

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
FARG'ONA DAVLAT UNIVERSITETI

**FarDU.  
ILMIY  
XABARLAR**

1995-yildan nashr etiladi  
Yilda 6 marta chiqadi

**2024/3--SON  
ILOVA TO'PLAM**

**НАУЧНЫЙ  
ВЕСТНИК.  
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года  
Выходит 6 раз в год

Exploring the flexibility of adjective order in english: cognitive, pragmatic, and stylistic perspectives.....	873
<b>J.G'.Numonova</b>	
The role of podcasts and audiobooks in language education.....	877
<b>J.G'.Numonova</b>	
The influence of technological advancements on language assessment methods.....	881
<b>O.Z.Dadajonov</b>	
XX asr O'zbek va Nemis dramasida davr va qahramon talqini.....	885
<b>S.A.Yusupova</b>	
The evolution of politeness: a historical analysis of English novels.....	890
<b>N.M.Merganova, N.A.Orifjonova</b>	
Og'zaki nutqning o'ziga hos xususiyatlari.....	894
<b>G.A.To'lanboyeva</b>	
Muloqot va uning xususiyatlari.....	898
<b>S.A.Xaqnazarova</b>	
Abdulla sher ijodida tiplar an'anasi.....	901
<b>N.M.Merganova</b>	
Chet tilda og'zaki nutqni rivojlantirishning yo'llari.....	905
<b>C.X.Azimova</b>	
Категории «Вежливости» в речевых актах высказывания «Отказов», «Отрицаний» и «Удивлений» в русской и американской культурах.....	908
<b>N.A.Komilova</b>	
The representation of gender in English idiomatic expressions.....	911
<b>Y.A.Nasirdinova</b>	
Fransuz navoiyshunosligining global ahamiyati.....	915
<b>Y.A.Nasirdinova</b>	
Aleksandr Papas Alisher Navoiyning "Muhokamat ul-lug'atayn" asari haqida: tasavvufiy yondashuv va tildagi maxfiy kodlar.....	919
<b>S.To'lanov</b>	
Turistik diskursning matnda ifodalanishi.....	923
<b>S.To'lanov</b>	
Turizm va reklama diskurslari: funksional va pragmatik yondashuv.....	927
<b>Y.U.Abdurazzakov</b>	
Zamonaviy sotsiologiyaviy tadqiqotlar sharhi.....	931
<b>I.T.Dehqonov, T.S.Mo'minova</b>	
Fransuz tili darolarida maqol va matallar bilan ishlash usullari.....	934
<b>D.S.Usmonova, Z.A.Anvarjonova</b>	
Challenges in translating Uzbek literature to English.....	938
<b>D.S.Usmonova, N.R.Rajabova</b>	
Using ai in the field of studying english as a second foreign language.....	942
<b>Sh.M.Yusufjonova</b>	
Tarjima lug'atlarida milliy – madaniy xususiyatlar masalasi.....	946
<b>S.A.Xaqnazarova</b>	
Abdulla she'r ijodida g'oyaviy an'ana.....	949
<b>N.A.Nizomova</b>	
Makon yasovchi affikslarning o'zbek va ingliz tillardagi tarjimalari.....	953
<b>G.Astonova, M.M.Kaharova</b>	
O'zbekiston va Germaniyada ta'limni tashkil etishga oid leksik birliklar tavsifi.....	957
G.Astonova Oliy ta'lim tizimiga oid leksik birliklarning ifodalanishi.....	961
<b>N.A.Nizomova</b>	
Makon va zamon tushunchalar o'rtasidagi bog'liklar masalasi.....	966
<b>S.I.Quziyev</b>	
Turizm maqsadlari uchun ingliz tilini o'qitishda interfaol metodlardan foydalanish.....	970
<b>Z.M.Yigitaliyeva</b>	
Mualliflashtirish kategoriyasining matn doirasida o'rganilganligi.....	975
<b>Z.M.Yigitaliyeva</b>	
About the term of persuasion.....	979



