

## **O'ZBEK INGLIZ TILLARIDA TURIZM SOHASIGA OID TERMINLARNING QIYOSIY TIPOLOGIYASI**

*Isroil Abdalimov*

*Guliston davlat universiteti tayanch doktoranti*

*E-mail: [abdalimovisroil@gmail.com](mailto:abdalimovisroil@gmail.com)*

Bugungi kunda yurtimizda o'zbek ingliz tillarida turizm sohasiga oid terminlarning qiyosiy tipologiyasi hamda turizm sohasini rivojlantirishga oid ko'plab chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Unga ko'ra O'zbekiston Respublikasining 18-iyul 2019 yildagi O'RQ-549-son "Turizm to'g'risida"gi Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Turizm, madaniyat, madaniy meros va sport sohaslarini yanada rivojlantirish uchun qo'shimcha sharoitlar yaratish to'g'risida"gi 2022 yil 15-yanvardagi PF-52 son Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Turizm va madaniy meros vazirligi faoliyatini tashkil etish to'g'risida"gi 2022-yil 18-fevraldagi PQ-135-sonli qaroriga muvofiq bir qator dastur, loyiha va ilmiy-tadqiqot ishlari olib borilmoqda. Turizmga oid terminlar tizimlarini aniqroq tavsiflash uchun ushbu fan sohasidagi atamalarning tasnifini ishlab chiqish kerak va shunga ko'ra, tasnif asoslarini tanlash kerak. Bunday asoslardan biri so'zning ma'lum bir faoliyat sohasiga bog'liqligi bo'lishi mumkin. Oldin ishlab hiqilgan turizmga oid atamalarning tasniflari to'g'risida ko'proq to'xtalib o'tamiz.

Turizm bir-biri bilan muloqotda bo'lgan xalqlar, tillar va madaniyatlarning xilma-xilligi bilan bog'liq bo'lgan, tarjimaga kundalik ehtiyoji muhim bo'lgan sohalardan biridir. Zamonaviy dunyoda muloqot shunchaki muloqot emas, bu o'zaro axborot, resurslar va imkoniyatlar almashinuvidir. Muloqot qilish qobiliyati zamonaviy jamiyatda barkamol rivojlanish qobiliyatiga tenglashtiriladi. Muloqot jarayonida aytilgan so'zlar bizning haqiqatimizni ma'lum bir shaklda shakllantiradi. So'zlarni tanlashda aniqlik va ularning hissiy rangi, suhbatdosh uchun zatiladigan

ma'lumotlarning "tozaligi" aloqa jarayoni ishtirokchilariga va atrofdagi voqelikka ta'sir qiluvchi energiya-axborot maydonini tashkil qiladi. Shunday qilib, to'g'ri muloqot jarayoni aniq bo'ladi ulkan ijodiy salohiyatga ega bo'lishi mumkin. O'z mamlakatingizda bir xil mentalitetga ega odamlar bilan muloqot qilish muloqotning mumkin bo'lgan variantlaridan biridir. Ushbu format o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bir tomondan, bir xil mentalitetdagi odam bilan muloqot qilish oson ko'rinishi mumkin, chunki muloqot ona tilida bo'ladi. Ammo, shu bilan birga, bir xil mentalitetga ega bo'lganlar bir-birlarini yanada nozik his qiladilar va natijada ular o'zaro munosabatlardan chuqurroq "saboqlar" olishlari mumkin. Chet elga, mahalliy aholisi boshqa tilda gaplashadigan mamlakatlarga sayohat qilishda muloqot jarayoni, bir tomondan, qiyin bo'lib tuyulishi mumkin, chunki bu chet tilida gapirish uchun bilim, ko'nikma va malakalarni talab qiladi. Biroq, boshqa tomondan, mahalliy aholining boshqa tillari bilan bir qatorda, bu mutlaqo tabiiydir, shuningdek, boshqa mentalitetga ega. Shu munosabat bilan aloqa jarayoni yanada "yuzaki" bo'lishi mumkin. Buning sababi aloqadagi sheriklarning dunyoqarashi, munosabati va qiymatqonunchilik bazasidagi farqlar bo'lishi mumkin. Ammo shu bilan birga, sayohat shunday ajoyib rivojlanish xususiyatiga egaki, buning natijasida odamga o'ziga tashqi tomondan qarash imkoniyati beriladi. Boshqa mamlakatning g'ayrioddiy yangi atmosferasida siz o'zingizning mentalitetingizning o'ziga xos xususiyatlarini, naqshlari va muayyan xatti-harakatlar namunalarini aniq ko'rishingiz mumkin. Xalqaro turizm sohasini o'rganish davomida madaniyatlararo almashinish, uni o'rganish ham yuzaga keladi. Pereyro (2009) fikriga ko'ra, ilmiy adabiyotlarda, shuningdek, turizm bozorida madaniy turizm atamasining 10 ta istiqboli va qo'llanilishini kuzatish mumkin:

1. Madaniy turizm psixosotsial tajriba sifatida;
2. Madaniy turizm madaniyatni bozorga aylantirish jarayoni sifatida;
3. Madaniy turizm nostalgia tendensiyasi sifatida;
4. Madaniy turizm qiziquvchanlik va o'rganish sifatida;
5. Madaniy turizm "boshqaga" o'tish sifatida;
6. Madaniy turizm zamonaviy ziyorat sifatida;

7. Madaniy turizm tarixiy-madaniy diqqatga sazovor joylarni izlash sifatida; 8. Madaniy turizm madaniyat vakillari sanoati sifatida;

9. Madaniy turizm sayohatning o'ziga xos shakli sifatida; 10. Madaniy turizm madaniyatni iste'mol qilishning o'ziga xos usuli sifatida. Ushbu murakkab hodisa so'nggi o'n yilliklarda o'zgardi va madaniy burilish, harakatchanlik, ijodiy burilish va kuratorlik burilishlarini boshdan kechirdi (Richards, 2006; Duxbury & Richards, 2019; Richards, 2021). Madaniy turizmning yangi istiqbollari madaniy turizmning "yaxshi turizm" va "muqobil turizm" kabi oldingi konseptual va axloqiy g'oyasini o'zgartirdi: → Ijodiy turizmدا sayyoh, san'at va hunarmandchilik, badiiy dizayn, oziq-ovqat va gastronomiya, salomatlik, tillar, ma'naviyat, tabiat va mahalliy sport turlarini o'rganishi mumkin bo'ldi; Sayyohlar nuqtai nazaridan madaniyat va tabiat o'rtasidagi ko'proq aloqalar; → Madaniy turizmni tadbir va festivallashtirish; → Madaniy turizm sohasida yangi bo'shliqlar va ixtisoslashuvlar mavjud: meros turizmi; oziq-ovqat turizmi; kino turizmi; adabiy turizm; musiqa turizmi, mahalliy turizm; → Nomoddiy madaniy merosga ko'proq talab va tajribalarni birgalikda yaratish; madaniy turizm sohasi doimiy ravishda o'zgarib turadi va yangi madaniy yo'nalishlar va kun tartibini o'z ichiga oladi. Ingliz tili va boshqa tillarda turizm atamalarining shakllanishi va rivojlanishi. Xalqaro turizmni rivojlantirish sohada professional muloqotni oshirishga imkon berdi. Turistik sohadagi muloqot jarayonining umumiy ishtirokchilari sayyohlik sohasi mutaxassislari, sayyohlar va mahalliy aholi hisoblanib kelgan. "Turizm" so'zining kelib chiqishi professional turizm tadqiqotchilarini ham, sayohat ishqibozlarining keng ommasini ham qiziqtirgan va ko'pchilik bu atamaning vatani Fransiya deb da'vo qiladilar, boshqalar esa Angliya deb tahmin qilishadi. Bu savolga javob topish uchun turizm mutaxassislari va filologlarning sa'y-harakatlarini birlashtirish zarurdek tuyuladi. Sayohat tushunchasi asosida turizm tushunchasi shakllangan. Bu 19-asrgacha yaratilgan adabiyot sayohat va sayohatchilar haqida. Masalan, qadimgi rus yodgorliklarida sayohat so'zlari 14 -asr matnlarida allaqachon qayd etilgan. Gap turizm va sayyohlar haqida emas, balki sayohat va sayyohlar haqida M.Monten o'zining "Ocherklar"ida (1580, "Bekorona" bobida) va

