

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

**FarDU.
ILMIY
XABARLAR**

1995-yildan nashr etiladi
Yilda 6 marta chiqadi

**2024/6-SON
ILOVA TO'PLAM**

**НАУЧНЫЙ
ВЕСТНИК.
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года
Выходит 6 раз в год

Ч.Х.Чамолов	
Ифодаи мафхуми ишқ дар шеъри фарзона	435
Е.В.Шевченко	
Особенности историзма в романах пиримкула кадырова	439
Я.И.Нишанов	
Общечеловеческое значение сюжета, касающийся всего человечества	441
E.R.Adjeminova	
Phraseological image and motivational model	444
Н.Д.Ирина	
Влияние философии ницше на русскую литературу начала XX века	447
Н.Д.Ирина	
Литературный стиль и философские идеи в произведениях Франца Кафки: Абсурд, отчуждение и экзистенциальный кризис	453
Я.И.Нишанов	
Место и роль воспевания самой прекрасной истории в творчестве Дурбека	457

TILSHUNOSLIK

I.M.Qo'chqarov	
The grammatical features of speech acts in english	460
A.Z.Nurbek	
O'zbek tilshunosligida nutqiy aktlarga doir tadqiqotlar: usul va yondashuvlar	464
S.A.Yusupova	
Pragmatic use of respect in various communicative contexts	471
S.A.Yusupova	
linguistic expressions of respect in english and japanese	474
Sh.Y.Usmoнова	
Comparative study of landscape terms in english and uzbek	477
M.K.Uktamova	
The main components expressing the meaning of the seme "Character" in english phraseological units	480
D.X.Madazizova	
Badiiy diskursda dialektlar individual nutq yaratuvchi vosita sifatida	483
Sh.B.Karimova	
O'zbek va ingliz tillaridagi son komponentli frazeologizmlarda kvantitativlikning ifodalanishi	488
Sh.B.Karimova	
O'zbek tili va ingliz tillarida kvantitativlik birliklarining sathlararo tahlili	495
Sh.R.Karimjonova	
Semantic analysis of visual cognitive verbs in uzbek and english	500
Sh.B.Dushatova	
Euphemisms representing hidden and mysterious concepts	507
Sh.T.Axmadjonova	
Definition and components of comprehension skills	511
Sh.M.Aripova	
Linguocultural analysis of superstitions	515
Sh.M.Aripova	
O'zbek va nemis tillarida irim-sirimlari bilan bog'liq tushunchalarni ifodalovchi leksemalar tahlili	519
Y.U.Abdurazzakov	
Frazeologik birliklarda jinsiy va yosh identifikatsiyasi: til va madaniyatning o'zaro aloqasi	522
N.X.Alieva	
Interlingual correspondence as a factor in enriching phraseology and identifying isomorphism and allomorphism of languages	525
R.U.Axrorova, M.T.Mamadaliyeva	
O'zbek amaliyotida turistik atamalarni standartlashtirishda ingliz tilining o'rni	530
M.S.G'aniyeva	
O'zbekiston ijtimoiy transformatsiyalashuvi jarayonida gender munosabatlari hamda tadbirkor ayol fenomenining falsafiy talqini	533



UO'K: 811.5

O'ZBEK AMALIYOTIDA TURISTIK ATAMALARNI STANDARTLASHTIRISHDA INGLIZ TILINING O'RNI**РОЛЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СТАНДАРТИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В УЗБЕКСКОЙ ПРАКТИКЕ****THE ROLE OF ENGLISH IN THE STANDARDIZATION OF TOURIST TERMS IN UZBEK PRACTICE****Axrorova Ruzixon Usmanovna¹** ¹Farg'ona davlat universiteti, f.f.b.d., (PhD), dotsent**Mamadaliyeva Moxizar Tursinali qizi²**²Farg'ona davlat universiteti, Amaliy ingliz tili kafedrası 1-kurs tayanch doktoranti**Annotatsiya**

Ushbu maqolada ingliz tilining O'zbekistondagi turistika atamalarini standartlashtirishdagi roli o'rganiladi. Ingliz tilidan olingan terminlarning o'zbek tiliga qanday kirib kelgani, ularning moslashuvi va mamlakatning turizm sohasidagi rivojiga ta'siri tahlil qilinadi. Maqolada, shuningdek, inglizcha anglicizmlarning turistika sohasidagi mutaxassislar va keng jamoatchilik tomonidan qanday qabul qilinishi, ularning funktsional o'rni va sohada yuzaga kelayotgan muammolar, xususan, atamalarni umumlashtirish va tarjima qilishdagi qiyinchiliklar muhokama qilinadi. Natijada, turizm sohasida terminologiyani standartlashtirish bo'yicha tavsiyalar berilib, O'zbekistonning xalqaro turizm bozorida raqobatbardoshligini oshirish yo'llari ko'rsatiladi.

