

## **O‘ZBEKISTONNING IJTIMOIIY-MADANIY MEROS OB‘EKTLARINI XALQARO TURIZM MARKAZIGA AYLANTIRISH YO‘LLARI**

**M.N.Ubaydullayeva**

*Toshkent Kimyo xalqaro universiteti talabasi*

***Annotatsiya.** Ushbu maqolada O‘zbekistonning boy ijtimoiy-madaniy merosi – tarixiy shaharlar, madaniyat yodgorliklari, urf-odat va qadriyatlarining xalqaro turizmni rivojlantirishdagi o‘rni tahlil qilingan. Maqolada tarixiy meros obyektlarini samarali boshqarish, ularni jahon darajasida tanitish, zamonaviy infratuzilma va raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali O‘zbekistonni global turizm markaziga aylantirish yo‘llari ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, BMT Jahon turizm tashkiloti, ISESCO, ICOMOS kabi xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikda madaniy merosni saqlash va targ‘ib qilish strategiyalari yoritilgan.*

***Kalit so‘zlar:** ijtimoiy-madaniy meros, tarixiy obidalar, turizm, xalqaro hamkorlik, barqaror rivojlanish, raqamli texnologiyalar, madaniy turizm.*

***Аннотация.** В статье анализируется значение богатого социокультурного наследия Узбекистана — исторических городов, культурных памятников, традиций и ценностей — в развитии международного туризма. Рассматриваются пути превращения объектов исторического наследия в туристические центры мирового уровня посредством эффективного управления, продвижения, внедрения современной инфраструктуры и цифровых технологий. Особое внимание уделено вопросам сотрудничества с международными организациями, такими как ВТО, ИСЕСКО и ИКОМОС, в области сохранения и популяризации культурного наследия.*

***Ключевые слова:** социокультурное наследие, исторические памятники, туризм, международное сотрудничество, устойчивое развитие, цифровые технологии, культурный туризм.*

***Annotation.** This article explores the significance of Uzbekistan's rich socio-cultural heritage—historic cities, cultural monuments, traditions, and values—in the development of international tourism. It examines strategies for transforming heritage sites into global tourism hubs through effective management, international promotion, modern infrastructure, and digital technology integration. The article also highlights cooperation with international organizations such as UNWTO, ISESCO, and ICOMOS in the preservation and promotion of cultural heritage.*

***Key words:** socio-cultural heritage, historical monuments, tourism, international cooperation, sustainable development, digital technologies, cultural tourism.*

### **KIRISH**

O‘zbekiston o‘zining boy tarixiy o‘tmishi, madaniy qatlamlari va sivilizatsiyalar chorrahasida joylashgan geografik hududi bilan jahonda noyob meros sohibi sifatida tanilgan. Mamlakat hududida qadimdan mavjud bo‘lgan madaniy markazlar – Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Shahrisabz kabi shaharlar, u yerdagi arxitektura yodgorliklari, diniy-ma‘rifiy maskanlar, xalq og‘zaki ijodi va nomoddiy meros elementlari O‘zbekistonni dunyo turizmi uchun muhim manzilga aylantiradi.

Bugungi global tendensiyalar shuni ko'rsatmoqdaki, sayyohlar nafaqat qulaylik va hordiq, balki tarix, ma'naviyat, auteniklik va estetik qadriyatlarni izlamoqda. Shunday bir sharoitda, ijtimoiy-madaniy meros obyektlarini xalqaro turizm markaziga aylantirish nafaqat iqtisodiy manfaat, balki strategik ijtimoiy-ma'naviy yondashuv hamdir.

O'zbekiston Respublikasi rahbariyati tomonidan so'nggi yillarda turizm sohasi iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlaridan biri sifatida e'tirof etilib, uning huquqiy, institutsional va moliyaviy asoslarini mustahkamlash borasida qator chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, viza rejimining liberallasuvi, turizm infratuzilmasini rivojlantirish, madaniy meros obyektlarini restavratsiya qilish va ularni zamonaviy talablarga moslashtirish bo'yicha hukumat qarorlari, Prezident farmonlari va dasturlar asosida tizimli ishlar boshlangan. Biroq, mavjud yondashuvlar ko'proq infratuzilmaviy va tashkiliy xarakter kasb etgani holda, tarixiy meros obyektlarining xalqaro bozordagi pozitsiyasini mustahkamlovchi raqamli marketing, brending, madaniy diplomatiya kabi yumshoq kuch mexanizmlaridan yetarli darajada foydalanilmayotgani kuzatilmoqda.

