

MULOQOT AKTI TARJIMALARINING TARIXIY TURIZMNI TASHKILLASHTIRISH VA TARG'IB QILISHDAGI IMKONIYATLARI

Yo'ldashov Elyorbek Kaxramonovich
Roman-german filologiyasi kafedrasini o'qituvchisi,
Urganch davlat universiteti

РОЛЬ ПЕРЕВОДА АКТА ОБЩЕНИЯ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ В ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИИ ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Йулдошов Элёрбек Кахрамонович,
учитель кафедры Романо-германской филологии,
Ургенчский государственный университет

THE ROLE OF TRANSLATION IN THE ACT OF COMMUNICATION IN FOREIGN LANGUAGES IN THE ORGANIZATION AND PROMOTION OF HISTORICAL TOURISM

Yuldoshov Elorbek Kakhramonovich, Teacher of the Department
of Romano-Germanic Philology, Urgench State University

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizmni targ'ib qilishda sohaga oid materiallarni tarjima qilish jarayonidagi muhim vazifalar va sayyohlarni yurtimizga jalb qilishda turizm terminlarining o'rni tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: turizm terminologiyasi, xalqaro turizm, lingvomadaniyat, turizm turlari, sayyoh, atama, og'zaki muloqot.

Аннотация. В данной статье анализируются важные задачи в процессе перевода материалов, связанных с областью продвижения туризма и роль туристических терминов в привлечении туристов в нашу страну.

Ключевые слова: туристская терминология, международный туризм, лингвокультура, виды туризма, турист, термин, устное общение.

Annotation. This article analyzes important tasks in the process of translating materials related to the field of tourism promotion and the role of tourism terms in attracting tourists to our country.

Key words: tourist terminology, international tourism, linguistic culture, types of tourism, tourist, term, oral communication.

Kirish. Jahonda milliy qadriyatlarni asrash, ulardan uzluksiz ma'naviy-ruhiy quvvat olish, tafakkurni rivojlantirishdan o'zlikni anglashda samarali foydalanib kelinadi. Milliy tarix milliy ma'naviyatning o'zagi hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan xalqlar o'z tarixini yaxshi bilishga, undan ibrat olishga intiladi.

Dunyoda barcha millat va elatlar o'z tarixi bilan faxrlanadi. Kelajakni yaratishda tarixiy

tajribalardan foydalanadi. Markaziy Osiyo xalqlari ijtimoiy-falsafiy tafakkuri tarixining ana shu qimmatli merosini chuqur va har tomonlama o'rganish va ham yosh avlodga, ham xorij mamlakatlari qiziquvchilariga yetkazish nihoyatda muhim ahamiyatga egadir.

Turizm jahon xizmatlar bozoridagi eng yirik sohalardan biri bo'lib, u muqarrar ravishda ijtimoiy hayotning barcha jabhalariga, jumladan,



elyorbek.yuldoshov@urdu.uz

tilga ham ta'sir qiladi. Xalqaro turizmning rivojlanishi ushbu sohada professional muloqotning kuchayishiga olib keldi. Turizm muloqot jarayonidan faol foydalanuvchilar turizm mutaxassislari, sayyohlar va mahalliy aholidir.

Turizm ayrim mamlakatlarda, ayniqsa janubda iqtisodiy daromadning yetakchi tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Xalqaro turizmni rivojlantirish, mahalliy va xorijiy kompaniyalar o'rtasidagi hamkorlik bevosita atamalarni tarjima qilishni, soha terminologik lug'atlarini yangi tushunchalar asosida tuzishni taqozo etadi. Madaniyatlararo va tillararo muloqot uchun ekvivalentlik asosiy fundamental element hisoblanadi. Biroq turizm atamalarini tarjima qilishda asliyatning mazmunini to'g'ri yetkazish qiyin. Ushbu jarayonda so'zlarni tarjima qilish uchun olimlar tarjimada keng yoki tor yondashuvdan foydalanadilar. Keng yondashuv eng ommabop hisoblanadi, chunki u turizm tushunchalarini ham, turli muassasalar, xizmatlar va reklama matnlarini ham o'z ichiga oladi. Turistik salohiyatga ega har bir xalq turli davlatlardan tashrif buyuradigan, mahalliy xalq tili va madaniyatidan bexabar xorijlik mehmonlarni qabul qilishdan oldin ularga tarjima qilingan ma'lumotlarni taqdim qiladi. Tarjima tufayli ular mezbon mamlakat tarixi va madaniyati bilan tanishishlari mumkin.

