

QO‘QON DAVLAT
PEDAGOGIKA INSTITUTI
ILMIY XABARLARI
(2025-yil 3-son)



FILOLOGIYA
PHILOLOGY

TURIZM SOHASINING FANGA KIRIB KELISHI VA TURIZM TERMINOLOGIYASINING O‘ZBEK VA FRANSUZ TILLARI MISOLIDA LINGVISTIK TAHLILI

Miyassarov Eldor Amanovich

*Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o‘zbek tili
va adabiyot universiteti tayanch doktorant
eldor.miyassarov@mail.ru*

Annotatsiya. Turizm sohasining mustaqil fan sifatida shakllanishi va rivojlanishi global miqyosda keng tadqiq etilayotgan mavzulardan biridir. Ushbu maqolada turizm terminologiyasining lingvistik jihatdan shakllanishi, rivojlanishi hamda o‘zbek va fransuz tillaridagi o‘ziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi. Turizm sohasi o‘ziga xos kommunikativ muhitga ega bo‘lib, uning tili axborot berish, ishontirish va reklama kabi funksiyalarni bajaradi. Maqolada turizmga oid terminlarning shakllanishi, ularning sinonimik munosabatlari, tarjima jarayonidagi muammolar hamda ikki til o‘rtasidagi semantik va strukturaviy farqlar o‘rganiladi. Shuningdek, turizm sohasining globallashuvi natijasida yangi terminlarning paydo bo‘lishi va ularning lingvistik o‘zgarishlari tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari turizm diskursining leksik va morfosintaktik jihatlarini aniqlashga hamda o‘zbek va fransuz tillari orasidagi terminologik farqlarni yoritishga xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: turizm, terminologiya, lingvistika, o‘zbek tili, fransuz tili, sinonimiya, tarjima, globallashuv, maxsus leksika, semantika.

THE INTEGRATION OF TOURISM INTO SCIENCE AND THE LINGUISTIC ANALYSIS OF TOURISM TERMINOLOGY IN THE EXAMPLE OF UZBEK AND FRENCH LANGUAGES

Annotation. The establishment and development of tourism as an independent discipline is one of the widely studied topics globally. This article analyzes the linguistic formation and evolution of tourism terminology, focusing on its unique features in Uzbek and French. The tourism sector has a distinctive communicative environment, where its language serves functions such as providing information, persuasion, and advertising. The study examines the formation of tourism-related terms, their synonymic relationships, challenges in translation, and semantic and structural differences between the two languages. Additionally, the research explores the emergence of new terms due to globalization in the tourism industry and their linguistic transformations. The findings of the study contribute to identifying the lexical and

morphosyntactic features of tourism discourse and highlighting terminological differences between Uzbek and French.

Keywords: tourism, terminology, linguistics, Uzbek language, French language, synonymy, translation, globalization, specialized vocabulary, discourse, advertising, semantics.

ВХОЖДЕНИЕ ТУРИЗМА В НАУКУ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ

Аннотация. Формирование и развитие туризма как самостоятельной научной дисциплины является одной из широко изучаемых тем в мировом масштабе. В данной статье анализируется лингвистическое формирование и эволюция туристической терминологии, особое внимание уделяется ее специфическим характеристикам в узбекском и французском языках. Туристическая сфера обладает уникальной коммуникативной средой, где язык выполняет такие функции, как предоставление информации, убеждение и реклама. В исследовании рассматриваются процессы формирования туристических терминов, их синонимические отношения, проблемы перевода, а также семантические и структурные различия между двумя языками. Кроме того, анализируется появление новых терминов в результате глобализации туристической отрасли и их лингвистические трансформации. Результаты исследования способствуют выявлению лексических и морфосинтаксических особенностей туристического дискурса, а также определению терминологических различий между узбекским и французским языками.

Ключевые слова. туризм, терминология, лингвистика, узбекский язык, французский язык, синонимия, перевод, глобализация, специализированная лексика, дискурс, реклама, семантика.

