

**Farmonov Firdavs Furqat o'g'li
Marupova Gulnoz Umarjonovna
BuxDu**

XALQARO TURIZMGA OID ATAMALARNING LEKSIK SEMANTIK XUSUSIYATLARI

Annotatsiya: Ushbu maqola xalqaro turizm sohasida ishlatiladigan atamalarning leksik-semantik xususiyatlarini o'rganishga bag'ishlangan. Tadqiqot doirasida turizm terminologiyasining shakllanishi, rivojlanishi va hozirgi holati tahlil qilinib, atamalarning semantik mazmuni va qo'llanilish doirasi o'rganilgan. Shuningdek, xalqaro turizm atamalarining tarjima muammolari va ularni bartaraf etish yo'llari ham ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: Xalqaro turizm, atamalar, leksik-semantika, terminologiya, tarjima.

ЛЕКСИКО СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ ОТНОСЯЩИЕСЯ К МЕЖДУНАРОДНОМУ ТУРИЗМУ

Аннотация. Данная статья посвящена изучению лексико-семантических особенностей терминов, используемых в сфере международного туризма. В рамках исследования проанализировано становление, развитие и современное состояние терминологии туризма, изучено семантическое содержание терминов и сфера их применения. Рассмотрены также проблемы перевода терминов международного туризма и пути их преодоления.

Ключевые слова: Международный туризм, термины, лексико-семантика, терминология, перевод.

LEXICAL AND SEMANTIC FEATURES OF TERMS RELATED TO INTERNATIONAL TOURISM

Abstract: This article is devoted to the study of the lexical-semantic properties of terms used in the field of international tourism. Within the framework of the study, the formation, development and current state of Tourism terminology are analyzed, and the semantic content and scope of application of terms are studied. Translation problems of international tourism terms and ways to overcome them have also been addressed.

Keywords: International tourism, terms, lexical-semantics, terminology, translation.

KIRISH

Xalqaro turizm bugungi kunda jahon iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismiga aylandi. Turizm sohasining jadal rivojlanishi bilan bir qatorda, bu sohada qo'llaniladigan atamalar ham kengayib bormoqda. Turizm terminologiyasi alohida leksik qatlam sifatida shakllangan bo'lib, o'ziga xos xususiyatlarga ega [1]. Ushbu maqolada xalqaro turizmga oid atamalarning leksik-semantik jihatlari tadqiq etilgan.

Xalqaro turizm sohasi terminologiyasi doirasida bir qator tadqiqotlar olib borilgan bo'lsa-da, atamalarning leksik-semantik xususiyatlari yetarlicha o'rganilmagan. Mavjud tadqiqotlar ko'proq turizm atamalarining tarjimasi va lug'at tuzish masalalariga bag'ishlangan [2,3,4]. Shu bois, ushbu

maqola xalqaro turizm atamalarining ma'noviy xususiyatlarini chuqur tahlil qilish orqali mavzuning dolzarbligini ko'rsatishga harakat qiladi.

Tadqiqotning asosiy maqsadi xalqaro turizmga oid atamalarning leksik-semantik jihatlarini o'rganish, ularning shakllanishi va rivojlanish tendentsiyalarini aniqlashdir. Shuningdek, turizm terminologiyasining tarjima muammolarini ham ko'rib chiqish ko'zda tutilgan.

USULLAR VA ADABIYOTLAR TAHLILI

Tadqiqot doirasida xalqaro turizm sohasiga oid ilmiy manbalar, lug'atlar va internet resurslari tahlil qilindi. Atamalarning semantik mazmunini o'rganish uchun komponent tahlil usuli qo'llanildi [2]. Shuningdek, qiyosiy-tipologik metoddan foydalanib, turli tillardagi turizm atamaları qiyoslandi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizm terminologiyasi faol rivojlanayotgan sohalaridan biri hisoblanadi [3]. Bir qator tadqiqotchilar turizm atamalarining shakllanishi va rivojlanishi masalalarini o'rgangan [4], [5]. Biroq, xalqaro turizm atamalarining leksik-semantik xususiyatlari alohida tadqiqot obyekti sifatida kam o'rganilgan.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalariga ko'ra, xalqaro turizm atamalarini bir necha semantik guruhlarga ajratish mumkin:

- Turizm infratuzilmasi bilan bog'liq atamalar: mehmonxona, hostel, kemping, restoran, transfer va boshqalar.
- Turizm xizmatlari va mahsulotlari bilan bog'liq atamalar: sayohat paketi, ekskursiya, gid, animatsiya, vaucher va hokazo.
- Transport vositalari va logistikaga oid atamalar: aviachiptalar, charterlar, kruizlar, rent-a-car va boshqalar.
- Turizm bozori va marketingiga oid atamalar: turizm destinatsiyasi, turizm operatori, turagentlik, reklama kampaniyasi va hokazo.

Shuningdek, tadqiqot davomida xalqaro turizm atamalarining aksariyati chet tillaridan o'zlashgan so'zlar ekanligi aniqlandi. Ko'plab atamalar ingliz tilidan kirib kelgan bo'lib, ular orasida "tour", "booking", "hotel", "resort" kabi so'zlar keng tarqalgan [6].

TAHLIL VA MUHOKAMA

Xalqaro turizm atamalarining leksik-semantik xususiyatlarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ushbu terminologiya tizimida sinonimiya, omonimiya va polisemiya hodisalari kuzatiladi. Ayrim atamalar bir necha ma'noni ifodalashi mumkin. Masalan, "tour" so'zi sayohat, ekskursiya, sayr ma'nolarini anglatadi [7].

Bundan tashqari, turizm atamalarini tarjima qilishda muayyan qiyinchiliklar yuzaga kelishi mumkin. Ba'zi atamalarning ekvivalenti boshqa tillarda mavjud emas yoki tarjimada ma'no noaniqliklariga olib keladi. Tarjimonlar bunday hollarda tushuntirish, izoh berish yoki transliteratsiya usullaridan foydalanishlari lozim [8].

Xalqaro turizm atamalarining yana bir o'ziga xos jihati shundaki, ular ko'pincha boshqa sohalar bilan uzviy bog'liqdir. Masalan, turizm marketingi, menejment, geografiya, madaniyatshunoslik

kabi yo'nalishlarga oid atamalar ham uchraydi. Bu esa turizm terminologiyasining interdisiplinar xarakterga ega ekanligini ko'rsatadi.

Tadqiqot davomida xalqaro turizm atamalarining pragmatik jihatlari ham e'tiborga olindi. Ayrim atamalar muayyan kontekstda ishlatilganda, stilistik bo'yoqdorlikka ega bo'lishi mumkin. Masalan, "luxury tourism" (hashamatli turizm), "adventure tourism" (sarguzasht turizmi) kabi atamalar reklama va marketing maqsadlarida qo'llaniladi.

Shuningdek, turizm atamalarining lingvomadaniy xususiyatlari ham muhim ahamiyat kasb etadi. Har bir mamlakatning o'ziga xos turizm terminologiyasi mavjud bo'lib, ular milliy-madaniy o'ziga xosliklarni aks ettiradi. Masalan, yapon tilida "onsen" (issiq buloqlar), "ryokan" (an'anaviy mehmonxona) kabi atamalar keng qo'llaniladi.

Xalqaro turizm atamalarini standartlashtirish va unifikatsiya qilish masalasi ham dolzarb hisoblanadi. Turizm sohasida faoliyat yurituvchi xalqaro tashkilotlar, jumladan, Jahon turizm tashkiloti (UNWTO) turizm atamalarining yagona tizimini yaratish borasida ishlar olib bormoqda. Bu esa xalqaro miqyosda turizm terminologiyasidan samarali foydalanish imkonini beradi.

