



INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA GASTRONOMIK TURIZM TERMINLARINING STRUKTURAL-SEMANTIK, FUNKSIONAL-PRAGMATIK O'ZIGA XOSLIKLARI

MANSURBEK YULDASHEV

Namangan davlat texnologiya universiteti tayanch-doktoranti

Annotatsiya. Maqolada ingliz va o'zbek tillaridagi gastronomik turizm terminlarining strukturaviy-semantik va funksional-pragmatik xususiyatlari o'rganilgan. Ushbu tadqiqotda, gastronomik turizmga oid terminlarning ikki tildagi ifodalanish usullari tahlil qilinib, ularning tildagi o'rni, ma'nosi va amaliy qo'llanilishi o'rganilgan. Maqolada, gastronomik turizmning global ahamiyati va madaniyatlararo o'zaro ta'siri yoritilgan bo'lib, ingliz va o'zbek tillaridagi terminlarning o'xshashliklari va farqlari ko'rsatilgan. Terminlarning semantik tarkibi, ularning turizm sohasidagi alohida vazifalari va pragmatik jihatdan qanday ishlatilishi ham chuqur tahlil qilingan. Shuningdek, maqolada gastronomik turizmni rivojlantirishda tilning o'ziga xos rolini ko'rsatadigan misollar keltirilgan. Bu ish, tilshunoslik va turizm sohalarida yangi yondashuvlarni ishlab chiqishga yordam beradi va gastronomik turizm terminologiyasini yanada aniqroq, tushunarliroq qilishga qaratilgan tavsiyalar beradi.

Kalit so'zlar: Gastronomik turizm, ingliz tili, o'zbek tili, terminologiya, strukturaviy-semantik xususiyatlar, funksional-pragmatik xususiyatlar, madaniyatlararo ta'sir, tilshunoslik, turizm terminlari, tillararo farqlar, semantik tahlil, pragmatik tahlil, til va turizm, terminologik tahlil, gastronomik meros.

STRUCTURAL-SEMANTIC, FUNCTIONAL-PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF GASTRONOMY TOURISM TERMS IN ENGLISH AND UZBEK

Abstract. The article examines the structural-semantic and functional-pragmatic characteristics of gastronomic tourism terms in English and Uzbek languages. In this study, the methods of expression of terms related to gastronomic tourism in two languages were analyzed, their place in language, meaning and practical application were studied.

The article highlights the global importance of gastronomic tourism and its intercultural interaction, and shows the similarities and differences between the terms in English and Uzbek. The semantic structure of the terms, their special functions in the field of tourism and how they are used pragmatically are also deeply analyzed. The article also provides examples that show the unique role of language in the development of gastronomic tourism.

It helps to develop new approaches in the fields of work, linguistics and tourism and makes recommendations aimed at making the terminology of gastronomic tourism more clear and understandable.

Key words: Gastronomic tourism, English language, Uzbek language, terminology, structural-semantic features, functional-pragmatic features, intercultural influence, linguistics, tourism terms, interlinguistic differences, semantic analysis, pragmatic analysis, language and tourism, terminological analysis, gastronomic heritage

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕРМИНОВ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА АНГЛИЙСКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ

Абстракт. В статье исследуются структурно-семантические и функционально-прагматические характеристики терминов гастрономического туризма в английском и узбекском языках. В данном исследовании были проанализированы способы выражения терминов, связанных с гастрономическим туризмом, на двух языках, изучено их место в языке, значение и практическое применение.

В статье подчеркивается глобальное значение гастрономического туризма и его межкультурного взаимодействия, а также показаны сходства и различия терминов в английском и узбекском языках. Также глубоко анализируется семантическая структура терминов, их особые функции в сфере туризма и способы их прагматического использования. Также в статье приводятся примеры, показывающие уникальную роль языка в развитии гастрономического туризма.

Он помогает разрабатывать новые подходы в сферах труда, лингвистики и туризма и дает рекомендации, направленные на то, чтобы сделать терминологию гастрономического туризма более четкой и понятной.

