



SAMARQAND VA BUXORO TARIXIY OBIDALARINING TURISTIK BREND SIFATIDAGI O‘RNI

Shukurova Ra‘no Qahorovna

Samarqand turizm va madaniy meros texnikumi o‘qituvchisi

Qudratullayev Damir

*Samarqand turizm va madaniy meros texnikumi, MX-125 guruh (dual)
talabasi*

Annotatsiya: Tarixiy yodgorliklar jahon turizm bozorlarida manzil identifikatsiyasini va raqobatbardosh mavqeini shakllantirishda markaziy rol o‘ynaydi. Ushbu maqolada Samarqand va Buxoroning me‘oriy va madaniy meros yodgorliklarining turistik brend sifatidagi rolini o‘rganadi. Maqolada brending nazariyasi, meros turizmi adabiyoti va milliy turizm strategiyalarini tahlil qilish orqali ramziy yodgorliklarning manzil imidjiga, iqtisodiy o‘sishga va madaniy diplomatiyaga qanday hissa qo‘shishi baholanadi.

Kalit so‘zlar: yo‘nalish brendi, meros turizmi, madaniy o‘ziga xoslik, Samarqand, Buxoro, O‘zbekiston, BTT (Butunjahon Turizm Tashkiloti), YUNESKO.

O‘zbekiston mustaqillikning ilk yillaridan boshlab jamiyatning hamma sohalarini rivojlantirishga, ayniqsa, turizm sohasi rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratmoqda. Davlatimiz rahbarining tashabbusi bilan “Kichik haj” dasturi keng rivojlantirilmoqda. Zamonaviy turizm iqtisodiyotida yo‘nalishlar nafaqat infratuzilma, balki ramziy kapital va madaniy o‘ziga xoslik orqali ham raqobatlashadi. Tarixiy yodgorliklar ko‘pincha butun mintaqalarni ifodalovchi vizual va kontseptual brendlar bo‘lib xizmat qiladi. BTT (Butunjahon Turizm Tashkiloti) ma‘lumotlariga ko‘ra, madaniy meros turizmi global miqyosda eng tez rivojlanayotgan segmentlar qatoriga kiradi.⁸ Jahon brendlarining faol ishtiroki bilan ushbu sektorda biz turizm, ekologik ma‘rifiy, etnografik, gastronomik, turizm va boshqa sohalarini rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratishimiz kerak. Shu munosabat bilan biz davlat va xususiy sheriklik munosabatlarini qo‘llash sohani rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar ochishini hisobga olishimiz kerak. Samarqand, Buxoro, Xorazim, Surxondaryo va Toshkentdagi muqaddas qadamjolarni va yodgorliklarni ziyorat qilishdan iborat bo‘lgan “Kichik haj” dasturini ishlab chiqish va tezlashtirish zarur. Shuningdek, ichki turizm sohasida keng ko‘lamli imkoniyatlarni to‘liq ishga

⁸ UNWTO (2018). Tourism and Culture Synergies, Madrid, pp. 21–33.



tushirish zarur,⁹ deya ta'kidlagan Shavkat Mirziyoyev.

Samarqand va Buxoro tarixiy obidalari O'zbekiston turistik brendining asosi bo'lib, Registon, Shohizinda, Amir Temur maqbarasi (Samarqand) hamda Ark qal'asi, Minorai Kalon, Labi hovuz (Buxoro) kabi yodgorliklar jahon miqyosida o'ziga xos go'zalligi va qadimligi bilan minglab sayyohlarni jalb etadi. Ushbu shaharlar Buyuk Ipak yo'lining yuragi sifatida xalqaro turizm yuqori nufuzga ega. Ularning yodgorliklari nafaqat madaniy boylik, balki milliy turizm brendi sifatida ham xizmat qiladi.

Manzil brendingi turistik yo'nalish uchun noyob identifikatsiya va imidj yaratish jarayonini anglatadi.¹⁰ Tadqiqotchilar Kavaratzis va Ashworthlarga ko'ra, muvaffaqiyatli shahar brendi moddiy meros va ramziy ma'noga tayanadi.¹¹

Boshqa tadqiqotchilar, xususan, Morgan, Pritchard va Pride meros ob'ektlari manzilni aniqlash uchun zarur bo'lgan haqiqiylik va hissiy qiymatni ta'minlaydi, deb ta'kidlaydilar.¹²

Meros turizmi tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylar bilan bog'liq sayohat sifatida ta'riflanadi.¹³ YuNESKOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilishi manzil imidji va ishonchini sezilarli darajada mustahkamlaydi.¹⁴

Samarqand ("Madaniyatlar chorrahasi") va Buxoroning tarixiy markazi YuNESKOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, bu ularning global brend ko'rinishini oshiradi.