UOK: 81'42:338.48+659.1

## TURIZM VA REKLAMA DISKURSLARI: FUNKSIONAL VA PRAGMATIK YONDASHUV

## ТУРИСТИЧЕСКИЕ И РЕКЛАМНЫЕ ДИСКУРСЫ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

## TOURISM AND ADVERTISING DISCOURSES: FUNCTIONAL AND PRAGMATIC APPROACH

To'lanov Sobitjon

Farg'ona davlat universiteti, nemis va fransuz tillari kafedrası o'qituvchisi

**Annotatsiya**

Ushbu maqolada turizm va reklama diskurslarining lingvistik va pragmatik xususiyatlari qiyosiy tahlil qilingan. Diskurs tadqiqotlari fanlararo yondashuvga asoslangan zamonaviy tilshunoslikda asosiy o'rinni egallaydi. Maqolada turizm va reklama diskurslarining o'xshashliklari va farqlari ko'rsatib berilgan, shuningdek, turizm diskursining axborot yetkazish va ishonitirish vazifalari, real ob'ektlarning tavsifi, madaniy va tarixiy jihatlar ustunligi ta'kidlangan. Reklama diskursida esa hissiy jihat, ma'lumotlarning tanlab taqdim etilishi va shaxsiy qadriyatlarga alohida e'tibor berilishi o'rganilgan. Ushbu maqola turizm va reklama diskurslarining lingvistik hodisa sifatida chuqurroq tushunishga yordam beradi.

**Аннотация**

В данной статье проведён сравнительный анализ лингвистических и прагматических особенностей туристического и рекламного дискурсов. Исследование дискурса занимает важное место в современной лингвистике, основанной на междисциплинарном подходе. В статье представлены сходства и различия между туристическим и рекламным дискурсами. Особое внимание уделено информационной и убеждающей функциям туристического дискурса, описанию реальных объектов, культурным и историческим аспектам. В рекламном дискурсе, напротив, акцент сделан на эмоциональные аспекты, выборочное представление информации и личные ценности. Данная статья помогает глубже понять туристический и рекламный дискурсы как лингвистические феномены.

**Abstract**

This article presents a comparative analysis of the linguistic and pragmatic characteristics of tourism and advertising discourses. Discourse studies occupy an essential place in modern linguistics, which is based on an interdisciplinary approach. The article highlights the similarities and differences between tourism and advertising discourses. Special attention is given to the informational and persuasive functions of tourism discourse, the description of real objects, and the dominance of cultural and historical aspects. In contrast, advertising discourse emphasizes emotional aspects, selective presentation of information, and personal values. This article aids in a deeper understanding of tourism and advertising discourses as linguistic phenomena.

**Kalit so'zlar:** diskurs tadqiqotlari, turizm diskursi, reklama diskursi, lingvistik tahlil, pragmatik yondashuv, persuziv funksiya, milliy va madaniy jihatlar.

**Ключевые слова:** исследование дискурса, туристический дискурс, рекламный дискурс, лингвистический анализ, прагматический подход, культурные аспекты, исторические аспекты

**Key words:** discourse studies, tourism discourse, advertising discourse, linguistic analysis, pragmatic approach, persuasion, cultural aspects, historical aspects

**KIRISH**

Diskurs tadqiqotlari fanlararo yondashuvga asoslangan zamonaviy tilshunoslikda asosiy o'rinni egallaydi. "Diskurs tahlili", "diskurs nazariyasi", "matn lingvistikasi" va "diskurs lingvistikasi" kabi terminlar ushbu sohada keng qo'llaniladi. Ushbu yo'nalishning rivojlanishi XX asrning 60-70-yillarida tilshunoslikda kuzatilgan bir qator jarayonlar bilan bog'liq: til va jamiyat o'rtasidagi munosabatlarning murakkabligini tan olish asosidagi gumanitar tadqiqotlar integratsiyasi; jumla tahlilidan "kontekstual matn tahlili"ga o'tish; diskurs pragmatikasining rivojlanishi; diskursga ijtimoiy hodisa sifatida yondashish.

**ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA**

Maqolada turizm va reklama diskurslarining o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilish uchun bir qator metodlardan foydalanilgan. Avvalo, diskurs tahlili yordamida turizm va reklama matnlarining tuzilishi va funktsiyalari o'rganildi. Bu metod orqali har ikki diskursning pragmatik va lingvistik jihatlari aniqlandi. Qiyosiy tahlil esa turizm va reklama diskurslari orasidagi o'xshashliklar va farqlarni taqqoslash imkonini berdi. Lingvistik tahlil metodi yordamida matnlardagi so'zlar, iboralar va gaplar tekshirilib, diskurslarning til xususiyatlari ochib berildi.

Shuningdek, pragmatik yondashuv orqali diskurslarning kommunikativ vazifalari va niyatlari tahlil qilindi, bu esa turizm va reklama diskurslarining asosiy funktsiyalarini aniqlashda muhim rol o'ynadi. Kontent tahlili yordamida esa matnlardagi asosiy mavzular va axborotning taqdim etilish usullari o'rganildi. Madaniy va tarixiy tahlil metodi orqali diskurslarda madaniy va tarixiy elementlarning qanday ifoda etilgani aniqlandi.

### NATIJA VA MUHOKAMA

Diskurs tadqiqotlari tilshunoslikning muhim sohasiga aylanib bormoqda. Diskurs lingvistikasi geterogen bo'lib, yagona yondashuvga ega emas, lekin ikki asosiy yo'nalishni ajratib ko'rsatish mumkin: diskurs nazariyasi (jumladan, nutq aktlari nazariyasi va nutq pragmatikasi) va diskurs tahlili (shu jumladan uni tashkil etish usullari va tamoyillari). E. Benveniste birinchilardan bo'lib "diskurs" so'ziga yangi ma'no berib, uni "so'zlovchilar tomonidan o'zlashtirilgan nutq" deb belgilagan. U nutqni muloqotning ishtirokchilari – ma'ruzachi va tinglovchi bilan, shuningdek, ma'ruzachining qabul qiluvchiga ta'sir qilish uchun kommunikativ niyati bilan bog'laydi. Keyinchalik, "muloqot" tushunchasi nutqning barcha turlariga tarqaldi, pragmatik jihatdan aniqlangan va maqsadi bilan farqlanadi.

Diskurs – og'zaki muloqot bo'lib, uning asosiy omillari R. O. Yakobson tomonidan aniqlangan. N.D. Arutyunova diskursni "hayotga singib ketgan nutq, ekstralingvistik – pragmatik, sotsial-madaniy, psixologik va boshqa omillar bilan uyg'unlashgan izchil matn» deya ta'riflaydi. R. Vodak nutqlarni faqat kontekstda aniqlash, tavsiflash va tushunish mumkin deb hisoblaydi. Zamonaviy tilshunoslikdagi "diskurs" atamasining mazmuni "konseptual ma'nolarning ba'zan kesishgan, ba'zan bir-biridan ajralib turadigan murakkab birikmasidir".

Zamonaviy tilshunoslik diskursning har xil turlarini o'rganishga katta e'tibor beradi. Sotsiallingvistik jihatdan shaxsga yo'naltirilgan va maqomga yo'naltirilgan diskurs ajratiladi. Shaxslaro – personal diskurs bir-biri bilan yaxshi tanish bo'lgan muloqotchilar o'rtasidagi munosabat. Maqomga yo'naltirilgan diskurs – bu "ijtimoiy guruhlar yoki institutlar vakillarining bir-biri bilan, o'rnatilgan ijtimoiy munosabatlar doirasida o'zlarining maqom– rol imkoniyatlaridan kelib chiqqan holdagi o'zaro munosabati".

Hozirgi vaqtda institutsional diskursning siyosiy, ilmiy, ma'rifiy, pedagogik, diniy kabi turlari tasniflangan. Turistik diskurs institutsional diskursning maxsus turlaridan birini ifodalaydi. Uning o'ziga xos xususiyati cheklangan doirasi (turizm sohasi) bo'lib, uning asosiy xususiyati muloqot sodir bo'lgan ijtimoiy institutdir. Turizm sektori bilan bog'liq diskursda quyidagi davlat institutlari:

- turlarni ishlab chiquvchi turoperatorlar;
- turistik xizmatlarni taklif qiluvchi sayyohlik agentliklari;
- turistlarni tashiydigan aviakompaniyalar va transport kompaniyalari;
- turistik mahsulotlarni targ'ib qiluvchi reklama agentliklari;
- turistlar uchun reklama va axborot materiallarini ishlab chiquvchi va nashr etuvchi

tashkilotlar va nashriyotlar va h.k.

