. Turistlarning psixologik funksiyalari alohida ajratilmaydi va hisobga olinmaydi. Masalan, L.Voronkova tahriri ostidagi “Turizm, mehmon do'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. 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 bo'ladigan psixologik xususiyatlarining namoyon bo'lishini boshqarish, turistik guruhlarni 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 bularning bajaradigan funksiyalari orqali namoyon bo'ladi.

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.

Fransuz faylasuf J. Bodriyar, o'tish davridagi jamiyatning holatini ta'kidlagan 21-asrga kelib, uni o'ziga xos universal orbital sifatida tavsifladi, ob'ektlar va ijtimoiy doimiy "aylanish" bilan stantsiya tuzilmalar. U "orbital davr" boshlanganini yozgan, kosmik televideniya bilan band.

Bunda turizm barqaror o'rinni egallashi aytilgan.

Ingliz mutafakkiri J. Urri "Turistning nigohi va globallashuv" kitobida u o'tgan asrning oxiri bilan odamlarning maxsus "vaqt va makonni siqish" hissi paydo bo'ldi va axborot texnologiyalari va tezlashtirilgan kommunikatsiyalarning rivojlanishi tufayli odamlar katta masofalarni bosib o'tish va bir-biriga yaqinlashish imkoniyatiga ega bo'lishdi. [2;146].

Zamonaviy turizm industriyasi va jamiyatning jadal rivojlanishi noyob "ishlab chiqarish" jarayonlarini boshlab berdi. [3;265].

Turizm ilmiy tadqiqot va o'qitishni o'z ichiga oladi amaliyot, sayyohlik kompaniyalari faoliyati va shuningdek, ommaviy axborot vositalari, o'quv va ilmiy-ommabop adabiyotlar, butun dunyo bo'ylab tarqaladigan o'ziga xos "ijtimoiy gibrid" sifatida global birlikda birga yashaydi. [5;256]. Uzoq vaqt davomida turizmning yangi yo'nalishi ishlab chiqilmoqda, shu bilan birga chuqur tahliliy ishlar olib borilmoqda, buning natijasida ilgari noma'lum yoki kam tashrif buyurilgan joylar tashriflar va noma'lum dunyoni bilishning yagona maydoniga kiritilgan. [7;746].

Etnik va diniy turizm alohida ahamiyatga ega, chunki u madaniyatlar va dinlarni o'zaro tan olish, ko'p madaniyatli dunyomizda etnik madaniyatlarning muloqoti va tinch-totuv yashashini yo'lga qo'yishda muhimdir. [8;158].

Bugun dunyo turizm tufayli, asta-sekin madaniyatli bo'lib bormoqda, ular orasidagi farqlar yo'q qilinadi, nizolar yo'q qilinadi, qarama-qarshiliklar, iqtisodiy infratuzilma rivojlanmoqda. [9;245]. Turizm sayohat demakdir. [10.4].

Tahlil va natijalar. O'smirlarning madaniy tasavvurlari shakllanishida turistik manzilgohlarning juda ko'plab ijtimoiy-psixologik omillarini 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 hodisasinatijalari to'g'risidagi ma'lumotlarni to'plash, tizimlash va tarqatish;

4) Kognitiv, ya'ni turizm psixologiyasining o'rganilayotgan obyektining psixologik hodisalarining ishlash, rivojlanish qonuniyatlari haqidagi bilimlarni olish va to'plash orqali amalga oshiriladigan funksiya;

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.

Xulosa. 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'lim 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.

O'smirlar madaniy tasavvurlari shakllanishida turistik manzilgohlarning juda ko'plab ijtimoiy-psixologik omillari mavjud, turistik majmualar bozor iqtisodiyotida jamiyatning barcha sohalariga katta foyda keltiradigan vositaligi va yoshlarning qadimiy obidalarga borishi ajdodlarimizning boy merosi bilan yaqindan tanishib, vatanparvarlik, milliy an'ana va qadriyatlarimizga hurmat ruhida tarbiyalashda beqiyos o'rni bordir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

E. Yu. Daurenov va S.R. Daurenova. Turizm. – T.: Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat instituti nashriyoti. 2011.-188 b.

2. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация. Массовая культура: современные западные исследования. Москва, Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005, с. 136–150.

3. Urry J. Consuming Places. London, Routledge, 1995, 264 p.

4. Лисеев И.К. Россия: Многообразие культур в контексте международного туризма. Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. Сб. науч. ст. и материалов Междунар. научно-практ. конф. Москва, 12–13 мая 2011 г. Ч. 2. Москва, МГИИТ, 2011, с. 28–29.

5. Urry J. Sociology beyond Societies: Mobilities for the twenty-first century. Series: International Library of Sociology. London, New York, Routledge, 2000, 255 p.

6. Чистяков Д.И. Динамика взаимодействия массмедиа и общества в коммуникативном пространстве. Вестник МГИМО-Университета, 2013, № 6 (33), с. 234–240.

7. Ponzovkina I., Agibalova E. Collective Memory and Cultural-mythological Space. Proceedings of the 5th International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication (ICELAIC 2018). 2018, pp. 745–748.

8. Кирабаев Н.С. Интеркультурализм как основа диалога цивилизаций. Религия против терроризма. Материалы Междунар. научно-практ. конф. Москва, 6 октября 2016 г. Москва, РУДН, 2017, с. 156–162.

9. Давлет-Кильдеева Н.Г. Современные межкультурные коммуникации потенциал развития туризма. Туризм и гостиничный бизнес. Стратегии взаимодействия университетов и работодателей. Материалы II Междунар. форума. Санкт-Петербург, СПбГУ СЭ, 2011, с. 244–246.

T. Xoldarov, X. Tulenova. Turizm. Sayyohlik. – T.: Iqtisod-Moliya. 2016. -144 b.

Elektron ta'lim resurslari.

1. <http://edu.uz/>

2. <http://ziyonet.uz/>