Ключевые слова. Гастрономический туризм, английский язык, узбекский язык, терминология, структурно-семантические особенности, функционально-прагматические особенности, межкультурное влияние, лингвистика, туристические термины, межъязыковые различия, семантический анализ, прагматический анализ, язык и туризм, терминологический анализ, гастрономическое наследие.

Kirish. O‘zbek tarjimachiligi so‘ngi yillarda salmoqli yutuqlarni qo‘lga kiritmoqda. Uning o‘shish sur‘ati muvaffaqiyatlarini mamnuniyat bilan qayd qilgan holda, hal qilinishi zarur bo‘lgan ishlar, muammolar ham anchagina ekanligini unutmasligimiz kerak.

Tarjima tilshunoslikning bir qismiga aylandi. Bu tillar o‘rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi qoidalarni o‘rnatishga yordam berdi va ular o‘rtasidagi o‘xshashlik va farqlarni aniqladi. Tilshunoslikning ta’siri hatto tarjima turlarini lingvistik aloqalardagi farqlarga va tillarning funksional imkoniyatlariga qarab belgilashni ham o‘z ichiga olgan. Tarjima

tilshunoslikning turli sohalari bilan o‘zaro aloqadadir. Bir jihatdan bu umumiy tilshunoslik bilan bog‘liq: sintaksis, semantika va morfologiya. Boshqa tomondan, u stilistika, sotsiolingvistika va psixolingvistika bilan o‘zaro aloqada bo‘lib, qiyosiy tadqiqotlar, bilingvizm va ikkinchi til ta’limi kabi boshqa sohalarda tilshunoslik uchun muhim manbaga aylandi. Tarjima sohasidagi ishlarni amalga oshirish uchun tanlangan xorijiy tillardagi til birliklarini puxta o‘rganish lingvomadaniy tahlil jarayonida katta ahamiyatga egadir. Undan tashqari madaniyatlararo farqni idrok qila olish uchun asl matn tilidagi xalq mentalitetini ham tushunish va o‘rganish talab etiladi. Tarjima normalariga muvofiq tarzda leksik, grammatik, stilistik uslublarini o‘z o‘rnida qo‘llay olish tarjima sifatini yaxshilaydi. Ma’lum bir xalq madaniyatining aynan shu xalq so‘zlashadigan tilda aks etishini tushunamiz. Lingvomadaniyatda xalqning nafaqat bugungi kundagi turmush tarzi, balki asrlar davomida shakllanib kelgan milliy, tarixiy, diniy madaniyati aks etadi. Har bir tildagi folklor janrlar, maqollar, iboralar, shu tilda muloqot qiladigan xalqning asrab - avaylanadigan, eng ko‘p o‘rganiladigan muhim ahamiyatga ega bo‘lgan xalq og‘zaki merosi hisoblanadi. Bu sohaning vazifasi til orqali xalqning bugungi kungacha shakllangan madaniyatini o‘zida aks ettira olishidir. Jamiyatdagi har bir shaxs bolaligidan ona tilini xalqining madaniyati bilan birga o‘ziga singdirib oladi. Xalq madaniyatining barcha nozik tomonlar shu xalqning o‘z tilida aksini topgan bo‘ladi.

Jahon tajribasidan ma’lumki, turistik nutq sohasidagi lingvistik tadqiqotlar so‘nggi yillar mobaynida faol ravishda olib borilmoqda, chunki butun dunyoda jadal rivojlanib borayotgan turizm sohasi o‘z tiliga ega. Har bir sohaga oid maxsus so‘z va iboralar, termin va nomlar alohida yondashuvni talab etishi, ularning lingvomadaniy xususiyatlarini aniqlash va lug‘atlarda ularning talqin etilishida barcha xususiyatlarning e’tiborga olinishi mukammal lug‘atlarning yaratilishiga olib keladi.

