

**INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARIDA TURIZMGA OID TIL
BIRLIKLARINING STRUKTURAL-SEMANTIK VA
LINGVOKULTUROLOGIK TADQIQI**

Maxmudova Nozimaxon Zoxidjon qizi

*Andijon davlat chet tillari institute Ingliz filologiyasi,
o‘qitish meto‘dikasi va tarjimashunoslik fakulteti 202-guruh talabasi*

Annotatsiya: Mazkur maqola ingliz va o‘zbek tillarida turizmga oid til birliklarining struktural-semantik va lingvokulturologik xususiyatlarini o‘rganishga bag‘ishlangan. Ingliz tili xalqaro turizmga yetakchi vosita bo‘lsa, o‘zbek tili milliy turizmni rivojlantirishda alohida ahamiyatga ega. Tadqiqotda terminologiya, frazeologiya va reklama matnlari lingvistik va madaniy jihatdan tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: turizm tili, lingvokulturologiya, struktural-semantik tahlil, ingliz tili, o‘zbek tili, til birliklari, madaniy xususiyatlar.

Hozirgi globallashib kelayotgan davrda har bir davlatda turizm sohasini rivojlantirishga oid ko‘plab chora-tadbirlar, istiqbolli rejalar ishlab chiqilmoqda. Unga javoban 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 sohalarini 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 faoliyatining olib borilishi yaqqol namunadir. Hozirgi davrda turizm faqatgina iqtisodiy foyda keltiruvchi soha emas, balki madaniyat va tilning rivojlanishiga ham bevosita ta‘sir ko‘rsatmoqda. Turizm sayohatlar orqali turli millatlar madaniyati va qadriyatlarini birlashtiruvchi vositaga aylangan. Bunday jarayonda til asosiy kommunikatsion ko‘prik sifatida xizmat qiladi [1]. Xalqaro turizmning rivojlanishi ingliz tilini kommunikatsiyaning global vositasiga aylantirdi. Bu tilning xalqaro standartdagi terminlari, reklama matnlari va boshqa lingvistik birliklari har qanday turist tomonidan oson qabul qilinadi. Shu bilan birga, har bir mamlakat o‘zining milliy tili va madaniyatini saqlab qolish uchun o‘z tilida turizm xizmatlarini rivojlantirishga e‘tibor qaratmoqda. O‘zbekiston ham bu borada faoliyat olib borib, o‘zbek tilining turizm bilan bog‘liq til birliklarini takomillashtirishga harakat qilmoqda [2]. Ushbu tadqiqotning dolzarbligi shundaki, turizmga oid lingvistik tadqiqotlar, bir tomondan, kommunikatsiya jarayonlarini soddalashtirishga xizmat qilsa, boshqa tomondan esa,

madaniy merosni targ‘ib qilish vositasi sifatida muhim ahamiyat kasb etadi. Ingliz va o‘zbek tillari o‘rtasidagi struktural-semantik hamda lingvokulturologik farqlarni o‘rganish tilshunoslikning dolzarb yo‘nalishlaridan biridir. Ushbu tadqiqot xalqaro va milliy madaniyatni o‘zaro taqqoslash imkonini beradi. Mazkur maqolaning asosiy maqsadi ingliz va o‘zbek tillarida turizmga oid til birliklarining struktural-semantik va lingvokulturologik xususiyatlarini tahlil qilishdir. Ushbu tadqiqot doirasida terminologiya, frazeologik birliklar, reklama matnlari va madaniy kodlarning ifodalanishi o‘rganiladi.

Dastlab, “Turizm” so‘zi va “Lingvokulturologik tadqiq” so‘zlarining ma‘nosi va uning vazifalari haqida ma‘lumot berib o‘tsak.

Turizm — bu insonlarning doimiy yashash joyidan boshqa hududlarga vaqtincha safar qilishlari va bu davrda madaniy, dam olish yoki boshqa maqsadlarni amalga oshirishga qaratilgan faoliyatidir. Turizm faoliyati odatda quyidagi asosiy yo‘nalishlarga bo‘linadi:

Dam olish turizmi: plyajlarda dam olish yoki tabiiy go‘zalliklarni tomosha qilish.

Madaniy turizm: tarixiy joylarni ziyorat qilish, milliy festivallar va urf-odatlar bilan tanishish.

