

INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA MEHMONXONA TERMINOLOGIYASI VA TURIZMNING RIVOJLANISH BOSQICHLARI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8071908>

Sabina Sobirjonovna Mirbabaeva

Alfraganus University

Xorijiy til (ingliz tili) katta o'qituvchisi

Annotatsiya

Maqolada ingliz va o'zbek tillaridagi turizm terminlarning xususiyatlari tahlil etilgan. Shuningdek, turizm terminlarining o'xshash mezonlar ham ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar

Ingliz tili turizm terminologiyasi, terminlarning tasniflanishi, turizm terminlari, terminologiya, terminologik tizim, qiyosiy-ilmiy tahlil.

DEVELOPMENT STAGES OF HOTEL TERMINOLOGY AND TOURISM IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES

Sabina Sobirjonovna Mirbabayeva

Alfraganus University,

Foreign languages (English) Senior Teacher

Annotation

The article deals with the classification of legal terms in English and Uzbek languages offered by linguists. The author discusses corresponding criteria of law terms in the conception of lawyers and linguists.

Keywords

English tourism terms and terminology, classification of terms, terminology, terminology system, comparative analysis.

Til ma'naviy merosimizni asrash va boyitishning asosiy vositasi hisoblanadi. Har bir soha yoki hodisaning tarixi, rivojlanishi va kelajagi albatta til bilan chambarchas bog'liqdir. Hozirgi kunda tilshunoslikning boshqa sohalari qatori, terminologiya sohasi ham tilshunoslik rivojida muhim o'rin tutadi. Bu boradagi nazariy va amaliy atamalar soni yildan-yilga ortib bormoqda. Terminologiyani o'rganishning dastlabki motivatsiyasi texnologiya motivi kabi o'z-o'zidan paydo bo'lgan va fanning paydo bo'lishining motivi kabi nazariy edi. XXI asrda

texnologiya va kommunikatsiyalarning bir paytda sezilarli darajada rivojlanishi natijasida, ushbu o'sish davrida terminologiya ko'plab rivojlanishlar bilan bog'liq bo'lgan ba'zi qiyinchiliklarni yengish uchun zarur vosita sifatida qaraldi.

Faqat XX asrda atamashunoslik ilmiy yo'nalishga ega bo'lib, ayni paytda ijtimoiy ahamiyatga ega faoliyat sifatida tan olindi. Hozirgi zamonaviy turizm ekstremal, ekzotik, gastronomik va ajoyib turlarni o'z ichiga qamrab oladi. Yorqin va totli ta'mni 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. Amerikalik olimlar B. Jozef Payn II va Jeymos Gilmor taassurotlarni to'rtinchi iqtisodiy taklif sifatida o'rganishganda shunday xulosaga kelishdi "taassurotlar ekonomikasi o'ziga hos xususiyatlarga ega. Inson taassurot sotib olayotganda, o'z tuyg'ulari va hissiyotlari uchun pul to'laydi". Bunday taassurotlarni insonlarga taqdim qilishda gastro-turlar tashkil etiladi. Bundan maqsad turli mamlakatlarning mahalliy oshxonasi va milliy taomlarning urf-odatlarini bilan tanishtirish, shuningdek ekzotik va o'zgacha ta'mlarni ta'tib ko'rish. Gastronomik turizmning oddiy turizmdan farqi shundaki gastronomik turizmدا turistlar taomlarning o'zgacha ta'mi va taom tayyorlanish an'analari bilan tanishadi.

Gastronomik turizm iborasi maxsus adabiyotlarda turlicha talqin qilinadi "culinary tourism" - "pazandalik turizmi", "food tourism" - "oziq-ovqat turizmi", "gastronomic tourism" - "gastronomik turizm". Birinchi bor "culinary tourism" - "pazandalik turizmi" iborasini 1998 yilda Ogayo shtatidagi "Bowling Green" universiteti dotsenti L. Long "Insonlar boshqa madaniyatlarni ularning mahalliy taomlari orqali anglashadi" degan g'oyani targ'ib qilishda muomalaga kiritgan. Erik Vulf Xalqaro oziq-ovqat turizm tashkiloti boshlig'i "Gastronomik turizm bu - butun dunyo bo'ylab o'ziga xos, unitilmas, noyob taomlar va ichimliklarni izlash va rohatlanishdir. Ekzotik ta'mni izlab butun bir dunyoni sayohat qilish shartmas, o'z shahrida ham gastronomik tur uyushtirish mumkin. O'z ona shahri bo'ylab ham sayohat qilish mumkin. Biz yengib o'tadigan masofa, biz doimo harakat qilayotganimiz kabi muhim emas. Shunday qilib, biz barchamiz "Sayohatchilarmiz" va "eyuvchilarmiz", o'zimizni gastronomik turistlar deb hisoblasak ham bo'ladi" deb ta'kidlab o'tgan.