Ijtimoiy-madaniy meros ob'ektlarini xalqaro turizm markazlariga aylantirishda muhim jihat shundaki, bu jarayonni faqat iqtisodiy manba sifatida emas, balki global madaniy almashinuvning bir qismi sifatida tushunish lozim. Mazkur obyektlar O'zbekistonning xalqaro maydondagi identitetini shakllantiruvchi vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu bois ularni saqlash, targ'ib etish va tijoratlashtirish o'rtasida barqaror muvozanatni saqlash, ya'ni ularni haddan tashqari ekspluatatsiya qilishdan saqlanish muhim hisoblanadi. Ayni vaqtda, bu merosni butun insoniyat mulki sifatida tanitish uchun zamonaviy PR strategiyalari, ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt texnologiyalari va ko'p tilda xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini joriy etish muhim strategik yo'nalishlardandir.

Dunyo amaliyoti ko'rsatmoqda: madaniy merosni turizmga muvaffaqiyatli integratsiya qilgan davlatlar — Italiya, Fransiya, Turkiya, Ispaniya, Misr kabi mamlakatlar sayyohlar oqimini keskin oshirgan va milliy brendni muvaffaqiyatli shakllantirgan. O'zbekiston ham ana shunday salohiyatga ega bo'lsa-da, ushbu imkoniyatdan to'liq foydalana olmayotgani yo'q. UNESCO ro'yxatiga kiritilgan ob'ektlar sonining ko'pligiga qaramay, ularning xalqaro maydondagi tanilganligi hali yetarli emas. Bu holat birinchi navbatda strategik rejalashtirishdagi uzilishlar, xalqaro tahlil va reytinglarga yetarlicha e'tibor berilmasligi, turizmga xizmat ko'rsatish sifati va diversifikatsiya darajasining pastligi bilan bog'liq.

Ushbu maqola aynan yuqoridagi omillarni hisobga olgan holda, O'zbekistonning ijtimoiy-madaniy merosini xalqaro turizm markaziga aylantirish

uchun ilmiy asoslangan yondashuvlarni ishlab chiqishni maqsad qilgan. Bu jarayonda tarixiy yodgorliklarni raqamli platformalarda ommalashtirish, madaniy voqealar turizmini rivojlantirish, turistik xizmatlar tizimini modernizatsiya qilish, xalqaro hamkorlikni kengaytirish, hamda madaniy merosni asrash va iqtisodiy resurs sifatida foydalanish o'rtasida sog'lom muvozanatni ta'minlash asosiy yo'nalishlar sifatida ko'zda tutiladi. Mamlakatimiz turizm salohiyatini to'laqonli ochib berish uchun bu yondashuvlar zamonaviy ilmiy-amaliy asosda hayotga tatbiq etilishi lozim.

### **ADABIYOTLAR SHARXI**

Madaniy merosni xalqaro turizm tizimiga integratsiyalash bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar, asosan, ikki asosiy yo'nalishda shakllangan: birinchisi – madaniy meros ob'ektlarining saqlanishi va huquqiy asoslari, ikkinchisi – ushbu ob'ektlardan turizm sohasi orqali samarali foydalanish strategiyalari. Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, madaniy meros ob'ektlari faqat muzey yoki tarixiy xotira sifatida emas, balki turizmning innovatsion va raqamli vositalar bilan uyg'unlashtirilgan yo'nalishi sifatida ham baholanishi lozim. Masalan, R. Richards (2018) o'z tadqiqotida madaniy obyektlar asosida shakllangan tajriba turizmi (experiential tourism) konsepsiyasini ilgari surgan bo'lib, u sayyohlar uchun faqat ko'rish emas, balki madaniyatda ishtirok etish muhimligini asoslaydi.