Hozirgi zamonaviy turizm ekstremal, ekzotik va ajoyib turlarni o‘z ichiga qamrab oladi. Yorqin va totli ta’mini xohlovchilar va pazanda oshpaz sohasiga qiziquvchilar uchun esa gastronomik turlari tashkil qilinmoqda. Albatta har bir mamlakatning o‘ziga xosligi uning milliy mehmonxonasi orqali aks ettiriladi. Turli mamlakatlarning mahalliy oshxonasi va milliy taomlarning urf-odatlar bilan tanishtirish, shuningdek ekzotik va o‘zgacha ta’mlarni tatish ana shu mamlakatning madaniyati qanchalik rivojlanganligini ko‘rsatadi. Gastronomik turizmning oddiy turizmdan farqi shundaki gastronomik turizmدا turistlar taomlarning o‘zgacha ta’mi va taom tayyorlanish an’analari bilan tanishadi.

Demak o‘zbek gastronomik so‘z va terminlarni bo‘limlarga ajratadigan bo‘lsak, non mahsulotlari, xamirli taomlar, guruchli taomlar, shirinliklar va ichimliklarga bo‘linadi;

O‘zbek gastronomik so‘z va terminlari tasnifi	
non mahsulotlari	non, patir, qatlama, shirmon non
xamirli taomlar	manti, xonim, chuchvara, norin, lag‘mon, tuxumbarak, kartoshkabarak, somsa, ko‘k somsa

guruchli taomlar	osh, shavla, mastava, moshxo‘rda, moshkichiri, hasip, shirguruch, qatiqli osh
shirinliklar	nisholda, sumalak, xolva, xolvaytar, navot, chak-chak, parvarda
ichimliklar	qimiz, ayron, qatiq, o‘rik sharbati, novvot choy, choy

1-jadval. O‘zbek gastronomik so‘z va terminlari

O‘zbek nonlari: non, patir, qatlama, shirmon non.

Xamirli taomlar: manti, xonim, chuchvara, norin, lag‘mon, tuxumbarak, kartoshkabarak, somsa, ko‘k somsa

Guruchli taomlar: osh, shavla, mastava, moshxo‘rda, moshkichiri, hasip, shirguruch, qatiqli osh

Shirinliklar: nisholda, sumalak, xolva, xolvaytar, navot, chak-chak, parvarda Ichimliklar: qimiz, ayron, qatiq, o‘rik sharbati, novvot choy, choy.

O‘zbek milliy yeguliklar qatoriga kiruvchi yana bir so‘z “qurut”. Qurut asosan O‘zbekistonning tog‘li hududlarida sotiladi.

Hozirgi kunda madaniy so‘zlarning xalqaro miqyosida ishlatilishi va tilimizga kirib kelishi va ommalashib borishi tabiiy holga aylangan. O‘zbek tilidagi tamaddixona, qahvaxona, so‘zlari, hozirgi kunga kelib Lingvomadaniyatshunoslik globallashuv ta’sirida restoran, kafe deb ishlatilinmoqda. Bundan tashqari restoran va kafe xizmat ko‘rsatish sohasidagi taomnoma so‘zi ham hozirda menyu deb yuritilmoqda.

Adabiyotlar tahlili. Maqolada “Ingliz va o‘zbek tillarida gastronomik turizm terminlarining strukturaviy-semantik, funksional-pragmatik o‘ziga xosliklari” mavzusi doirasida adabiyotlar tahlilini amalga oshirishda bir nechta asosiy yo‘nalishlarni ko‘rib chiqildi.