Biznes turizmi: konferensiyalar va xizmat safari kabi maqsadlarda safar qilish.

So‘zning kelib chiqishi lotin tilidagi “tornare” (aylanish) va fransuz tilidagi “tour” (sayohat) so‘zlariga borib taqaladi. Bugungi kunda turizm iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy jihatdan eng muhim sohalardan biriga aylangan[3].

Lingvokulturologik tadqiq nima?

Lingvokulturologiya — til va madaniyatning o‘zaro ta‘sirini o‘rganuvchi fan sohasi. Bu yo‘nalishda tadqiqotlar til birliklarida milliy madaniyat, urf-odatlar, qadriyatlar va madaniy meros qanday aks etishini o‘rganadi.

Lingvokulturologik tadqiqotning asosiy vazifalari:

1. *Til va madaniyatni bog‘lash: Biror tilning leksik, semantik va frazeologik birliklari orqali u xalqning madaniyatini aks ettiradi.*

2. *Milliy xususiyatlarni aniqlash: Til orqali xalqning dunyoqarashi, qadriyatlari va tarixiy an‘analari o‘rganiladi.*

3. *Madaniy kodlarni tahlil qilish: Masalan, o‘zbek tilidagi "mehmondo‘stlik" tushunchasi til birliklarida qanday ifodalandanligini aniqlash.[4]*

Misol: Ingliz tilidagi “home” (uy) so‘zi oila va shaxsiy makonni aks ettiradi.

O‘zbek tilidagi “uy” esa shaxsiy makondan tashqari oilaviy birlik va mehmondo‘stlik bilan bog‘liq madaniy qadriyatlarni ham o‘zida mujassam qiladi.

Shu bois lingvokulturologik tadqiqot tilning faqat lingvistik xususiyatlarini emas, balki uning madaniy va tarixiy jihatlarini ham tahlil qilishni o‘z ichiga oladi.

Turizm til birliklarining struktural-semantik tahlili: Terminologiya va uning xususiyatlari- Ingliz tilida turizm bilan bog‘liq terminologiya xalqaro darajada qo‘llaniladi. Masalan, “tourism”, “tourist destination”, “itinerary” kabi so‘zlar universal xarakterga ega. Ushbu atamalar xalqaro hujjatlarda va kommunikatsiya jarayonlarida keng ishlatiladi [5]. Ingliz tilidagi terminlar ko‘pincha qisqa, lo‘nda va bir ma’noli bo‘lib, ularning semantik maydoni keng.

O‘zbek tilida esa ushbu terminologiya asosan tarjima yoki o‘zlashma asosida qo‘llaniladi. Masalan, “turizm” so‘zi ingliz tilidan o‘zlashgan bo‘lsa, “manzil” va “sayyohlik agentligi” kabi atamalar to‘g‘ridan-to‘g‘ri tarjima asosida shakllantirilgan. Bu o‘zlashmalar tilga milliy xususiyat qo‘shsa-da, ba’zi hollarda xalqaro standartlarga mos kelmasligi mumkin [6].

Frazeologik birliklar: Frazeologik birliklar turizm tilining emotsional va madaniy tarkibini boyitadi. Ingliz tilidagi “Wanderlust” so‘zi sayohatga bo‘lgan intilishni ifodalaydi va bu atama global miqyosda keng qo‘llaniladi. O‘zbek tilida esa “Dunyo kezib, dunyo tanimoq” iborasi sayohat orqali bilim va tajriba olishni ifodalaydi [7]. Frazeologik birliklarning asosiy xususiyati ularning madaniy kodlarga boyligidadir. Masalan, ingliz tilida “Travel light” (yengil sayohat qilish) iborasi sayohatchilarga qulaylikni ta’kidlaydi. O‘zbek madaniyatida esa “Sayohat safardan ziyo” kabi iboralar ko‘proq ma’naviy boylikka e’tibor qaratadi.

Reklama matnlari va ularning lingvistik xususiyatlari: Reklama turizm tilining asosiy ko‘rinishlaridan biridir. Ingliz tilidagi reklama matnlari odatda qisqa, ta’sirchan va bevosita auditoriyani jalb qilishga qaratilgan:

“Explore the world in style!”

O‘zbek tilidagi reklama matnlari esa poetik va milliy qadriyatlarni aks ettiradi:

“O‘zbekistonni kashf eting – tarix va madaniyat o‘lkasi sizni kutmoqda!” [8].