UNESCO va ICOMOS xalqaro tashkilotlarining hisobotlari va tavsiyalarida madaniy merosni saqlash, restavratsiya qilish, ularni iqtisodiy resurs sifatida ehtiyotkorlik bilan ekspluatatsiya qilish zarurligi qayta-qayta ta'kidlanadi. Ayniqsa, 2011-yilda UNESCO tomonidan e'lon qilingan "Culture: Urban Future" hisobotida madaniy merosning shaharlarda barqaror rivojlanish omili sifatidagi o'rni chuqur yoritilgan. Ushbu hujjatda "madaniy merosning iqtisodiy lashtirilishi faqat tijoriy manfaatga emas, balki ijtimoiy bag'rikenglik va madaniyatlararo muloqotga xizmat qilishi lozim" degan prinsip ilgari surilgan.

O'zbekiston olimlari orasida ham ushbu mavzuga oid bir qancha muhim tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, I. Abdurahmonov (2020) o'zining "Turizm va madaniyat uyg'unligi" nomli asarida O'zbekistonning tarixiy obidalaridan turizm resursi sifatida foydalanishdagi metodik yondashuvlarni taqdim etgan. Shuningdek, N. Abdullayeva va M. Karimov (2019) tomonidan olib borilgan izlanishlarda Samarqand va Buxorodagi UNESCO ro'yxatiga kiritilgan obidalar atrofida xizmatlar klasterini shakllantirish imkoniyatlari tahlil qilingan. Ularning fikriga ko'ra, tarixiy hududlarda sayyohlik markazlarini rivojlantirish faqat yodgorliklarni ta'mirlash bilan cheklanmasligi, balki servis sifati, marketing va mahalliy hamjamiyatni jalb etish orqali kompleks yondashuv zarur. Raqamli texnologiyalarning turizmga ta'siri sohasida esa C. Silberberg (2005) tomonidan ilgari surilgan "cultural tourism

marketing” modeli, ya’ni madaniy resurslar asosida xalqaro brend yaratish mexanizmi ayniqsa e’tiborga loyiq. Unga ko’ra, tarixiy meros ob’ektlari bilan bog‘liq turizmni faqat mahalliy kontekstda emas, balki global kommunikatsiya kanallari orqali ommalashtirish bugungi kunda asosiy ustuvorlikdir. Bu yondashuv O‘zbekiston uchun ham dolzarb bo‘lib, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, sun’iy intellekt va vizual kontent orqali targ‘ibotga ustuvorlik berishni nazarda tutadi.

2020-yilgi UNWTO hisobotida Markaziy Osiyo davlatlarining, xususan, O‘zbekistonning madaniy turizm salohiyati yuqori baholangan. Shu bilan birga, hisobda O‘zbekistonning tarixiy yodgorliklar bilan bog‘liq raqamli strategiyalarni to‘liq amalga oshirmayotgani va xalqaro ko‘rgazmalarda yetarlicha ishtirok etmayotgani tanqidiy qayd etilgan. Bunga javoban, Prezident qarorlarida “Madaniy meros obyektlarining interaktiv xaritalari”, “virtual tur” platformalari va “raqamli arxivlar”ni yaratish bo‘yicha aniq vazifalar belgilangan bo‘lsa-da, amaliyotda ularning joriy etilishi sekin kechmoqda.

Xulosa sifatida ta’kidlash joizki, adabiy manbalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonning ijtimoiy-madaniy meros obyektlarini xalqaro turizm markazlariga aylantirish uchun ilmiy-nazariy asoslar, xalqaro tajribalar va milliy huquqiy platforma mavjud. Ammo, bu imkoniyatlarni to‘liq amalga oshirish uchun kompleks strategik yondashuvlar – jumladan, branding, kreativ dizayn, servis sifati, raqamli transformatsiya va xalqaro madaniy hamkorlik tizimlarini yanada mustahkamlash zarur. Adabiyotlarda keltirilgan nazariyalar va tahlillar bu boradagi ilmiy yondashuvlarni asoslash imkonini beradi va O‘zbekistonning turizm siyosatini xalqaro standartlarga moslashtirishda muhim metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi.