Gastronomik turizm sohasining global rivojlanishi va uning madaniyatlararo aloqalaridagi o‘rni haqida bir nechta tadqiqotlar mavjud. Smith (2016) o‘zining “The Language of Tourism: A Cross-Cultural Perspective” nomli asarida turizm va gastronomiya o‘rtasidagi o‘zaro bog‘lanishni tahlil qilgan[1]. U gastronomik turizmni birinchi navbatda, ma’lum bir hududning madaniyati va an‘analariga asoslangan oziq-ovqat va ichimliklar orqali turistlarga tajriba taqdim etish deb ta’riflaydi. Smith, A. (2016). The Language of Tourism: A Cross-Cultural Perspective. Cambridge University Press [1]

O‘zbekistonda gastronomik turizmning rivojlanishi va uning o‘ziga xosligini tahlil qilgan adabiyotlar ham mavjud. Davronov (2021) o‘zining “Ingliz va o‘zbek tillaridagi turizm terminologiyasi” asarida, o‘zbek gastronomik turizm terminlarining o‘ziga xosligi va global gastronomiya bilan bog‘liqligini ko‘rsatadi [1].

Struktural-semantik tahlil tilshunoslikda muhim ahamiyatga ega, chunki u terminlarning tarkibi va ma’nosini tushunishga yordam beradi.

Aliyev (2019) o‘zbek va ingliz tillarida gastronomik turizm terminlari o‘rtasidagi semantik farqlarni tahlil qilib, bu farqlarning tilning o‘ziga xosligi va madaniy kontekstga

bog‘liqligini ta’kidlaydi[2]. Ingliz tilidagi “food tourism” va o‘zbek tilidagi “ovqat turizmi” atamaları o‘xshash bo‘lsa-da, ularning semantik o‘zgarishlari tilga xos bo‘lgan elementlar va so‘z birikmalarini aks ettiradi.

Yuldashev (2015) o‘zbek va ingliz tillaridagi gastronomik turizm terminlarining semantik o‘zgarishlarini o‘rganib, bu terminlarning tilning kontekstiga qarab qanday o‘zgarishlarga uchrashini tahlil qilgan[3].

Funksional-Pragmatik Xususiyatlar

Pragmatik tahlil turizm terminlarining amaliyotdagi qo‘llanilishiga e’tibor qaratadi. Ularning qanday maqsadlarda ishlatilishi, tilning real amaliyotga qanday ta’sir ko‘rsatishi haqida o‘ylashni o‘z ichiga oladi. Khalilov (2018) o‘z asarida turizm terminlarining pragmatik xususiyatlarini va ularning madaniyatlararo aloqadagi rolini tahlil qilgan[4]. Masalan, ingliz tilidagi “culinary tourism” atamasi ko‘proq global miqyosda ishlatiladi, bu esa ingliz tilining keng tarqalganligi bilan bog‘liq. O‘zbek tilida esa “gastronomik turizm” atamasi mahalliy va mintaqaviy kontekstlarda keng qo‘llaniladi.

1.Davronov, M. (2021). Ingliz va o‘zbek tillaridagi turizm terminologiyasi: Strukturaviy va semantik tahlil. *Journal of Linguistic Studies*, 12(2), 85-99

2.Aliyev, F. (2019). Gastronomik turizm va uning madaniyatlararo o‘zaro ta’siri. Tashkent: O‘zbekiston Milliy Universiteti nashriyoti

3.Yuldashev, B. (2015). Semantika va pragmatika: Turizm sohasidagi o‘zbek va ingliz tillaridagi ifodalar. Tashkent: Language and Communication

4.Khalilov, R. (2018). Terminologiya va uning lingvistik asoslari. Samarkand: SamDU nashriyoti. Zamolodchikov (2014) “Pragmatic aspects of tourism terminology” nomli maqolasida pragmatik tahlilni qo‘llagan holda, turizm sohasidagi terminlarning ular ishlatiladigan ijtimoiy va madaniy kontekstga moslashuvini o‘rganadi[1].