Lingvokulturologik tahlil: Madaniyat va tilning o‘zaro ta’siri – Ingliz tili xalqaro muloqotda universal vosita sifatida qabul qilinadi. Uning terminologik boyligi global turizm sohasidagi kommunikatsiyaning asosini tashkil etadi. Shu bilan birga, o‘zbek tilida madaniy elementlar, masalan, milliy oshxona, qadimiy obidalar va mehmondo‘stlik til birliklarida o‘z aksini topadi.

Madaniy kodlarning ifodalanishi – Ingliz tilidagi reklama va matnlarda shaxsiy tajriba va erkinlik asosiy urg‘u bo‘lsa, o‘zbek tilida tarixiy va diniy meros birinchi o‘rinda turadi:

“Travel to Uzbekistan and discover the Silk Road!”.

“Buyuk Ipak yo‘li izidan sayohatga chiqing va tarixni his eting!” [9].

Ingliz va o‘zbek tillarining qiyosiy tahlili:

Terminologiya – Ingliz tilidagi turizm terminlari xalqaro standartlarga asoslangan bo‘lsa, o‘zbek tilida bu jarayon ko‘proq milliy xususiyatga ega. Masalan, “ecotourism”

atamasi xalqaro miqyosda bir xil tushuniladi, lekin o‘zbek tilida bu so‘z ko‘pincha atrof-muhitni himoya qilishga qaratilgan maxsus turizm turi sifatida talqin qilinadi. Milliy madaniyat va global tendensiyalarning ham o‘rni beqiyosdir. Milliy madaniyat va global tendensiyalar deganda, xalqaro me‘yorlar va universal qadriyatlar reklama matnlarida ko‘zga tashlanishi nazarda tutilgan. O‘zbek tilidagi matnlar esa milliy qadriyatlarni aks ettiradi, bu esa sayyohlarda o‘ziga xos taassurot uyg‘otadi.

Xulosa qilib aytganda, maqolada til birliklarining ingliz va o‘zbek tillarida turizm sohasidagi xususiyatlari har tomonlama o‘rganilgan. Ingliz tili global turizm sohasida yetakchi bo‘lib, uning soddaligi va frazeologik boyligi, shuningdek, reklama matnlaridagi qisqalik uni butun dunyo miqyosida muvaffaqiyatli qo‘llashga olib keladi. Bu holat ingliz tilining xalqaro muloqot vositasi sifatida qanday yuqori samaradorlikka ega ekanini ko‘rsatadi. O‘zbek tili esa, o‘ziga xos madaniy va tarixiy qadriyatlarni ifodalashda va mamlakatning madaniyati bilan tanishtirishda muhim rol o‘ynaydi. O‘zbek tilidagi reklama matnlari va til birliklari o‘ziga xos milliy ruhni namoyon etib, turistlarni mamlakatning tarixiy merosi va mehmondo‘stlik an‘analariga jalb qilishda katta ahamiyatga ega. Shu bois, ingliz tili turizm sohasida global aloqalarni o‘rnatishda, o‘zbek tili esa milliy identitetni va madaniyatni targ‘ib qilishda o‘ziga xos ahamiyatga ega. Har ikkala til ham turizmning o‘sishiga va sayyohlar uchun jalb qilishga muhim hissa qo‘shadi, lekin ular turli maqsadlar va yondashuvlar orqali bu vazifani amalga oshiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Crystal, D. English as a Global Language. Cambridge University Press, 2003.
2. G‘ulomova, B. M. O‘zbek tilining leksik-semantik xususiyatlari. Toshkent: O‘zMU, 2020.
3. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. Tourism: Principles and Practice. Pearson Education, 2005.
4. Safarov, Sh. Tilshunoslik nazariyalari. Toshkent: O‘zbekiston Milliy universiteti nashriyoti, 2010.
5. Crystal, D. English as a Global Language. Cambridge University Press, 2003.
6. G‘ulomova, B. M. O‘zbek tilining leksik-semantik xususiyatlari. Toshkent: O‘zMU, 2020.
7. Halliday, M. A. K. Language and Social Semiotics. Arnold, 1978.
8. Official tourism websites: www.uzbektourism.uz, www.visitbritain.com.
9. G‘ulomova, B. M. O‘zbek tilining leksik-semantik xususiyatlari. Toshkent: O‘zMU, 2020.