Turizm terminologiyasi ham so'nggi yillarda jadal rivojlanib borayotgan terminlar tizimidan biridir. Termin - bu ma'lum bir tilning ma'lum bir maqsad uchun mo'ljallangan leksik birligi bo'lib, u ma'lum bir bilim yoki faoliyatning umumiy - o'ziga xos yoki mavhum - nazariyasini belgilaydi. Avvalo, "turizm" atamasining tarixiga nazar solsak, ushbu atama insonning nafaqat hayotiy

ehtiyojlarini qondirish, balki dam olish imkoniyatini ham tushunish bilan birga paydo bo'lgan." Shu jumladan, turizm sohasi shubhasiz har bir mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning yetakchi omillaridan biridir. Ushbu sohaga bo'lgan talab yildan yilga ortib bormoqda desak hech ham mubolag'a bo'lmaydi.

"Turizm" so'zi XIX asrda fransuz tilidan ingliz tilidan olingan bo'lib, tor ma'noda maxsus dam olish harakati ma'nosini beradi, ammo keng mazmuni dunyoni bilish, sog'lom turmush tarziga intilish, yangi his-tuyg'ularni olishdir. So'zning kelib chiqishi fransuzcha "tourisme" so'zi bilan bog'liq bo'lib, "tur" - sayohat, yurish ildizidan olingan. So'zning asosiy ma'nosi XIX asrgacha - aylana, aylanish degan ma'noda qo'llangan. Shuningdek, turoperatorlar xizmatini inkor qiladigan turistlar segmentini jalb qilishga oid chora-tadbirlar, ya'ni O'zbekiston turizm vakolatxonalarini sayyohlarni vujudga keltiruvchi asosiy makonlarda ochish va mustaqil uyushgan sayyohlar segmentini mamlakatimizga jalb qilish, gastronomik turizmni tashkil ishlarini amalga oshirish talab etiladi. Fikrimizcha, mustaqil uyushgan sayyohlar gastronomik turizm bilan bog'liq tadbirlar qatnashish xususiyatiga ega.

Oziq-ovqat sanoati bilan bog'liq inglizcha atamalar bitta so'zlarni va maxsus so'z birikmalarini o'z ichiga oladi. Ingliz turistik atamalarining shakllanishi va rivojlanishi turizmga oid ilmiy adabiyotlarni tahlil qilishimizga ko'ra (Makarenko, Zorin) ingliz turizmi tarixini ingliz terminologiyasining shakllanish bosqichlariga mos keladigan to'rt bosqichni ajratishgan. Bu davrlarga bo'linishning negizida turizmning turli rivojlanish bosqichlarida amalga oshirilishi mumkin bo'lgan iqtisodiy va ijtimoiy asoslari, shartlari hamda maqsadli vazifalari yotadi.

Birinchi bosqich - "turistik faoliyat prototipi" - antik davrdan XIX asr oxirigacha bo'lgan davrni o'z ichiga oladi, bu davrda inglizlarning sayohat qilishlarining asosiy sabablari savdo, tibbiyot va nisbatan kamroq hollarda ta'lim bo'lgan. XXI asrda Angliyada Grand Tour mashhur bo'lib, "boy odamlarning Yevropa qit'asi bo'ylab sayohati" degan ma'noni anglatadi. Bu bosqichda ingliz tilida hozirda o'rganilayotgan turizm atamalarining atigi 6 foizi shakllantirilgan. Tibbiy turizm Grand Touring mashhurligi ingliz tilida transport va joylashtirish vositalariga ishora qiluvchi turizm atamalarining paydo bo'lishiga olib keldi: kurort, marshrut, mehmonxona, vagon, ekskursiya, bort va boshqalar. Bunda bu leksik birliklarni beruvchi nominatsiyalar adabiy tildan olinadi. Masalan, umumiy adabiy tilda kurort so'zi "yordam yoki yordam so'ragan narsa" ma'nosini anglatgan bo'lsa, keyinchalik "odamlar dam olish uchun boradigan joy" ma'nosi bilan atamaga aylangan.