F.Bekon "Ocherklar yoki axloqiy va siyosiy ko'rsatmalar"da (inshoda) qayta-qayta eslatib o'tadi. 1597 "Sayohat haqida") Agar turizm va sayyohlar haqidagi bu tushunchalar o'sha davrlarda mavjud bo'lganida, tegishli so'zlar, albatta, qomusiy olimlarga ma'lum bo'lar va ular tomonidan qo'llanilishi mumkin edi. Ushbu nashr mualliflari tomonidan olib borilgan tadqiqotlar turistik atamalarning paydo bo'lishining quyidagi xronologiyasini qurishga imkon beradi. Tilshunos olimlarning fikricha, sayr, sayohat ma'nosini bildiruvchi tur so'zi fransuzcha. Ehtimol, u fransuz tilidan ingliz tiliga olingan. 19-asrgacha, katta ehtimol bilan, turist so'zi ingliz va fransuz adabiy tillarida mavjud emas edi. "Le Nouveau Petit Robert" lug'atida birinchi navbatda fransuz tilidan ingliz tiliga o'zlashtirilgan tur otiga asoslanib, sayohatni amalga oshiruvchi shaxsning ismi turist sifatida paydo bo'lganligi haqida xabar berilgan. Uning birinchi yozma yozuvi 1800 yilga to'g'ri keladi 1803 yilda bu so'z fransuz yozma nutqiga o'tdi. Ingliz va fransuz tillarida "sayohat" degan ma'noni anglatuvchi *tourism* va *tourisme* nominatsiyalari ancha keyin paydo bo'lgan. Ingliz va fransuz manbalarida turizm leksemasining ingliz tilida paydo bo'lishi XIX asr boshlariga to'g'ri keladi. (1805-1815). Va bu so'z frantsuz tiliga ingliz tilidan keyinroq kirdi. Har holda, u yozma shaklda faqat 1841 yildan beri ma'lum. Demak: tur – fransuzcha, turist – inglizcha, turizm – inglizcha so'z. Turizm so'zining butun sayyora bo'ylab tez tarqalishiga va shu bilan birga turizm atamasining paydo bo'lishiga 1841 yilda Angliyada Frantsiya, Italiya, Misr, AQSh va boshqa mamlakatlarga sayohatlar uyushtirgan Tomas Kuk sayyohlik idorasining tashkil etilishi yordam berdi. Bir necha yil ichida Tomas Kukning izdoshlari paydo bo'ldi. 19-asrning oxiriga kelib ko'pgina Yevropa mamlakatlarida turizm xizmatlarini ko'rsatishga ixtisoslashgan agentliklar yaratildi. 19-asr oxirida Yevropa va AQShda sayyohlar soni yuz mingdan ortiqni tashkil etdi. Tomas Kuk va Son sayyohlik agentligining o'zi 1867 yilda butunjahon ko'rgazmasi uchun Parijga 20 mingdan ortiq inglizlarni yubordi. Umuman olganda, ko'rgazmaga turli mamlakatlardan 9 millionga yaqin kishi tashrif buyurdi. Shunday qilib, turizm so'zi tezda butun dunyoga tarqalib, xalqaro atama maqomini oldi. Turist va turizm tushunchalarining Yevropa tillarida aks