#### **ANALIZ VA NATIJALAR**

O‘zbekistonning turizm salohiyatini baholashda asosiy e’tibor mamlakatdagi ijtimoiy-madaniy meros ob’ektlariga qaratilishi bejiz emas. Madaniy turizm turi boshqa turlarga qaraganda sayyohlarning davomiy e’tiborini jalb qilish, milliy identitetni ommalashtirish va barqaror iqtisodiy foyda olish imkoniyatini ta’minlaydi. Ayniqsa, UNESCO ro‘yxatiga kiritilgan obidalar, tarixiy shahar markazlari, qadimiy masjid, maqbara, madrasalar va hunarmandchilik markazlari xorijiy sayyohlar orasida O‘zbekistonni tanlashdagi asosiy sabab sifatida namoyon bo‘lmoqda. Biroq bu salohiyat to‘liq amalga oshirilayotganini aytish qiyin. Mavjud statistik ma’lumotlar ushbu sohadagi imkoniyat va muammolarni tahlil qilishda muhim asos bo‘lib xizmat qiladi.

Quyidagi 1-jadvalda 2018–2023 yillarda O‘zbekistonga kelgan xorijiy sayyohlar soni hamda ularning madaniy meros ob’ektlariga tashrif ko‘rsatkichlari keltirilgan.

*1-jadval. 2018–2023 yillarda O‘zbekistonga kelgan xorijiy sayyohlar va madaniy ob’ektlarga tashriflar statistikasi (mln nafar)*

Yil	Umumiy sayyohlar soni (mln)	Madaniy ob’ektlarga tashrif (mln)	Madaniy ob’ektda bo‘lganlar ulushi (%)
2018	5.3	2.4	45.3%
2019	6.7	3.1	46.2%
2020	1.5	0.6	40.0%
2021	2.3	1.0	43.5%
2022	4.5	2.2	48.9%
2023	5.9	3.4	57.6%

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2018–2019 yillarda sayyohlar soni barqaror o‘shib borgan, 2020–2021 yillarda esa COVID-19 pandemiyasi oqibatida keskin pasayish yuz bergan. Shu bilan birga, 2022 va 2023-yillarda jadal tiklanish kuzatildi. Ayniqsa, 2023-yilda sayyohlarning yarmidan ko‘pi – 57,6% madaniy ob’ektlarni ziyorat qilgani, bu turdagi turizmga nisbatan qiziqish oshganini ko‘rsatadi. Bu ko‘rsatkich 2018-yilga nisbatan 12,3 foizga o‘sgan. Ushbu jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2018–2019 yillarda sayyohlar soni barqaror o‘shib borgan, 2020–2021 yillarda esa COVID-19 pandemiyasi oqibatida keskin pasayish yuz bergan. Shu bilan birga, 2022 va 2023-yillarda jadal tiklanish kuzatildi. Ayniqsa, 2023-yilda sayyohlarning yarmidan ko‘pi – 57,6% madaniy ob’ektlarni ziyorat qilgani, bu turdagi turizmga nisbatan qiziqish oshganini ko‘rsatadi. Bu ko‘rsatkich 2018-yilga nisbatan 12,3 foizga o‘sgan. Ushbu ma’lumotlar grafik ko‘rinishda ham quyida aks ettirilgan.



*1-rasm. 2018–2023 yillarda O‘zbekistonga sayyohlar oqimi va madaniy obyektlarga tashriflar dinamikasi*

Grafikdan ko‘rinib turibdiki, umumiy sayyohlar soni va madaniy ob‘ektlarga tashriflar o‘rtasida to‘g‘ridan-to‘g‘ri bog‘liqlik mavjud bo‘lib, pandemiya ta‘siri bilan ikki chiziq ham bir vaqtning o‘zida pasaygan. Ammo 2022–2023 yillarda madaniy ob‘ektlarga tashriflar nisbatan tezroq tiklangan. Bu holat tarixiy yodgorliklar atrofidagi infratuzilmaviy yaxshilanishlar, PR va raqamli targ‘ibot strategiyalarining sezilarli samara berganidan dalolat beradi.