Turizm – qadimdan mavjud soha hisoblanib, vaqt o‘tishi bilan rivojlanib bordi va hozirgi kunda jahon iqtisodiyotidagi eng nufuzli sohalardan biriga aylandi. Ba’zi tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, turizm sohasining fanlararo va geterogen xarakterga egaligini ta’kidlagan. Ushbu xususiyatlar vaqt o‘tishi bilan, ayniqsa, texnologiyaning uzluksiz taraqqiy etishi natijasida yanada rivojlangan. Bu boradagi ko‘plab tadqiqotlar foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentning kuchli ta’siri va ularning sayyohlarning qaror qabul qilish jarayoniga ta’sirini ko‘rsatishga qaratilgan. Biroq, ushbu tadqiqotlar til masalasiga yetarlicha e’tibor qaratmagan. Turizm qadim zamonlardan beri mavjud bo‘lgan hodisa bo‘lib, asrlar davomida yangi o‘lchamlar va turli xususiyatlarga ega bo‘lib kelgan, uning tili ham shunday rivojlanib kelmoqda. Shu tufayli ushbu maqolada uning fanga kirib kelishi va terminologiyasining lingvistik tahliliga e’tibor qaratdik. Chunki bu soha rivojlanib boradiga hamda ijtimoiy, iqtisodiy, tilshunoslik, tarix, texnologiya kabi qator sohalar bilan chambarchas holda rivojlanib boradigan va kengayadigan soha hisoblanadi. Uning terminologiyasini unikal tilda tahlil qilish

tor tahlilga to‘g‘ri keladi desak mubolaga‘a bo‘lmaydi, chunki aynan bu sohadagi atamalar, bir tildan boshqa tillarga tarqalib borayapti.

Turizm ijtimoiy, iqtisodiy va tarixiy nuqtayi nazardan keng o‘rganilgan, ayniqsa ingliz tilida antropologik va etnografik jihatdan tahlil qilingan. Turizm dunyodagi eng yirik sanoatlardan biriga aylangan sari ushbu sohada ixtisoslashuvga bo‘lgan talab ham ortib bormoqda. Faqat 1990-yillardan boshlab turizm lingvistik nuqtayi nazardan ham o‘rganila boshladi, bunda ayniqsa Grem Dannning hissasi katta bo‘ldi. Uning “The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective” asari turizm tilining o‘ziga xos diskursga ega ekanligini ko‘rsatdi (G.Dann, 2007).

Dann birinchi bo‘lib turizmni o‘ziga xos til sifatida o‘rganib, uning diskursini maxsus leksik, morfosintaktik tanlovlar va matn tuzilmalari asosida shakllantirishini ta’kidladi. U turizm tilini maxsus tillar doirasiga kiritib, bu sohada lingvistik va lingvistik bo‘lmagan jihatlarni chuqurroq o‘rganishga turtki berdi. Turizm tilining juda qadimiy hodisa bo‘lishiga qaramay, uni mustaqil maxsus til sifatida kech tan olinishi ikki asosiy sabab bilan izohlanadi: uning interdisiplinarligi va ixtisoslashuv darajasi (Muñoz, 2010). Turizm, jamiyatlar uchun mamlakatning tabiiy go‘zalligini va madaniy boyligini global hamjamiyatga namoyish etish uchun qiziqarli yo‘nalish sifatida paydo bo‘ladi. U madaniyat, iqtisodiyot, ijtimoiy dinamikalar va texnologik taraqqiyot kabi turli jihatlar bilan chambarchas bog‘liqdir. Bugungi kunda texnologiya odamlarni dunyoning barcha burchaklaridan ma’lumot olish imkonini berish uchun internetga kirish orqali ta’sir qilmoqda. Texnologiyaning rivojlanishi bilan turizm zamonaviy qarashlarga moslashib, o‘zining mavjudligini namoyish etmoqda va shu bilan birga turizm variantlarini kengaytirishga imkon yaratmoqda. Bu, shuningdek, sayyohlarning monoton turizm yoki turizm manzillari bilan to‘lib ketishi bilan ham bog‘liq. Ijodiy turizm, turizm rivojlanishining mavjud modellari o‘zgartirishi va sayohat tajribasini diversifikatsiya qilish va yangilashga hissa qo‘shish imkoniyatiga ega bo‘lgan yangi turizm shaklidir (Richards, 2009).