Ushbu turdagi diskursni lingvistik hodisa sifatida o'rganish "turizm" terminining ta'rifiga murojaat qilishni o'z ichiga oladi. "Turizm" fransuz tilidan kelib chiqqan termin. Inson ming yillar avval sayohat qilishni boshlaganiga qaramay, "turizm" so'zi faqat XVIII asrning oxirida Angliyada paydo bo'lgan, Fransiyada esa birinchi marta 1816 yilda iste'molga kiritilgan. O'zbek tilining izohli lug'atida "1. Ham dunyoni ko'rish, bilish, o'rganish, ham dam olish maqsadida tashkil etiladigan sayr-sayohat. 2. Organizmni jismoniy chiniqtirish maqsadida uyushtiriladigan jamoaviy yurishlar, safarlar." kabi ta'riflar berilgan.

"Turizm" so'zidan "turist" va "turistik" kabi sifatlari hosil bo'lib, hozirda mutaxassislar o'rtasida qizg'in muhokama qilinmoqda. Mazkur so'zdan turizm diskursi termini yasalgan. Mazkur maqolada ko'rib chiqilayotgan turizm diskursi ommaviy o'quvchini xabardor qilishga qaratilganligi sababli, u ommaviy-axborot maqomiga yo'naltirilgan institutsional diskursga kiritilishi mumkin.

## TILSHUNOSLIK

Pragmatik yo'nalishi (turistik mahsulotni sotish) va axborotning yuqori zichligi tufayli turizm diskursi reklama diskursiga yaqin ekanligini tasdiqlash mumkin. So'nggi yillarda reklama hayotimizning ajralmas va ko'p qirrali qismiga aylandi. Hattoki, ayrim aloqa turlarini reklama sifatida tasniflash yoki ularga reklama kommunikatsiyasiga xos xususiyatlarni kiritish tendentsiyasi ham kuzatilmoqda. Masalan, siyosiy reklama haqida "siyosiy diskurs va reklama diskursining gibrid janri" sifatida qarash mumkin va zamonaviy ijtimoiy-siyosiy tashviqotda reklama argumentlarining paydo bo'lishini eslatish mumkin. Gazeta sarlavhalarining asosiy funksiyalari orasida reklama, ya'ni o'quvchi e'tiborini xabarga, ifodalilikka, jozibalilikka qaratish jihatini ajratib ko'rsatish mumkin.

Biroq, ikki turdagi diskursni qiyosiy tahlil qilish turizm diskursi va reklama diskursi o'rtasida farqlar mavjudligini tasdiqlashga imkon beradi. Birinchidan, turizm diskursining asosiy vazifasi axborot yetkazish va ishonitirishdan iborat. Reklama nutqining o'zida ishonitirish funksiyasi ustunlik qiladi. Unda axborot berish funksiyasi ikkinchi o'rinda turishini ta'kidlaydilar. Ikkinchidan, turizm diskursi har doim real makon va vaqtdagi real ob'yektlarning tavsifini beradi. Reklama esa "boshqa sehrli voqelikning timsolini shakllantiradi, bunda reklama mahsuloti go'yoki sehrli qalpopcha". Shu sababli, reklama nutqida ko'pincha to'qima qahramonlar, sun'iy muhit, sahna ko'rinishi mavjud.