O'zbek olimlaridan biri T. Rasulov tarixiy merosni O'zbekistonning xalqaro turizm imidjini shakllantirishda strategik rol o'ynashini ta'kidlaydi.¹⁵ Xuddi shunday, N. Karimova milliy turizm siyosatida tarixiy yodgorliklarning brending salohiyatini ta'kidlaydi.¹⁶

O'zbekiston turizm sohasining yuragi Samarqand shahridir. Samarqand Temuriylar davrining monumental arxitekturasini bilan keng bog'liq. Shahar "Sharq marvaridi" sifatida tanilgan va 70 dan ortiq yirik me'moriy yodgorliklarga ega. Registan ansambli, Bibixonim masjidi va Ulug'bek

⁹ Mirziyoyev, Sh. (2018). *2017-2022 yillarda O'zbekistonni rivojlantirishning 5 ta ustuvor yo'nalishi*. Toshkent.

¹⁰ Anholt, S. (2007). *Competitive Identity*. London: Palgrave Macmillan, p. 75.

¹¹ Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2005). *City Branding. Place Branding*, 1(3), p. 508.

¹² Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination Brands*. Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 45–58.

¹³ Timothy, D., & Boyd, S. (2003). *Heritage Tourism*. London: Pearson, p. 2.

¹⁴ UNESCO (2013). *World Heritage and Tourism Programme Report*, pp. 14, 28.

¹⁵ Rasulov, T. (2018). *O'zbekistonda madaniy turizm rivoji*. Toshkent, 63 bet.

¹⁶ Karimova, N. (2021). *Turizm marketingi va milliy brending*. Samarqand, 91–95 betlar.



rasadxonasi kabi obyektlar turistik oqimni shakllantiruvchi asosiy omillardir. Samarqandda joylashgan Registon maydoni Samarqandning asosiy vizual ramzidir. Uning uchta madrasasi Islom ilmi va Temuriylar hokimiyatini ifodalovchi noyob me'moriy ansamblni tashkil qiladi. UNESCO ma'lumotlariga ko'ra Registon shahar merosi landshaftining "ramziy yadrosi" vazifasini bajaradi.¹⁷ Brendlash nuqtai nazaridan, Registon reklama materiallarida, turizm veb-saytlarida va milliy kompaniyalarda logotipga o'xshash tasvir vazifasini bajaradi.

Shuningdek, Amir Temur maqbarasi siyosiy hokimiyat va tarixiy davomiylikni ramziy ma'noda anglatadi. Morgan va boshqalar ta'kidlaganidek, qudratli tarixiy shaxslar bilan bog'liq ramziy yodgorliklar sayyohlar bilan hissiy aloqani kuchaytiradi.¹⁸

Shuningdek, Samarqandda Imom al-Buxoriy, Mahdumi A'zam, Xorn-Zinda ansambli, Xo'ja Abdu Darun maqbarasi, Xazrati Xizr masjidi, Nuriddin Basir maqbarasi, Burxoniddin Sagarjiy (Ruhobod) maqbarasi, Cho'ponning otasi maqbarasi, Xo'ja Ahror qabri, Doniyor payg'ambar (Muqaddas Daniil) maqbarasi, shuningdek, Samarqandda Afrosiyob nomli muzey mavjud bo'lib, Afrosiyob yirik arxeologik yodgorlik bo'lib, qadim Samarqand shahri tarixidan darak beradi. Qadim shaharning maydoni 219 gektarni tashkil qiladi. Arxeologlar bir-birini bosib turgan 11 ta madaniy qatlamlar borligini aniqlaganlar. Shaharning zamonaviy relefida qudratli qal'aning xarobalari, ko'hna mudofaa devorlari, qachonlardir shaharga suv keladigan kanalning vayronalarini oson ajrata olish mumkin.

Keyingi kezlarda Samarqand viloyatining Nurobod tumani, Oqsoy qishlog'i hududida joylashgan Hazrati Dovud g'ori O'zbekistondagi eng sergavjum ziyoratgohlardan biriga aylangan. Mazkur g'or o'zida o'ta qadimiy va turli-tuman rivoyatlarni yashirgan bo'lib, unga tashrif buyuruvchilar soni kun sayin tobora ortib bormoqda.

Samarqand nafaqat tarixiy obidalari bilan, shuningdek, bozorlari bilan ham mashhur. Samarqandda joylashgan Siyob bozor bunga yorqin misol. Siyob bozori nafaqat Samarqand shahri, balki O'zbekiston va Markaziy Osiyoning eng qadimiy va yirik bozori hisoblanadi. Bozorning hududi 7 gektarni tashkil etadi. Siyob bozori sayyohlar eng ko'p tashrif buyuradigan joylardan biridir. Uning nomi shaharning tarixiy-geografik tumanlaridan biri - Siyob, shuningdek, bozor yaqinidan oqib o'tuvchi Siyob daryosi nomiga qo'yilgan. «Siyob» so'zi fors-tojikchadan tarjima qilinsa «siyoh ob» - «qora suv/daryo» ma'nosini

¹⁷ UNESCO (2013). World Heritage and Tourism Programme Report, pp. 14, 28.

¹⁸ Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). Destination Brands. Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 45–58.



beradi.

"Buxoroyi Sharif" sifatida tanilgan ushbu shahar ochiq osmon ostidagi muzey bo'lib, Minorai Kalon, Ark qal'asi va o'ziga xos me'moriy majmualar bilan global turizm bozorida "madaniy-tarixiy turizm" brendi sifatida targ'ib qilinadi. Buxoro asllikni va saqlanib qolgan shahar merosini ifodalaydi.