Аннотация

В данной статье анализируется роль английского языка в стандартизации терминов относящихся к туристической терминологии в узбекской практике. Особое внимание уделяется смещению и адаптации английской терминологии и ее воздействию на формирование туристического сектора Узбекистана. Рассматривается функциональная интеграция англицизмов в специализированную лексику, их признание профессионалами и широкой общественностью, а также вопросы перевода и унификации. В заключение даются рекомендации по оптимизации туристической терминологии в целях повышения международной конкурентоспособности Узбекистана в области туризма.

Abstract

This article explores the role of English in standardizing tourist terms in Uzbekistan. An analysis of how English-derived terms have entered the Uzbek language, their adaptation and their impact on the development of the country in the field of tourism is carried out. The article also discusses how English anglicisms are perceived by experts in the field of turistics and the general public, their functional role and the problems that arise in the field, in particular, difficulties in generalizing and translating terms. As a result, recommendations for standardization of terminology in the field of tourism are given and ways to improve Uzbekistan's competitiveness in the international tourism market are indicated.

Kalit so'zlar: turizm, agroturizm, terminologiya, leksik va semantik daraja.**Ключевые слова:** туризм, терминология, агротуризма, лексический и семантический уровень.**Key words:** tourism, agrotourism, terminology, lexical and semantic level.**KIRISH**

Zamonaviy jamiyat hayotning barcha sohalarini texnologiyalashtirishning faol jarayonini boshdan kechirmoqda, bu fan va texnikaning jadal rivojlanishi bilan birga keladi. Ushbu omillar ijtimoiy tuzilishda sezilarli o'zgarishlarni keltirib chiqaradi va turli xil ijtimoiy-siyosiy tendentsiyalarning kontseptual apparatini murakkablashtiradi. Ommaviy axborot vositalari jamiyatni axborotlashtirishda muhim rol o'ynaydi, ilmiy-texnik va iqtisodiy yutuqlarni har kuni televidenie, Internet, gazeta va jurnallarda yoritib boradi. Til yanada to'yingan bo'lib, ilmiy-texnik taraqqiyotning o'sishi bilan yangi atamalar soni ortib bormoqda.

TILSHUNOSLIK

Tilshunoslikda terminologiyaga chuqur e'tibor atamalarni xalqarolashtirish va ularni o'rganishga yondashuvlarni ishlab chiqish zarurati bilan bog'liq. Tilshunoslar tobora ko'proq ixtisoslashgan terminologiya tizimlari muammolariga murojaat qilmoqdalar, bu ilmiy ma'lumotlarning o'sib borishi, integratsiya jarayonlari va terminologiyaning faol rivojlanishi bilan bog'liq. Terminologik masalalarni samarali hal etish atamalarni milliy tilning tabiiy qismi sifatida o'rganishni talab qiladi. +Ushbu atama maxsus bilimlarning tashuvchisi sifatida ilmiy aloqaning muhim elementi bo'lib, aniq ta'rifni talab qiladi. Bu tilning leksik tizimining bir qismini tashkil etuvchi ma'lum bir ilmiy yoki texnik sohada aniq ma'noga ega bo'lgan so'z yoki ibora. Atamalar bir ma'noli bo'lib, ularni semantikasi kontekstga bog'liq bo'lgan boshqa so'zlardan ajratib turadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Terminologiya - bu tegishli og'zaki iboralarda mustahkamlangan ilmiy tushunchalar tizimi va tilning umumiy leksik tizimining quyi tizimi hisoblanadi. So'z terminologik muhitga kirganda, u aniq mazmunga ega bo'ladi. Atamalar ilmiy va ishlab chiqarish faoliyati jarayonida yaratiladi va ma'lum kontekstdagi mutaxassislar o'rtasida xizmat qiladi. Shunday qilib, noaniqligi lingvistik yoki situatsion kontekst bilan ta'minlangan oddiy so'zlardan farqli o'laroq, atamalar ma'lum bir terminologiyaga mansubligi tufayli aniqligini saqlaydi.

Bu atama turli terminologik tizimlarga kiritilishi mumkin, bu esa fanlararo omonimiyaga olib keladi (masalan, falsafa, huquqshunoslik va fonetikada). Ilmiy bilim tilning bir qismiga aylanib, uning semantik tizimiga ta'sir qiladi. Atamalar tor professional foydalanishdan tashqariga chiqadi va ona tilida so'zlashuvchilarning keng doirasi uchun tushunarli bo'ladi.