Ingliz va o‘zbek tillaridagi gastronomik turizm terminlarining farqlari turli madaniyatlar va til tizimlaridan kelib chiqadi. Boshqa tildagi atamalar ba’zida aynan tarjima qilinmaydi yoki semantik farqlarga ega bo‘lishi mumkin. Kurbanov (2020) ingliz va o‘zbek tillaridagi turizm atamaları o‘rtasidagi farqlarni yoritib, bu farqlarning lokal madaniyat va turizmga oid an’anaviy tushunchalarga bog‘liqligini ko‘rsatadi. Misol uchun, “street food” (ko‘cha taomlari) va “oshxona an’analari” atamaları ingliz tilida keng tarqalgan, ammo o‘zbek tilida bu atamalarni to‘g‘ri ishlatish va kontekstual farqlarni hisobga olish zarur.

Gastronomik meros madaniyati, taomlarni tayyorlash uslublari va oshxona an’analari turizmga muhim o‘rin tutadi. Nazarov (2017) “Gastronomik meros va turizm” nomli maqolasida gastronomik merosning turizmga qanday rivojlanishi va uning xalqaro turizmga ta’sirini tahlil qiladi[2]. U gastronomik turizmni madaniy meros sifatida tushunishni va turizmning maqsadiga qarab, qanday joylarda va qanday kontekstlarda foydalanish kerakligini ko‘rsatadi[3].

Natija va muhokamalar

Gastronomik turizm terminologiyasini o‘rganish, ingliz va o‘zbek tillaridagi semantik va pragmatik xususiyatlarni aniqlashga yordam beradi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, gastronomik turizm terminlarining ikkala tilda ham o‘ziga xos xususiyatlari bor, bu farqlar til va madaniyatni aks ettiradi. Shu sababli, tilshunoslik va turizm sohasidagi ilmiy ishlar bu farqlarni chuqur o‘rganish va global turizmni rivojlantirishda tilning rolini anglashda muhim ahamiyatga ega.

Zamolodchikov, V. (2014). Pragmatic aspects of tourism terminology. *Journal of Applied Linguistics*, 23(4), 58-67 [1]

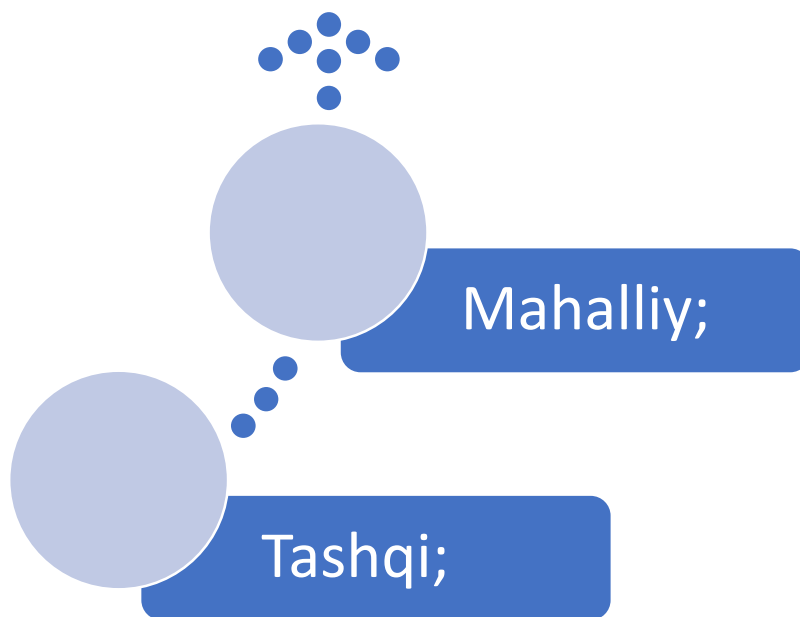
Aliyev, F. (2019). Gastronomik turizm va uning madaniyatlararo o‘zaro ta’siri. Tashkent: O‘zbekiston Milliy Universiteti nashriyoti. [3]