Uchinchidan, turizm diskursida ma'lumotni taqdim etishda madaniy va tarixiy jihatlar, shuningdek, ilmiy ommalashtirish ustunlik qiladi. Ensiklopedik axborot potensial bilimli turistga taklif qilinuvchi ma'lumotlarning asosini tashkil qiladi; turizm diskursi muallifi o'quvchiga qisman yoki to'liq xabarni ikkinchi uzatuvchisi bo'lib, o'zida "badiiy mahorat bilan ilmiy iste'dodni uyg'unlashtiradi". Reklamada esa axborotni taqdim etishda hissiy jihat ustunlik qiladi. Shunday qilib, mahsulotni reklama qilishda biz ko'pincha hissiy qadriyatlar bilan aralashgan madaniy (yoki texnik) qadriyatlarni ataylab sanab o'tamiz. A.Mole reklamani sifatsiz madaniy xabar sifatida ta'riflaydi.

To'rtinchidan, reklama diskursi ma'lumotlarning tanlab taqdim etadi, bu esa ma'lumotni buzib talqin etish, yani manipulyatsiya usullaridan biri sifatida qabul qilish mumkin. Turistik risolalar va loyihalarda esa mualliflar ob'yekt yoki yo'nalish – turistlar uchun ma'lum bir jozibadorlikka ega bo'lgan geografik hududlar haqidagi ma'lumotlarni iloji boricha to'liq ifodalashni maqsad qiladilar.

Beshinchidan, tovarlar va xizmatlarni reklama qilishda shaxsiy qadriyatlarga alohida e'tibor beriladi. Turizm diskursida esa, aksincha, axborot mualliflari milliy va insoniy qadriyatlarga – mehmondo'stlik, barqarorlik (xavfsizlik), axborot, diniy bag'rikenglik, hurmat, harakatchanlik, konservatizm, an'ana, tarbiya, tabiiy va madaniy meros kabilarga murojaat qiladilar.

**XULOSA**

Turizm va reklama diskurslari qiyosiy tahlil qilinganda ularning ma'lum umumiy xususiyatlari mavjudligi aniqlangan. Biroq, yuqorida ta'kidlangan farqlar ularning o'ziga xosligini, xususan, turizm diskursida axborot funksiyasining ustunligi, real potensial voqelik to'g'risida yetarlicha to'liq ma'lumotni taqdim etishini, madaniy, tarixiy va ilmiy-ommabop jihatlarining, shuningdek, insoniy qadriyatlar haqidagi ma'lumotlar taqdimoti ustunligini ta'kidlaydi.

Turizm diskursi va reklama diskursining bir-biridan farqli jihatlari ularga alohida yondashuv talab qiladi. Turizm diskursi aniq va to'liq axborot yetkazishga intilgan holda, turistlar uchun qiziqarli va foydali bo'lgan ma'lumotlarni taqdim etadi. Reklama diskursi esa ko'proq hissiy ta'sir ko'rsatishga qaratilgan bo'lib, mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish maqsadida axborotni manipulyatsiya qiladi. Shunday qilib, turizm va reklama diskurslarini ajratib turuvchi xususiyatlarni aniqlash, ularning o'ziga xos jihatlarni tushunish va tadqiq qilish zamonaviy lingvistikada muhim ahamiyat kasb etadi.

**ADABIYOTLAR RO'YXATI**

9. Погодаева С. А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе. Дис. кан.фил. наук. – Иркутск, 2008. – 234с

10. Maingueneau, D. Elements de linguistique pour le texte litteraire [Text] / D. Maingueneau. - Paris : Bordas, 1990. - 173 p.

11. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика [Текст] / Р. Водак; пер. с англ. и нем. В. И. Карасика и Н. Н. Трошиной. - Волгоград : Перемена, 1997. - 139 с.

12. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) [Текст] : учеб. пособие / Е. Е. Анисимова. - М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 128 с.

13. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] : монография / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002 а. - 390 с.

14. Charaudeau, P. Locuteur [Text] / P. Charadeau // Dictionnaire d'analyse du discours. -Paris : Editions du Seuil, 2002 a. -P.350-352. 278.
15. Charaudeau, P. Strategie de credibilite [Text] / P. Charadeau // Dictionnaire d'analyse du discours. - Paris : Editions du Seuil, 2002 b. - P. 154-155.
16. Chiari, O. Les metiers du tourisme. Cours de francais [Text] / O. Chiari, S. Corbeau, Ch. Dubois. - Paris : Hachette, 1991. - 224 p.