Turizm sohasi, ayniqsa, xalqaro turizmning tarixiy ta'siri bilan bog'liq bo'lgan ingliz tilidan olingan o'zlashma so'zlardan faol foydalaniladi. Biroq, fransuz, nemis va boshqa o'zlashgan so'zlari ham qo'llaniladi. Hozirgi kunda ichki turizm turistik xizmatlarni huquqiy tartibga solish va amaliy foydalanishni murakkablashtiradigan yagona tushunchalar tizimining yo'qligi muammosiga duch kelmoqda. Turizm faoliyatining barcha ishtirokchilarining samarali o'zaro ta'siri uchun yagona terminologiya zarur.

Turizmda o'zlashma so'zlardan foydalanish xorijiy davlatlar bilan ijtimoiy-iqtisodiy aloqalar va yagona xalqaro aloqa zarurati bilan bog'liq. "Hostel" yoki barchasi inklyuziv" kabi o'zlashgan atamalar ko'pincha o'zbek tilida qisqa analoglarning etishmasligi tufayli asl shaklini saqlab qoladi. To'g'ridan-to'g'ri o'zlashma so'zlar bilan bir qatorda, turizm haqiqatlariga moslashtirilgan o'zbek neologizmlari paydo bo'ladi, bu tilni boyitadi va xalqaro darajada tushunarli bo'lgan yagona terminologik bazani yaratishga hissa qo'shadi.

Shunday qilib, turizm sohasida o'zlashma so'zlardan foydalanish ham kasbiy ehtiyojlar, ham ijtimoiy-psixologik omillar bilan bog'liq. Xorijiy so'z birikmalarining kiritilishi globallashtirish va jahon hamjamiyatiga qo'shilish bilan bog'liq tabiiy jarayondir. Professional lug'atni yangi atamalar bilan yangilash jarayoni doimiy va muqarrar. Turli xil bilim sohalarida terminologiyaning rivojlanishi yangi leksik birliklarni tashkil etuvchi mutaxassislarning faol ishi bilan belgilanadi. Shu tufayli terminologiya o'zining mustahkamligini saqlaydi. Dastlab tor professional doiralarda qo'llanilgan o'ziga xos atamalar asta-sekin kundalik tilning bir qismiga aylanib bormoqda va kengroq auditoriya uchun tushunarli.

Yurtimizdagi tarixiy va ijtimoiy sharoitlar xalqaro sayyohlik aloqalarining asosi bo'lgan boshqa tillardan, ayniqsa ingliz tilidan kirib kelgan atamalarni faol ravishda olishga yordam berdi. Biroq, terminologiyani birlashtirish jarayoni fransuz, nemis va boshqa tillarga ham ta'sir qiladi.

NATIJA VA MUHOKAMA

Bugungi kunda ichki turizmning asosiy muammosi tushunchalar va ta'riflarning yagona tizimining yo'qligi. Bu turizm amaliyotidagi munozarali masalalarni ko'rib chiqayotgan tadqiqotchilar uchun ham, yuridik organlar uchun ham qiyinchiliklar tug'diradi. Qonun bilan tartibga solinadigan har qanday faoliyatning muvaffaqiyatli ishlashi uchun jarayonning barcha ishtirokchilari rioya qilishlari kerak bo'lgan umumiy terminologiya bazasi zarur. Ushbu tizimga qat'iy rioya qilish atamalardagi nomuvofiqliklarni yo'q qiladi, uning yo'qligi esa sayyohlik xizmatlaridan foydalanuvchilar uchun salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

Turizm sohasida o'zlashgan atamalardan faol foydalanish chet ellik sheriklar bilan yaqin aloqalar va Evropa hamjamiyatiga qo'shilish istagi kabi ekstralingvistik omillar bilan izohlanadi.

Qarzga olingan atamalarning universalligi muhim omil hisoblanadi: bunday so'zlar har qanday mamlakatda tarjimasiz osongina qabul qilinadi va tushuniladi.

Masalan, atama "hostel" ingliz tilidan olingan hostel- mehmonxona va qisqa yoki uzoq muddatga turar joy beruvchi turar joy turini bildiradi. Ushbu professional soha terminologiyasini boyitishning bir necha yo'li mavjud. Eng samaralilaridan biri bu tilda ekvivalent so'zlar yoki iboralar bo'lmaganda paydo bo'ladigan neologizmlarni yaratishdir. Neologizmlar leksik tizimga kirib, so'z shakllanishi darajasida kuzatilishi mumkin bo'lgan tizimli aloqalar bilan tavsiflanadi. Ular inson faoliyatining turli sohalarida, shu jumladan turizm sanoatida shakllanadi. Yangi atamalarning izchilligi ularning funktsiyalarida ham namoyon bo'ladi. Ko'pgina tadqiqotchilar turistik neologizmlarni leksik va semantik guruhlariga bo'lishni taklif qilishadi.

