

**TURIZMGA OID ATAMALARNING LINGVOKULTUROLOGIK
XUSUSIYATLARI**

Abduqodirov Umidjon Nazirovich

Farg'ona politexnika instituti
"Tillarni o'rgatish" kafedrasi o'qituvchilari

Tojiboyeva Mohinur Sherali qizi

Farg'ona politexnika instituti
"Tillarni o'rgatish" kafedrasi o'qituvchilari
E-mail: mohinur.tojiboyeva765@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada turizm terminologiyasining tilshunoslikda tutgan o'rnini, semantik tasniflanishi va turizmga doir atamalarning lingvokulturologik xususiyatlari haqida fikrlar ilgari surilgan.

Kalit so'zlari: lingvokulturologiya, til, madaniyat, terminologiya, turizm, tur.

Hozirgi kunda til muloqat aloqasigina bo'lib qolmay, har bir millatning madaniyatini, qadriyatlarini, umumiy qilib aytganda xalqlarning o'ziga xos jihatlari ifodalashda eng muhim omildir. Madaniyat va unga aloqador xususiyatlarning matn tahlilida saqlanib qolishi lingvokulturologiyaning maxsus tadqiqot maydoni sanaladi. Lingvokulturologik tahlil madaniy, ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy hayot darajasining tilda aks etishini o'rganishda ham faol qo'llaniladi. Misol uchun, mamlakatimizda turizm faoliyati mustaqillikning dastlabki yillaridayoq iqtisodiy taraqqiyotning ustuvor yo'nalishi sifatida talqin qilinib, unga e'tibor davlat siyosati darajasiga ko'tarildi. Shu bilan bir qatorda turizmga oid atamalarning kirib kelishiga va tilimizda keng qo'llanila boshlanishiga turtki bo'ldi. Shubhasiz, turistik atamalar turli tillarda turlicha talqin qilinib, geografik hudud, madaniy va etnik guruhlar va tilning tuzulishini inobatga olgan holda tarjimada o'z aksini topadi.

Turizm terminologiyasidagi o'zlashmalarning asosiy qismini ingliz tilidan, shuningdek, fransuz, italyan, nemis tillaridan o'zlashgan terminlar tashkil qiladi. Shuningdek, turizmning yangi turlarini paydo bo'lishi bilan bog'liq tarzda yangi terminlarlar ham vujudga kelmoqda. Har bir turist biror mamlakatga borganda biror narsani, masalan, sovg'a yoki foydalanish uchun qandaydir predmetni sotib oladi. Biroq ba'zi turistlar turistik safarga borishganda mayda tovarlarni xarid qilish va keyinchalik sotish uchun o'z mamlakatiga olib ketishni maqsad qilib oladi. Garchi mahalliy bozorlardan rejalashtirilgan tovarlarning barchasini sotib olishgandan so'ng turistlar mahalliy

restoran yoki plyajlarda bir necha kun hordiq chiqarsa-da, tovar olib-sotish ularning asosiy maqsadiga aylanadi. Bunday turistlar shopping-turistlar deb ataladi. Shopping ingliz tilidan olingan bo`lib, “xarid qilmoq” degan ma`noni anglatadi. O`zbek tilida esa shopping-turist “xarid qiluvchi turist” deganidir. Bu so`z ham ingliz tilidan o`zlashgan turizm terminidir va iste`molda xuddi shu shaklda ishlatiladi.

Yana shunday terminlardan biri “kemping”dir. Kemping (ingizcha camping – lagerda yashash) – avtoturistlar uchun avtomobilarini qo`yish, yengil uyachalar yoki palatkalar o`rnatish uchun joylari mavjud bo`lgan, maxsus jihozlangan yozgi lager. Garchi “yozgi lager” tarzida tarjima qilinsa-da, iste`molda “kemping” tarzida qo`llanadi.

Trekking ingliz tilidan olingan bo`lib, “izdan quvish, axtarish, qidirish” ma`nolarini anglatadi. Bu piyoda sayohat qilish, piyoda yurish turizmidir. Bu termin ifodalagan ma`no o`zbek tilida piyoda sayohatni bildirsa-da, biroq iste`molda “trekking” shaklida ishlatiladi.

Piknik (inglizcha. picnic – sayr) ziyofat maqsadida tabiat qo`yniga uyushtiriladigan jamoaviy sayr turi. Bu turdagi sayrlar XIX asrda G`arb mamlakatlarida ommalashgan. Dastlab jamoaviy tarzda tabiat qo`ynida dam olish maqsadida uyishtirilgan bo`lsa, bugungi kunga kelib turli davlatlarda oilaviy dam olishning ommalashgan ko`rinishlaridan biri hisoblanadi.

Turizm sohasida faol iste`molda bo`lgan “vaucher” so`zi ingliz tilidan olingan bo`lib, “tilxat” degan ma`noni bildiradi. Terminologik tizimda turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo`lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko`rsatiganligini tasdiqlovchi hujjatga aytiladi, ya`ni turistik yo`llanmadir.

Apart-otel kvartira shaklidagi xonada joylashish imkonini tadqim qiluvchi mehmonxona. Ovqat pishirish uchun alohida jihozlangan oshxonaning mavjudligi bilan xarakterlanadi. O`zbek tilida o`zlashma tildagi shakli kabi iste`molda qo`llanadi.

Biznes-tur- turistning kasbiy faoliyati bilan bog`liq bo`lib, daromad keltiradigan, foyda olish maqsadlari ko`zlangan va qonunga xilof bo`lmagan har qanday tashkiliy, xo`jalik; tijorat, ishbilarmonlik faoliyati bilan bog`liq safar turi.

Fam-tur, fam-sayohat. Imtiyozli turizm bo`lib, turistik agentlik yoki raqobatchi aviakompaniyalarni muayyan turistik yo`nalish yoki markaz bilan tanishtirish maqsadida tashkil etiladi. Bu turizm reklama turizmi ham deyiladi.

Fitnes-tur (fitness-tour) – turistni jismoniy va ruhiy sog`lomlashtirishga yo`naltirilgan maxsus turizm. Bunday safar o`z ichiga jismoniy mashqlarni (aerobika, akva-aerobika, raqs), parhez, yoga mashqlarini oladi. Fotosafari

Shvedcha stol -kafe va restoranlarda o`z-o`ziga xizmat ko`rsatish shakli. Tashrif buyuruvchilar yagona belgilangan narxlarda zalga qo`yilgan ovqatlardan istalgan miqdorda va xohishiga ko`ra tanavvul qilishlari mumkin.

Xulosa qilib aytganda, o`zbek tili turizm terminologiyasining boyib borishi mustaqillikdan keyingi davrlarda yanada jadallashdi. Bugungi globallashuv davriga kelib esa nolisoniy omillar hisobiga uning tarkibi yana kengaymoqda. Izohli lug`atlarda, turistik terminlar uchun

tuziladigan maxsus lug'atlarda terminlarning berilishi va izohlanishi o'quvchining shu fanga doir eng zaruriy va umumiy tushunchalar bilan tanishishiga, uning bilim saviyasini oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Mirzayev M., Aliyeva M. Turizm asoslari. – Toshkent, 2011. 6.
2. Виноградова Л. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах: автореф. дисс. ...канд.филол.наук. – Великий Новгород, 2011.
3. Мадвалиев А. Ўзбек терминологияси ва лексикографияси масалалари. – Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2017.
4. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. – Тошкент: Ўзбекистон миллий