Lingvomadaniyatshunoslik ahamiyatga ega barcha so‘zlarni bir tildan ikkinchi tilga to‘g‘ridan to‘g‘ri tarjima qilinmaydi, ularni transliteratsiya, transkripsiya, kalka va ta’svirlash kabi usullardan foydalanib tarjima qilinadi. Ayniqsa turizmga oid hamda mehmonxona xizmat ko‘rsatish sohasiga oid so‘zlar ingliz tilida bir ma’noni bildirsa, o‘zbek tilida boshqa ma’noni bildiradi. Ayrim so‘zlar esa ingliz tilida ishlatilsa, o‘zbek tilida unday so‘zlar ishlatilmaydi. Shuningdek xizmat ko‘rsatish sohasida ayrim xizmat turlariga oid terminlar ingliz tilida mavjud bo‘lsada, ammo o‘zbek tilida unday xizmat turlari mavjud emas. Va ularni o‘zbek tiliga to‘g‘ridan to‘g‘ri tarjima qilib bo‘lmadi. Masalan backpack so‘zi ingliz tilida sayyohlar foydalanadigan maxsus sumka, o‘zbek tilida uning rus tilidagi varianti ryukzak so‘zi ishlatiladi, chunki o‘zbek madaniyatida bunday sumka turi yo‘qligi sababli ushbu so‘zdan foydalanildi. Tarjima qilish jarayonida yuqorida keltirilgan so‘z birikmalari to‘g‘ridan to‘g‘ri -so‘zma so‘z tarjima qilinmaydi va bunday qiyinchilik tarjimondan mahorat, lingvokulturologik yondashuv va albatta bilim talab etadi. Buyuk Britaniya va AQSh kabi davlatlarda sug‘urta xizmat ko‘rsatish sohasi yaxshi rivojlangan: National insurance - milliy sug‘urta,

Life insurance /personal insurance - shaxsiy sug‘urta, Property insurance - mol mulk sug‘urtasi, Social insurance - ijtimoiy sug‘urta, Health insurance - tibbiy sug‘urta, Travel insurance - sayohat sug‘urtasi, Pet insurance - uy-hayvonlari sug‘urtasi.

Vehicle insurance - transport vositasi sug‘urtasi; kabi turlari mavjud bo‘lib, milliy sug‘urta, uy-hayvonlari sug‘urtasi kabi tushunchalar o‘zbek tilida yo‘qligi

sababli, tarjima qilinganda so‘zga ta’rif berish usuli orqali tarjima qilinadi. Buyuk Britaniya va AQSh madaniyatida uy hayvonlarni oila a’zosi sifatida qaraladi va ularning o‘z huquqlari bor deb hisoblashadi. Turizm sohasi keng qamrovli soha bo‘lib, barcha savdo va maishiy xizmat turlarini qamrab olgan. Har bir davlatning, turistlar tashrif buyuruvchi maskanlarda so‘z va atamalarning o‘ziga xos ishlatilishiga qarab ikki turga bo‘linadi:



1-rasm. So‘z va atamalarining turlari

Mahalliy so‘z va atamalar ma’lum bir hudud doirasida qo‘llanilsa, tashqi so‘z va atamalar xalqaro miqyosida ishlatiladi. Asosiy farq shundaki mahalliy so‘z va atamalar barcha mahalliy aholi tomonidan qo‘llanilib, mahalliy madaniyatga xos bo‘lgan so‘zlardir; tashqi so‘z va atamalar dunyoning turli chekkalaridan tashrif buyurgan sayyohlar tomonidan, hamda turli madaniyatga mansub insonlar tomonidan qo‘llanilishi mumkin.

Xulosa. Gastronomik turizm terminologiyasini ingliz va o‘zbek tillarida o‘rganish, tilshunoslik va turizm sohalarida muhim ilmiy ahamiyatga ega bo‘lgan bir sohadir. Maqolada tahlil qilingan strukturaviy-semantik va funksional-pragmatik xususiyatlar, ikki tildagi terminlarning tilga xosliklari va ularning madaniyatlararo o‘zaro ta’sirini chuqur tushunishga yordam beradi.