Adabiyotlar tahlili va metod. Turizm muloqot tili bo'yicha xorij va yurtimiz olimlari tomonidan qilingan tadqiqotlarga murojaat qilindi, ularning ilg'or fikrlariga tayanildi. Masalan, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti olimlari tomonidan chop qilingan "Turizmning maxsus turlari" nomli usluboy qo'llanmasi (R.Hayitboyev, R.Amriddinova. Samarkand. 2008.), Ledina Merkajning Tourist communication: a specialized discourse with difficulties in translation, European Scientific Journal December, Albania, 2013 nomli asari, Moshnyaga E.V.ning Glossary of tourist terms: dictionary of English-Russian and Russian-English correspondences kitobi, S.Bagirovaning "Turizm terminlarining o'zbek, rus va ispan tillarida qo'llanishi// Zamonaviy roman-german tilshunosligi va tillarni o'qitishda yangi pedagogik texnologiyalar. Respublika ilmiy-amaliy anjumani

materiallari. – Samarqand, 2018-maqolasi,(Translating Culture-specific Items in Tourism Brochures Enikő Terestyény) In SKASE Journal of Translation and Interpretation [online]. 2011, vol. 5, no. 2 [cit. 2011-11-21]. Available on web page . ISSN 1336-7811 dagi ma'lumotlari, M.Ismoilovanning "Turizmga oid leksikaning lingvomadaniy jihatlarida tarjimaning nazariy va amaliy masalalari" tadqiqotidagi mulohazalari tahlilga tortildi. Ushbu kichik tadqiqot ishi qiyosiy tahlil usulida malga oshirildi.

Muhokama. Turizmning barcha turlari ishlab chiqarish va insoniyatning ijodi va yaratuvchilik sohalaridan kelib chiqqan. Ziyoratgoh joylar, tarixiy obidalar, diniy rahnamolarning dahmalari jahonning mashhur kishilari hayoti haqida hikoya qiluvchi muhim manbalardir. Faqatgina ekologik turizm turlari tabiat mahsuli hisoblanadi. Ishlab chiqarish sohalarining yoki insonlar guruhining mo'jizakor, mukammal va hayratomuz ko'rinishga ega bo'lgan mahsulotlari, inshootlari insonlar oqimini o'ziga jalb qilishi turizm sohasini keltirib chiqardi, soha turlarining ko'payib borayotganligi ham ana shu omillarga bog'liq.

Butunjahon turizm tashkiloti (World tourism organization) – turizmning beshta turini istiqbolli yo'nalish deb e'lon qilgan. 1. Sarguzasht turizmi. Bu tur asosan tog' cho'qqilariga chiqish, suv osti kemalarida sayohat qilish va "yerning oxiri"ga sayohat kabi yo'nalishlarda rivojlanib bormoqda. O'zbekistonda bu turni tog' so'qmoqlari, cho'llar bo'ylab va Orol dengizi joylashgan hududga sayohat marshrutlari bo'yicha rivojlantirish mumkin. 2. Dengiz va suv havzalari bo'ylab sayohat turizmi. 3. Madaniyatni o'rganish turizmi: a) diniy ziyoratgoh turizmi; b) madaniy-tarixiy turizm. 4. Ekoturizm. 5. Mavzuli turizm: a) iqlimni o'rganish; b) hayvonot olamini o'rganish; v) o'simlik dunyosini o'rganish; g) paleontologiyani o'rganish.