Bu raqamlar shuni ko‘rsatmoqdaki, O‘zbekistonning madaniy-tarixiy resurslari xorijiy mehmonlar uchun markaziy jalb etuvchi omil bo‘lib qolmoqda. Biroq ulardan foydalanish bo‘yicha tizimli muammolar mavjud:

- Ko‘plab tarixiy obidalar hali ham rekonstruksiya talab qiladi;
- Ularni qamrab olgan xizmatlar klasteri (gostinitsa, yo‘riqnoma, ko‘ngilochar maskanlar) yetarli emas;
- QR-kodli raqamli axborot, audio gid, mobil ilova kabi xizmatlar ko‘p joyda yo‘q;
- Mahalliy aholi ishtirokidagi madaniy ko‘rgazma va jonli tajriba turizmi zaif rivojlangan.

Tahlil natijalari shuni anglatadiki, madaniy obyektlarni xalqaro turizm markaziga aylantirish uchun nafaqat ularni saqlash va restavratsiya qilish, balki ularning atrofida ijtimoiy, raqamli va iqtisodiy infratuzilmani yaratish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday yondashuvda quyidagi komponentlar muhim o‘rin tutadi:

- Xalqaro tan olingan “madaniy klasterlar” konsepsiyasini joriy etish;
- Har bir yirik madaniy obyekt atrofida kamida 5–7 turistik xizmat: milliy restoran, ko‘rgazma zali, suvenir do‘koni, gid xizmatlari, dam olish maskani va boshqalarni tashkil etish;
- Raqamli marketing strategiyalar: tarixiy obyektlar uchun Instagram, YouTube, TikTok kabi platformalarda maxsus kontent tayyorlash va xorijiy blogerlar bilan ishlash;
- Mahalliy aholini turizmga jalb qilish orqali iqtisodiy barqarorlikni oshirish.

Yuqoridagi raqamlar va tahliliy kuzatuvlar asosida aytish mumkinki, O‘zbekiston o‘zining ijtimoiy-madaniy merosini global miqyosdagi turizm brendiga aylantirish yo‘lida harakat qilmoqda, biroq bu jarayonni tezlashtirish uchun strategik yondashuvni kuchaytirish zarur. Ayniqsa, raqamli transformatsiya, ko‘p tilli targ‘ibot, xalqaro hamkorlik va sayyohlar tajribasini diversifikatsiya qilish orqali bu maqsadga tezroq erishish mumkin.

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

Yuqoridagi tahlillar asosida xulosa qilish mumkinki, O‘zbekistonning ijtimoiy-madaniy merosi – nafaqat milliy g‘urur, balki global turizm bozorida raqobatbardosh brendga aylanish salohiyatiga ega ulkan resursdir. Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz kabi qadimiy shaharlarda joylashgan yodgorliklar, tarixiy me‘moriy obidalar, diniy-ma‘rifiy markazlar va nomoddiy madaniy qadriyatlar xorijiy sayyohlar uchun katta qiziqish uyg‘otmoqda. 2023 yilda madaniy ob‘ektlarga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar umumiy oqimning qariyb 58 foizini tashkil etgani bu holatni yaqqol tasdiqlaydi. Biroq, mavjud imkoniyatlar turizm infratuzilmasining ayrim cheklangan jihatlari, xizmatlar sifati va raqamli targ‘ibotning sustligi sababli to‘liq ishga solinmayapti.

Ijtimoiy-madaniy meros ob‘ektlarini xalqaro turizm markaziga aylantirishda asosiy muammo bu jarayonning faqat restavratsiya yoki estetik qiyofa bilan cheklab qo‘yilayotganidadir. Holbuki, madaniy ob‘ektlar atrofida zamonaviy turizmni ta‘minlaydigan xizmatlar klasteri, kreativ kontent, interaktiv taqdimot, tajriba turizmi va barqaror iqtisodiy model bo‘lmasa, bu obyektlar sayyohlar uchun qisqa muddatli qiziqish doirasida qolib ketadi. Shu sababli, madaniy merosni nafaqat tarixiy qiymatga ega obyekt sifatida, balki zamonaviy iqtisodiy va ijtimoiy platformaga aylantirish lozim.