Gastronomik turizmning semantik tarkibi va uning amaliyotda qanday ishlatilishi tilda ma’lum bir madaniy, ijtimoiy va iqtisodiy holatlarni aks ettiradi. Ingliz va o‘zbek tillaridagi terminlar o‘rtasidagi farqlar, shuningdek, ularning pragmatik jihatlari turizm sohasidagi turli madaniyatlar va tajribalar o‘rtasidagi aloqalarni ta’minlaydi. Misol uchun, ingliz tilida “culinary tourism” atamasi global miqyosda keng qo‘llaniladi, o‘zbek tilida esa “gastronomik turizm” mahalliy va mintaqaviy kontekstlarda katta ahamiyatga ega. Shuningdek, ingliz tilidagi “street food” (ko‘cha taomlari) atamasi ko‘proq universal sifatida ishlatilsa, o‘zbek tilida bu atama boshqa semantik yo‘nalishlar bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, gastronomik turizmga oid terminlarning tilda aks etgan semantik va pragmatik o‘zgarishlari, til va madaniyatning o‘zaro bog‘liqligini, shuningdek, har bir tilning o‘ziga xos xususiyatlarini ko‘rsatadi. Shuningdek, bu o‘zgarishlar turizm sohasining global rivojlanishiga, shuningdek, turizmga til va madaniyatning ahamiyatini anglashga yordam beradi.

Shu bilan birga, gastronomik turizm terminologiyasining aniqroq va tushunarli bo‘lishi, turizmni rivojlantirish, hamda xalqaro va mahalliy aloqalarni mustahkamlashda muhim rol o‘ynaydi. Kelajakda, bu sohada tilshunoslik va turizmga oid tadqiqotlarni yanada kengaytirish, ilmiy va amaliy jihatdan o‘zgarishlarni o‘rganish kerak bo‘ladi. Shunday qilib, gastronomik turizmning terminologik va madaniy o‘ziga xosliklari, uning global turizmga o‘rin tutishiga alohida ta’sir ko‘rsatadi. Biroq turizmga oid terminlarning lingvomadaniy xususiyatlariga oid, ularning leksikografik talqinlariga oid ishlar hanuzgacha to‘liq amalga oshirilmagan. Shu bilan birga turizm sohasiga kirib kelgan neologizmlarning ham boshqa tilda o‘zlashib ketishi, ularning ekvivalentlarini tanlash muammolari ham chog‘ishtirma aspektda tadqiq qilinmagan ishlarni davom qilinish dolzarb hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. **F.Aliyev.** *Gastronomik turizm va uning madaniyatlararo o'zaro ta'siri.* Tashkent: O'zbekiston Milliy Universiteti nashriyoti. 2019.
2. **M.Davronov.** *Ingliz va o'zbek tillaridagi turizm terminologiyasi: Strukturaviy va semantik tahlil.* Journal of Linguistic Studies, 12(2), 85-99. 2021.
3. **R.Khalilov** *Terminologiya va uning lingvistik asoslari.* Samarkand: SamDU nashriyoti. 2018.
4. **A.Kurbanov.** *Turizm va madaniyat: Ingliz va o'zbek tillaridagi turizm atamallari.* Tashkent: Publishing House of the Uzbek Language and Literature. 2020.
5. **Z.Nazarov.** *Gastronomik meros va turizm. In: O'zbekiston: turizm va madaniyat sohalarining rivojlanishi.* Tashkent: Uzbekistan Tourism University Press. 2017.
6. **A.Smith.** *The Language of Tourism: A Cross-Cultural Perspective.* Cambridge University Press. 2016.
7. **B.Yuldashev.** *Semantika va pragmatika: Turizm sohasidagi o'zbek va ingliz tillaridagi ifodalar.* Tashkent: Language and Communication. 2015.
8. **V.Zamolodchikov.** *Pragmatic aspects of tourism terminology.* Journal of Applied Linguistics, 23(4), 58-67. 2014.