Turizmning maxsus turlari haqida mamlatimizda birinchi so'zni aytgan va bu turlarning dastlabki ro'yxatini tuzgan M.T.Aliyeva hisoblanadi. M.T.Aliyeva turizmdagi maxsus turlarni quyidagicha qayd qilgan: 1. Madaniyatga qiziqish turizmi. 2. Tabiatga qiziqish turizmi. 3. Qishloq turizmi. 4. Fermerlar hayoti turizmi. 5. Piyoda va

velosipedda harakatlanish turizmi. 6. Ixtisoslashgan motivlardagi turizm. 7. Etnik turizm. 8. Diniy ziyoratgoh turizmi 9. Kasbiy faoliyat turizmi. 10. Sogʻinish turizmi. 11. Sarguzasht turizmi. 12. Ekologik turizm [1].

Muhammad Zayn Sulaymon madaniyatlararo turizm terminlarini tarjima qilishda 4 ta mezonga amal qilish kerakligini taʼkidlagan. Ular quyidagicha: 1) tarjimon tarjima tilining bevosita ishtirokchisi yoki mahalliy soʻzlovchisi boʻlishi lozim. Chunki, shu tilning barcha maʼnolarini mahalliy soʻzlovchigina toʻliq bilib, samarali tarjima materiallarini tuzishi mumkin boʻladi; 2) mahalliy madaniyat sharoitini oʻrganish turizm xizmatidagi ehtiyoj xohishlarni oldindan aniqlab, shunga koʻra tarjima materiallarini yaratishga imkon beradi; 3) oʻrganuvchilar uchun tushunarli va taʼsirchan material matnlarini yaratishda ijodkorlik qobiliyatining boʻlishi ham muhim; 4) tarjima qilinayotgan turizm materiallari toʻgʻrisida mukammal bilim va koʻnikmaga ega boʻlishi mahsulotning sifatli va aniq qilib oʻquvchiga yetkazib berishda muhim hisoblanadi [2].

21-asrning boshlarida oʻzbek tadqiqotchilari jamiyatining turizm sohasiga qiziqishi sezilarli darajada oshdi, bu ijtimoiy va iqtisodiy oʻzgarishlar bilan bogʻliq. Bugungi kunga qadar tilshunoslik sohasida turizmning lugʻat va terminologiyasini tahlil qilishga bagʻishlangan yetarli miqdorda asarlar nashr etilgan. Turizm terminologiyasini ham keng, ham tor maʼnoda koʻrib chiqish mumkin. Tor maʼnoda turizm terminologiyasi turizm industriyasidagi turizm faoliyati bilan bogʻliq soʻzlarni oʻz ichiga oladi. Ilmiy lingvistik adabiyotlarda turizm terminologiyasini keng maʼnoda izohlash koʻproq uchraydi. B.Osadinning fikricha, “turistik lugʻatdan foydalanish sohasi ham haqiqiy terminologik tizimni, ham yoʻl-yoʻriqlar, broshyuralar, reklama shiorlari va hokazolardagi turli xil yozma matnlarni oʻz ichiga oladi”[3].

Turizmga oid materiallar bilan ishlahimizda biz ushbu sohaning tili, yaʼni turizm tilidan foydalanamiz. Ammo bu jarayon bir qator birlamchi murakkabliklar bilan boshlanadi, masalan, dastlab, mamlakatga tashrif buyuruvchi sayyohlarga shahar (tarixiy va zamonaviy binolar, taom va ovqatlanish joylari, libos, odatlar, mahalliy aholi va

boshqalar) haqidagi ilk taassurotlarini shakllantirishda yordam berib, reallikni ochib beruvchi materiallar (flaer, broshyura, veb sayt kabilar) tayyorlashdir. Ular realiyalar deb ataladi [4]. Bular ustida ishlash albatta malaka talab qiladi.

Bugungi kunda mamlakatimizda turizm sohasiga oid terminologiya rivojlanish bosqichida boʻlib, bu jarayonda xalqaro muloqotning butun dunyoda tan olingan vositasi sanalgan ingliz tili turizm terminologiyasida muhim rol oʻynamoqda.