Turizmga oid terminologiya ko‘p tillarda bir-biriga o‘xshash holda tarjima qilingan, bu esa sohaning o‘ziga xosligini ifodalaydi. Quyida fransuz va o‘zbek tilidagi turizm terminlariga misollar hamda ularning lingvistik tahlili keltirilgan.

Turizmga oid atamalarning leksik jihatdan tahlillarini ko‘radigan bo‘lsak, fransuzcha terminlar ko‘pincha lotin va yunon tillaridan olingan. Masalan, *tourisme* (lot. “tornare” – aylanish) so‘zidan kelib chiqqan. O‘zbekcha terminlar esa ko‘pincha rus yoki ingliz tilidan olingan yoki so‘z birikmalari orqali ifodalanganligiga guvoh bo‘lamiz. *Tourisme* - *Turizm* - Sayohat va dam olish bilan bog‘liq faoliyat; *Touriste* – *Sayyoh* - Dam olish yoki ma’rifiy maqsadda sayohat qiluvchi shaxs; *Destination* – *Manzil* - Sayohat yoki safarning oxirgi nuqtasi; *Guide touristique* - *Turistik qo‘llanma* - Sayyohlar uchun yo‘l-yo‘riq beruvchi material yoki shaxs; *Hôtellerie* - *Mehmonxona xo‘jaligi* - Mehmonxona va turar joy xizmatlari sohasi;

Morfosintaktik xususiyatlariga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, fransuzcha terminlar ko‘pincha prefiks va suffikslar yordamida hosil qilinadi (*réservation*, *écotourisme*). O‘zbekcha terminlar esa arabcha va ruscha ta’sirga ega yoki so‘z birikmalari yordamida yasaladi (yuqori

mavsum, samolyot chiptasi): *Écotourisme* – Ekoturizm - Éco- prefiksi orqali hosil bo‘lgan murakkab so‘z; *Haute saison* - Yuqori mavsum - Ikki so‘zli termin, sifat + ot; *Billet d’avion* - Samolyot chiptasi - Ot + predlog + ot tuzilishi; *Réservation* - Bron qilish - Lotincha reservare (zaxiralash) so‘zidan; *Tout compris* - Barchasi kiritilgan - Ikki so‘zdan iborat (phr. adj.);

Semantik xususiyatlari shuni ko‘rsatadiki, fransuzcha terminlar ko‘pincha lotin va grek ildizlariga ega, lekin zamonaviy foydalanishda qisqa va aniq ifoda etilgan (*excursion*, *forfait voyage*). O‘zbekcha terminlar esa mazmun jihatidan keng tushuntirishni talab qiladi, ba‘zan rus tilidan olingan yoki so‘zma-so‘z tarjima qilingan (sayohat paketi – *forfait voyage*). Misol uchun, *Circuit touristique* - Turistik yo‘nalish - Oldindan tayyorlangan marshrut; *Excursion* – Ekskursiya - Qisqa muddatli sayohat; *Forfait voyage* - Sayohat paketi - Oldindan belgilangan narxdagi sayohat xizmati; *Visite guidée* - Gid bilan ekskursiya - Maxsus yo‘lboshchi tomonidan tashkil etilgan sayohat; *Voyage tout compris* - Hammasi kiritilgan sayohat - Turpaket narxiga barcha xizmatlar kiritilgan;

Sinonimik tahlillarda esa fransuz tilida sinonimlar uslubiy farqlarga ega (*séjour* – rasmiy, *voyage* – umumiy, *périple* – uzoq safar), o‘zbek tilida esa sinonimlar konnotativ ma’noda farqlanadi (sayohat – umumiy, safar – jiddiyroq, sayr – qisqa): *Séjour* – *Voyage* – *Périple* - Sayohat – Safar – Sayr; *Hôtel* – *Auberge* – *Gîte* - Mehmonxona – Pansionat – Dam olish maskani; *Tarif* – *Prix* – *Coût* - Narx – To‘lov – Xarajat; *Guide* – *Accompagnateur* – *Conférencier* - Gid – Yo‘lboshchi – Ekskursiya yetakchisi; *Billet* – *Ticket* – *Coupon*; *Chipta* – *Vaucher* – Kupon;