Buxoro — "Qubbatul islom" (Islom gumbazi) unvoniga ega, 700 dan ortiq qadimiy obidalarni o'z ichiga olgan tarixiy shahardir. Eng mashhur yodgorliklar qatoriga Poi-Kalon majmuasi, Ismoil Somoniy maqbarasi, Ark qal'asi, Bahouddin Naqshband majmuasi, Chor Minor, Abdulazizxon madrasasi va Ulug'bek madrasasi kiradi. Ushbu obidalar asosan me'morchilikning noyob namunalari hisoblanib, UNESCO va ICESCO meros ro'yxatlariga kiritilgan.

Poi Kalon majmuasi, jumladan, Kalyon minorasi va masjidi Buxoroning me'moriy ramzi bo'lib xizmat qiladi. Karimovaning so'zlariga ko'ra, Kalyon minorasining tuzulishi O'zbekistonning norasmiy turizm ramziga aylangan.¹⁹ Poi-Kalon majmuasi (XII-XVI asrlar): Buxoroning ramzi hisoblanib, unga Kalon minorasi, Kalon masjidi va Mir Arab madrasasi kiradi.

Ark qal'asi siyosiy va ma'muriy tarixni aks ettiradi. Uning saqlanib qolishi Buxoroning "tirik muzey shahri" sifatidagi tasavvurini mustahkamlaydi.

Shuningdek, Buxoroda joylashgan qator tarixiy obidalari, Bahouddin Naqshband majmuasi: Tasavvuf shayxi Bahouddin Naqshband qabri joylashgan mashhur ziyoratgoh, Chor Minor (1807-yil): To'rtta minorali noyob madrasa binosi, Labi Hovuz majmuasi (XVI-XVII asrlar): Hovuz atrofidagi Ko'kaldosh madrasasi, Nodir Devonbegi madrasasi va xonaqosidan iborat majmua, Mag'oki Attor masjidi: Buxorodagi eng qadimgi masjidlardan biri, Abdulazizxon va Ulug'bek madrasalari: Bir-biriga qarama-qarshi joylashgan me'moriy yodgorliklar kabi yodgorliklar Buxoro bredning asosini tashkil etadi.

Samarqand va Buxorodagi tarixiy yodgorliklar bir nechta brending funktsiyalarini bajaradi:

- Shaxsni shakllantirish – Ular taniqli vizual identifikatsiyani yaratadi.
- Haqiqiylik signali – Meros maqomi ishonch va ishonchlilikni oshiradi.
- Iqtisodiy harakatlantiruvchi kuch – Yodgorliklar xalqaro sayyohlar va investitsiyalarni jalb qiladi.
- Madaniy diplomatiya vositasi – Ular O'zbekistonning global miqyosdagi yumshoq kuchini oshiradi.

BTT ma'lumotlariga ko'ra, madaniy brending uzoq muddatli yo'nalishlar

¹⁹ Karimova, N. (2021). Turizm marketingi va milliy brending. Samarqand, 95 bet.



raqobatbardoshligiga hissa qo'shadi.²⁰

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash mumkinki, Samarqand va Buxoroning tarixiy yodgorliklari O'zbekistonning xalqaro imidjini shakllantiruvchi kuchli turistik brendlar sifatida ishlaydi. YUNESKO tomonidan tan olinishi, ramziy me'moriy identifikatsiya va madaniy identifikatsiya orqali bu shaharlar global turizm bozorida raqobatbardosh mavqega ega bo'ladilar. Merosni saqlash va brending strategiyasining samarali integratsiyasi barqaror turizm o'sishini ta'minlaydi va milliy identifikatsiyani mustahkamlaydi. Samarqand va Buxoro respublikaning turistik salohiyatini oshirish, xalqaro marketingda O'zbekistonni "Ipak yo'li gavhari" sifatida tanitish va turistik infratuzilmani (mehmonxonalar, transport) rivojlantirishda muhim o'rin tutadi.

FOYDALINGAN ADABIYOTLAR

1. Anholt, S. (2007). *Competitive Identity*. London: Palgrave Macmillan, p. 75.
2. Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2005). *City Branding. Place Branding*, 1(3), p. 508.
3. Mirziyoyev, Sh. (2018). 2017-2022 yillarda O'zbekistonni rivojlantirishning 5 ta ustuvor yo'nalishi. Toshkent.
4. Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination Brands*. Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 45–58.
5. Timothy, D., & Boyd, S. (2003). *Heritage Tourism*. London: Pearson, p. 2.
6. UNESCO (2013). *World Heritage and Tourism Programme Report*, pp. 14, 28.
7. UNWTO (2018). *Tourism and Culture Synergies*, Madrid, pp. 21–33.
8. Rasulov, T. (2018). O'zbekistonda madaniy turizm rivoji. Toshkent, p. 63.
9. Karimova, N. (2021). *Turizm marketingi va milliy brending*. Samarqand, pp. 91–95.

²⁰ UNWTO (2018). *Tourism and Culture Synergies*, Madrid, pp. 21–33.