etishi: Turist va turizm so'zlari: турист, туризм - rus tilida, tourist, tourism - ingliz tilida, turisto, turismo- ispan tilida, turiste, turismo- italiyan tilida, touriste, tourisme - fransuz tilida. O'zbek tilida turizm atamalarining shakllanishi va rivojlanishi. O'zbek tilidagi turizm terminologiyasi shakllanish bosqichida bo'lib, turizm sohasining rivojlanishi natijasida uning tarkibi boshqa maxsus bo'linmalar bilan boyib bormoqda. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining 1999-yil 20-avgustda "Turizm to'g'risida Qonun" qabul qilinishi ham mamlakatimizda turizmga qaratilgan Turizmning vatani Angliya bo'lganligi va ingliz atamalarining xalqaro terminologiyada yetakchi mavqei egallaganligini hisobga oladigan bo'lsak, o'zbek tilidagi turistik atamalarning ko'proq foizini inglizcha so'zlar tashkil etishi tabiiy. "Til va jamiyat bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, jamiyatda sodir bo'ladigan barcha o'zgarishlar uning tilida o'z ifodasini topadi. Bu esa, o'z navbatida, til qatlami lug'atini yangi leksik (frazologik) birliklar bilan boyitishini ta'minlab, lingvomadaniy muhitda barqaror rivojlanishni ta'minlaydi. O'zbek tilining turistik terminologiyasining shakllanishi va rivojlanishida quyidagi nonlingvistik omillar muhim ahamiyat kasb etadi.

**Xulosa.** Shuni ta'kidlash joizki, o'zbek ingliz tillarida turizm sohasiga oid terminlarning qiyosiy tipologiyasi turizm sohasiga oid materiallar tarjimasida aynan bitta metoddan foydalanib mukammal tarjima qilib bo'lmashligi aniq, chunki iste'molchi odatda sohaning mutaxassisi emas balki nomutaxassis aholi hisobdanadi. Shu sababli turizmga oid materiallarning madaniy jihatlarini saqlab qolgan holda tarjima qilishda tarjima metodlaridan kerakli o'rinda foydalanish tarjimondan yuqori bilim va ko'nikma talab qiladi. Shu sababli turizm sohasiga oid terminlarni tarjima qilishda so'zma-so'z tarjimadan foydalanish kutilgan natijaga erishishda yordam bermaydi. Tarjimadan maqsad lingvistik nomutaxassis bo'lgan iste'molchiga ma'lumotni tushunarli holatdayetkazibberishdir. Sayyohlik materialini madaniy jihatdan ma'lumot holatini saqlab qoluvchi oralikni to'g'ri toppish muhimdir. Bu esa madaniylashtirish, ajnabiylashtirish va neytrallashtirish texnikalarini to'g'ri qo'llashni talab qiladi.

**REFERENCES:**

1. Tuxliyev, B. Safarov. Turizm asoslari -T.: „Yangi nashr" 2012
2. Aliyeva M. T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. – T.: Moliya, 2005.
3. Mirzayev M. A. Turizm asoslari. Ma’ruzalar matni. – T., 2005
4. Pardayev M. Q.
4. Бушуй А.М. Язык и действительность. Ташкент, Фан, 2005. - 144с.
5. Bafoevna, N. D. (2023). Theolinguistics in Modern Religious Discourse. INTERNATIONAL JOURNAL OF LANGUAGE LEARNING AND APPLIED LINGUISTICS, 2(3), 18-21.
6. Kaipbergenova, D. (2017). THE IMPORTANCE OF MATERIAL DESIGNING IN LANGUAGE TEACHING. ВЕСТНИК КАРАКАЛПАКСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ БЕРДАХА, 34(3), 62-63.
7. Kaipbergenova, D. (2016). СНЕТ ТИЛИ О’QITUVCHILARINING KASBIY VAZIFALARI VA PEDAGOGIC MAHORATI HAQIDA. ВЕСТНИК КАРАКАЛПАКСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ БЕРДАХА, 33(4), 48-50.
8. Каипберганова, Д. О. (2020). СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ НА ОСНОВЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ. In Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования (pp. 211-213).