Turizmga oid atamalarning, lingvistikaning yana bir yo‘nalishi bo‘lgan, pragmatik xususiyatlariga e‘tibor qaratadigan bo‘lsak fransuz tilida ko‘pincha jumla yoki iboralar ishlatiladi. O‘zbek tilida ba‘zan so‘zma-so‘z tarjima yoki yangi tushunchalar orqali izoh berish talab etiladi: *Dernière minute* - Oxirgi daqiqada - Oxirgi daqiqada bron qilish uchun ishlatiladi; *Pension complète* - To‘liq ta‘minotli yashash - Mehmonxonada 3 mahal ovqatlanish; *Chambre d’hôte* - Uy-mehmonxona - O‘z uyida mehmon qabul qiluvchi tizim; *Haute saison* - Yuqori mavsum - Eng ko‘p turist keladigan vaqt; *Hors saison* - Past mavsum – Turistlar kam tashrif buyuradigan vaqt;

Fransuz tilidagi turizm terminlari ko‘pincha prefiks, suffiks va iboralardan foydalanib hosil qilinadi. O‘zbek tilidagi terminlar esa ko‘pincha arab, rus va ingliz tillaridan kirib kelgan yoki so‘z birikmalari orqali ifodalanadi. Semantik jihatdan, fransuz tilida sinonimlar uslubiy farqlarga ega, o‘zbek tilida esa mazmunida tafovutlar seziladi.

Haqiqatdan ham, turizm terminologiyasining leksik-semantik tahlilida shuni ta’kidlash lozimki, bir tomondan, leksik darajada fransuz tilidagi turizm terminologiyasi yanada rivojlangan holatda bo‘lib, o‘zbek tilida asos sifatida namoyon bo‘ladi. Boshqa tomondan, so‘nggi vaqtlarda fransuz va o‘zbek tillarida leksik-semantik jarayonlarning parallellashuvi tendensiyasi kuzatilmoqda. Shunday qilib, turizm terminologiyasi o‘z tarkibiy qismlarining xalqaro xarakteri bilan ajralib turadi, bu esa, avvalo, globallashuv jarayonlariga bog‘liq bo‘lib, bu konkret va terminologik tizimlarning yaqinlashuviga, ya’ni ikkala til uchun umumiy

terminologik lug‘atning shakllanishiga olib keladi. Turizm tilining o‘ziga xos ko‘p qirraliligi mavjud bo‘lib, u yagona tizimga ega emas. U axborot berish, ishonirish va dalillash kabi turli kommunikativ funksiyalarni o‘z ichiga oladi. Biroq, professional darajada qaralganda, turizm aniq shakllangan sohaga ega bo‘lib, u turli segmentlarga bo‘linadi va kommunikatsiya mutaxassislari, gidlar, tur operatorlari kabi professional figuralarni o‘z ichiga oladi. Turizm terminologiyasining rivojlanishi ushbu sohaning o‘zgaruvchan sayyohlik talablariga moslashuvchanligini ko‘rsatadi. Ushbu tahlil tadqiqotchilar va amaliyotchilarga namuna va tendensiyalarni aniqlashga yordam beradi hamda turizmsohasida samarali kommunikatsiya va marketing strategiyalarini ishlab chiqishda foydali bo‘ladi deyishimiz mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Dann, G. 2007. Revisiting the language of tourism: what tourists and tourees are saying. In C. De Stasio & O. Palusci (eds.), *The Languages of Tourism. Turismo e mediazione*. Milano: Unicopli. 1532.
2. Dann, G. 2012. Remodelling a changing language of tourism: from monologue to dialogue and trialogue. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol.10. 5970.
3. Le Robert Dictionnaire. (2020). *Le Robert en ligne*. Paris: Dictionnaires Le Robert.
4. Muñoz, I.D. 2011. *Tourist Translations as a Mediation Tool: Misunderstandings and Difficulties*. Universidad de Málaga.
5. O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Tilshunoslik instituti. *O‘zbek tilining izohli lug‘ati*. “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi” davlat ilmiy nashriyoti, Toshkent, 2020.
6. Richards, G. (2009). "Tourism Development Trajectories: From Culture to Creativity?" In *Tourism and Innovation* (pp. 158-171). London: Routledge.