Birinchi bosqich haqida gapirganda, turizm va turizm terminologiyasining keng miqyosda rivojlanishida bu bosqich muhim ahamiyat kasb yetmaganligini qayd etish lozim.

Ikkinchi bosqich – “ommaviy turizm rivojining boshlanishi” butun XIX asrni qamrab oladi va bu bosqichda turizmni boshqarish usullari, moddiy-texnik bazasi yuzaga kela boshladi va, albatta, atamalar tizimi yanada takomillashtirildi.

Aynan shu bosqichda «turizm» va «turist» atamalari shakllandi. Hozirgi kunda madaniy soʻzlarning xalqaro miqyosida ishlatilishi va tilimizga kirib kelishi va ommalashib borishi tabiiy holga aylangan. Oʻzbek tilidagi tamaddixon, qahvaxona, soʻzlari, hozirgi kunga kelib Lingvomadaniyatshunoslik globallashuv taʼsirida restoran, kafe deb ishlatilmoqda. Bundan tashqari restoran va kafe xizmat koʻrsatish sohasidagi taomnoma soʻzi ham hozirda menyu deb yuritilmoqda.

Aynan turizmga oid terminlarni tadqiqiga bagʻishlangan ishlarda terminlarning leksikografik talqiniga, ularning tarjimada berilishi va tillararo chogʻishtirilishiga bagʻishlangan boʻlib, oʻzining ilmiy va amaliy ahamiyati bilan eʼtiborga molikdir. Mustaqillik yillarida turizmni rivojlantirishga katta eʼtibor berilganligi, nafaqat turizm sohasini rivojlanishiga, balki shu sohaga oid lingvistik, leksikografik muammolarni hal etilishiga qaratilgan loyihalar, ilmiy tadqiqot ishlarining amalga oshirilishiga olib keldi va turizmga oid terminlarning yanada chuqurroq oʻrganilishiga olib keldi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Yakhshieva Z. Djumabaeva J.Sh. Agritourism as a type of Tourism. EPRA International Journal of Multidisciplinary Research IJMR Vol.6 August 2020. 458- 459 P.
2. 14. Yakhshieva Z. Features of the formation and development of Tourism and its terminology. International scientific-practical conference. XXI century skills in language teaching and learning. Jizzakh. April 24. 2020. 478-480 P.
3. Yakhshieva Z.Sh. Djumabaeva J.Sh. Babadjanova G.B. Terms of tourism in English and Uzbek vocabulary. Xorijiy tillarni oʻqitishning dolzarb muammolari. International scientific-practical conference. Fargʻona. 10 aprel. 2019. B. 274-276 p.p.
4. Yakhshieva Z. Linguistic Features of Tourism vocabulary. Science and Beyond Publishing UK. British journal for social and economic research. Vol.3. Issue 5. October 2018. 15-18 p.

5. Xoshimova Dilnoza Ruxsiboevna. Talabalarda ingliz tilidagi xissiy-ekspressiv nutqni mnemonik baza asosida tezkor o`stirish ijtimoiy-pedagogik hodisa sifatida. № 13-020 Ilm sarchasmalari 2019-2.

6. International Scientific-Practical Distance Conference. «The 21st Century Skills for Professional Activity». 2021/I 15. TEACHING FOREIGN LANGUAGE USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY IN PEDAGOGICAL ASPECTS. Rakhim Ayatov, Bekjan Akhmedov. Chirchik State Pedagogical Institute of Tashkent region.

7. Djurayeva, Y., Ayatov, R., & Shegay, A. (2020). Current Problems and Resolutions of Teaching English Grammar. Academic research in educational sciences, 1(3).