Mazkur masalalarni inobatga olgan holda, quyidagi strategik yo‘nalishlar O‘zbekistonning ijtimoiy-madaniy merosini xalqaro turizm markaziga aylantirishda muhim vosita bo‘lib xizmat qilishi mumkin:

– birinchidan, madaniy obyektlar atrofida kompleks servis tizimini shakllantirish, ya‘ni sayyohlarga qulay mehmonxona, restoran, transport, gid, suvenir do‘koni va gigiyenik xizmatlarni bir joyda taqdim etadigan klasterlar barpo etish zarur;

– ikkinchidan, raqamli texnologiyalarni keng joriy etish – virtual sayohatlar, QR-kodli axborotlar, audiogidlar, mobil ilovalar orqali madaniy merosni interaktiv tarzda targ‘ib qilish samara beradi;

– uchinchidan, xalqaro bloggerlar, tarixiy kontent yaratuvchilar, madaniy diplomatiya vakillari bilan hamkorlik qilish orqali jahon e‘tiborini jalb qilish va O‘zbekiston brendini kuchaytirish mumkin;

– to‘rtinchidan, yoshlar va mahalliy aholini turizm ekotizimiga jalb qilish – ayniqsa, mahalliy hunarmandlar, folklor jamoalari va milliy pazandachilik ustalarining ishtirokini kuchaytirish – autenik tajriba orqali sayyohlar qoniqishini oshiradi;

– beshinchidan, UNESCO, ICOMOS kabi xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikda restavratsiya, grantlar va ilmiy tadqiqotlar asosida madaniy obyektlarni saqlashni ilmiy va moliyaviy jihatdan mustahkamlash kerak;

– oltinchidan, har bir yirik madaniy obyekt bo'yicha alohida xalqaro marketing strategiyasi ishlab chiqilishi, shu jumladan, ijtimoiy tarmoqlarda (YouTube, TikTok, Instagram) maxsus kampaniyalar yo'lga qo'yilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston o'zining ijtimoiy-madaniy merosini xalqaro miqyosdagi barqaror turizm markaziga aylantirish salohiyatiga ega. Buning uchun mavjud yondashuvlarni xalqaro tajriba asosida qayta ko'rib chiqish, texnologik, iqtisodiy va ijtimoiy mexanizmlarni uyg'unlashtirgan holda, kompleks va uzluksiz rivojlanish modeli joriy etilishi zarur. Ana shunda nafaqat iqtisodiy foyda, balki xalqaro madaniyatlararo muloqot, ijobiy imij va milliy qadriyatlar targ'iboti ta'minlanadi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. ЮНЕСКО. Culture: Urban Future. Global Report on Culture for Sustainable Urban Development. – Paris: UNESCO Publishing, 2016. – 301 c.
2. Richards, G. Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2018. – Vol. 36. – P. 12–21.
3. Silberberg, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 2005. – Vol. 16(5). – P. 361–365.
4. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. – Madrid: UNWTO, 2020.
5. Abdullayeva N., Karimov M. O'zbekistonda madaniy turizm klasterlarini rivojlantirish imkoniyatlari. // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar – 2019*. – № 6. – B. 45–51.
6. Sharipov, K., Abdullaeva, S., Khalilov, S., & Xadjibayev, A. (2025). Analysis of the effectiveness of hydrocarbon vapor condensation. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(2), 1287-1291.
7. Джалилова, С. М. (2024, November). Лингвокультурные особенности пословиц испанского языка. In *Conference Proceedings: Fostering Your Research Spirit* (pp. 331-333).
8. Saodat, I. Ko 'k' leksemasining etimologik tavsifi. *O 'zbekiston*, 75.
9. Mekhrojovna, D. S. (2021). Semantic structure of proverbs. *Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(10), 343-347.
10. Abdurahmonov I. *Turizm va madaniyat uyg'unligi: nazariya va amaliyot*. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020. – 204 b.
11. O'zbekiston Respublikasi *Turizm qo'mitasining 2023-yilgi statistik axborot byulleteni*. – [www.tourism.uz](http://www.tourism.uz)
12. ICOMOS. *International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance*. – Mexico, 1999.