1. Turistlarning turlari: *Flashpacker* ("flash" –backpacker" – ryukzak bilan backpacker) – qulaylik va hashamatni afzal ko'rgan sayyoh va to'kin sochinlikda sayohat qilish. *Mehnat sayyohi* – bir mamlakatda ishlaydigan va boshqa mamlakatda yashaydigan kishi.

2. Sayohat turlari: *Mancation* («man» - "erkak" va "vocation" – "ta'til") – faqat erkaklar uchun dam olish. *Staycation* ("stay" – "qolish" va "vocation" « – "ta'til") – ta'tilni uyda o'tkazish.

3. Turistik atamalar: *Belgilangan to'y* - shahar tashqarisidagi o'tkiziladigan to'y, ko'pincha mashhur dam olish joylarida. *Shoulder season* - turistik talabning eng yuqori va past davri o'rtasidagi oraliq mavsum.

XULOSA

Turizm terminologiyasi doimiy ravishda yangilanib, yangi qoidalarni o'rnatadi. Ba'zi atamalarni ishlatish oson, boshqalari qiyin. Masalan, evropalik sayyohlar orasida mashhur ibora all inclusive-"hamma narsa inklyuziv" bo'lib, ko'pincha "hamma narsa ichiga kiritilgan" deb barcha xizmatlar kiritilgan manoda ishlatiladi. Assimilyatsiya darajasiga ko'ra atamalarning bir nechta guruhlarini ajratish mumkin. Birinchisiga "hostel", "hotel", "layner" va "cruise" kabi nominativ funktsiyali tushunchalar kiradi. Ingliz tilidagi murakkab atamalarning grafik dizayni qat'iy qoidalarga ega emas: ular defis bilan birgalikda yoki alohida yozilishi mumkin, bu leksik birliklar sonini ko'paytiradi va ularni o'rganishni murakkablashtiradi. Masalan, "time-share" vaqtinchalik egalik tushunchasini anglatadi. Shuningdek, "customhouse", (bojxona) kabi imloga ega atamalar mavjud. Bu iboralarning murakkab so'zlarga aylanish tendentsiyasini ko'rsatadi.

Turizm sanoatining nisbatan yangiligi va o'zbek tilidagi ko'plab atamalar nutqda faol ishlatilganligi, ammo lug'atlarda hali qayd etilmaganligi bilan tasdiqlanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, o'zbek tiliga qaraganda ingliz tilida turizm bo'yicha ixtisoslashgan lug'atlar ko'proq. Biroq, o'zbek tilida "tur" ildiz morfemasi bilan atamalar ingliz tiliga qaraganda "tur" bilan ancha ko'p, bu tillarning grammatik tizimlaridagi farqlar bilan bog'liq. Ingliz tilida "tour" so'zi ot va fe'l sifatida ishlatiladi, o'zbek tilida esa "tur" faqat ot shakliga ega.

Etimologik tahlil shuni ko'rsatadiki, "tur" va "tour" atamalari ham o'zlashgan so'zlar hisoblanadi. Shu bilan birga, inglizcha "tour", "tourist" va "tourism" leksemalari lug'atlarda o'zbek tilidagi "tur", "turist", "turizm" ga qaraganda ancha oldin qayd etilgan bo'lib, bu turizmning keyingi faoliyat sohasi sifatida paydo bo'lganidan dalolat beradi.

O'zlashma so'zlarning tanqidining kuchayishiga qaramay, o'zbek sayyohlik terminologiyasidagi Anglikizmlar tilni boyitib boryabdi. Bu nafaqat to'g'ridan-to'g'ri o'zlashtirish, balki turizmdagi yangi hodisalarni bildirish uchun o'zbek neologizmlarining yaratilishi bilan ham bog'liq.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. – Butterworth Heinemann, 1997. – 318 p.
2. Alexandrova A.Yu. International tourism. – M.: Aspect Press, 2002. – 464 p.
3. Walker John R. Leading into Hospitality. – M.: Unity Publishing Association, 1999. – 463 p.
4. Gak, V. G. (1977). Comparative typology of French and Russian languages. JL: Enlightenment.
5. Sviridenko, Y. P., & Goikhman, O. Ya. (Eds.). (2008). Service and tourism: Dictionary-reference. M.: Alfa-M.
6. Agorni Mirella, "Issues of Mediation in the Translation of Tourist Texts," in *Minding the Gap: Studies in Linguistic and Cultural Exchange*, ed. Baccolini R., D. Chiaro, K. Rundle and S. Whitsitt, Bologna, University of Bonomia Press. 2011.