XULOSA

Xalqaro turizm atamalarining leksik-semantik xususiyatlari tadqiqoti quyidagi xulosalarni chiqarishga imkon berdi:

- Xalqaro turizm terminologiyasi alohida leksik qatlam bo'lib, doimiy ravishda boyib bormoqda.
- Turizm atamaları bir necha semantik guruhlarga bo'linadi va ular orasida sinonimiya, omonimiya va polisemiya hodisalari kuzatiladi.
- Xalqaro turizm atamalarining aksariyati chet tillaridan, ayniqsa, ingliz tilidan o'zlashtirilgan.
- Turizm atamalarini tarjima qilishda ekvivalentlik muammosi mavjud bo'lib, uni hal qilish uchun tushuntirish, izoh berish va transliteratsiya usullaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Ushbu tadqiqot xalqaro turizm sohasida atamalardan to'g'ri va o'rinli foydalanish, shuningdek, tarjima jarayonida yuzaga keladigan muammolarni bartaraf etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

REFERENCES

1. Cabré, M. T. (1999). Terminology: Theory, methods, and applications. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
2. Cruse, D. A. (1986). Lexical semantics. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Beaver, A. (2005). A dictionary of travel and tourism terminology. Wallingford: CABI.
4. Manca, E. (2016). Persuasion in tourism discourse: Methodologies and models. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
5. Dann, G. (1996). The language of tourism: A sociolinguistic perspective. Wallingford: CAB International.
6. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>
7. Гафуров, Б. З. ЎЗБЕК ТИЛИДАГИ ОТ СЎЗ ТУРКУМИ СЕГМЕНТ ФОНОСТИЛИСТИК ХУСУСИЯТЛАРИНИНГ БАДИИЙ АДАБИЁТ ОРҚАЛИ ТАҲЛИЛИ АНАЛИЗ КАТЕГОРИЙ СЕГМЕНТНОЙ ФОНОСТИЛИСТИКИ ИМЕНИ СУЩЕСТВИТЕЛЬНОГО В УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ НА ОСНОВЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ. *ANIQ VA TABIIY FANLAR MUNDARIJA.*

8. Гафуров, Б. З. (2009). Роль сокращения фонемного состава слова в образовании сегментных фоновариантов существительных русского, узбекского и английского языков. *Современные гуманитарные исследования*, (6), 124-126.
9. Гафуров, Б. З. (2010). Презентация фоностилистики в узбекском языкознании (на материале фоновариантов имён существительных). *Modern Turkluk Arastirmalari Dergisi.–Ankara, Turkiye*, 7, 68-83.
10. ГАФУРОВ, Б. (2014). Проблематика фоностилистики в русском, узбекском и английском языкознании. *Узбекистонда хорижий тиллар. Илмий–методик электрон журнал.-Тошкент*, (3), 125-133.
11. Гафуров, Б. З. (2021). АНАЛИЗ ЛИНГВОСТАТИСТИЧЕСКОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКЦЕНТНЫХ ФОНОВАРИАНТОВ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ РУССКОГО ЯЗЫКА. *МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА*, 4(1-1).
12. Gafurov, B. Z. (2022). Neologisms and their functions in the field of medicine. *Journal of intellectual property and human rights*, 1(08), 41-44.
13. Gafurov, B. Z. (2022). Sociolinguistics and its functions in modern linguistics. Economy and innovation. Vol. 26. *Poznan, Taxes USA*, 92-95.
14. Zakirovich, G. B. (2022). Service Parts of Speech as an Important Component of Advertising Text in Russian and Uzbek Languages (By the Material of Advertising in the Sphere of Medicine). *European Multidisciplinary Journal of Modern Science*, 3, 1-7.
15. Zakirovich, G. B. (2023). SPECIFICATION OF ERROR CORRECTION IN LANGUAGE LEARNING PROSESS. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 7.429, 12(05)*, 8-13.
16. Карпова, О. В. (2011). Language for specific purposes: Theory and practice. Moscow: Academia.
17. Марупова, Г. (2024). Терминология Спортивного Туризма Русского И Узбекских Языков. *Journal of Innovation in Education and Social Research*, 2(2), 17-20.
18. Umarjonovna, M. G. (2023). Linguistic features of sport tourism. *Excellencia: International Multi-disciplinary Journal of Education (2994-9521)*, 1(5), 243-247.
19. Марупова, Г. (2023). ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИЗМА. *Молодые ученые*, 1(12), 24-26.
20. Sulaiman, M. Z., & Wilson, R. (2019). Translation and tourism: Strategies for effective cross-cultural promotion. Singapore: Springer.