Turizm terminlarini oʻzbek tiliga oʻgirishda va oʻzlashtirishda ilmiy qiziqishni oshiruvchi koʻplab turizm atamaları ishlab chiqilmoqda. Tarjima jarayonida duch kelinadigan muammolar tarjimonlardan yanada chuqur bilim va malaka talab qilmoqda. Turizm sohasiga oid materiallarni tarjima qilish jarayonida aynan bitta metoddan foydalanib mukammal tarjima qilib boʻlmasligi aniq, chunki isteʼmolchi odatda sohaning mutaxassisi emas balki nomutaxassis aholi hisobdanadi. Shu sababli turizmga oid materiallarni madaniy jihatlarini saqlab qolgan holda tarjima qilish va tarjima metodlaridan kerakli oʻrinda foydalanish tarjimondan yuqori bilim va koʻnikma talab qiladi.

“Tarjima - bu yozma xabar yoki bayonotni almashtirishga urinishdan iborat hunarmandchilikdir” [5](Newmark 1981: 7). Biroq, madaniyatga xos narsalar bilan bu koʻpincha imkonsiz boʻlib tuyuladi, chunki bu iboralardan tashqarida joylashgan maʼnolar har doim maʼlum bir madaniy kontekst bilan qattiq bogʻlangan.

Qaysi soʻz va iboralar madaniyatning oʻziga xos obʼektlari deb hisoblanishi har doim ham aniq emas, hatto tarjima adabiyotida bu narsalar uchun bir nechta nomlar mavjud: realiya, madaniyatga xos narsalar va madaniy jihatdan bogʻlangan narsalar. Realia soʻzi lotin tilidan kelib chiqqan va “haqiqiy narsalar” degan maʼnoni anglatadi. Bu maʼnoda soʻz materialning obʼektlarini bildiradi. Tarjimashunoslik sohasida realiyani, shuningdek, madaniy jihatdan bogʻlangan, madaniyatga xos iboralarni osongina aniqlab boʻlmaydi. Ular nafaqat predmetlarni, balki soʻzlarni ham anglatadi, maʼlum bir madaniyat bilan bogʻliq boʻlgan tushunchalarni bildiradi.

Ingliz tadqiqotchilari Vlixov, Florin, Tellinglar realiya haqida gapiradi va ushbu

ob'ektlarni quyidagicha tasniflaydi: 1) geografik (geografik shakllanishlar, geografik ma'lum bir joyga xos bo'lgan obyektlar, o'simlik va hayvonot dunyosi); 2) etnografik (ovqat va ichimliklar, kiyim-kechak, yashash joylari, mebellar, qozonlar, transport vositalari, kasblar va asboblarning nomlari); 3) san'at va madaniyat (musiq va raqs, cholg'u asboblari, bayramlar, o'yinlar, marosimlar va ularning qahramonlari); 4) etnik (odamlarning ismlari, taxalluslari); va 5) ijtimoiy-siyosiy (ma'muriy-hududiy birliklar, idoralar va vakillar, unvonlar, harbiy realliklar). Sayohatning jozibasi - bu ma'lum joydan noma'lum joyga borish istagi. Sayohat va yozish yonma-yon ketadi. Bir qancha romanlar, hikoyalar va sayohatnomalar bizni noma'lum tomonga olib boradi, joylar va xorijiy madaniyatlar bilan tanishtiradi. Bularning barchasini o'qib, bizda sayohat qilish istagi paydo bo'ladi. Sayohat risolalari, gazeta va jurnallardagi sayohat reklamalari va boshqa ko'plab sayohatlar bilan bog'liq boradigan joyni tanlashda nashrlar muhim rol o'ynaydi.

Butun dunyoda turizm industriyasining jadal rivojlanishi ortidan tarjima madaniyatlararo turizmni targ'ib qilishning eng amaliy vositalaridan biriga aylandi. Darhaqiqat, turizm reklama materiallari (Tourism promotion materials) bugungi kunda dunyodagi eng ko'p tarjima qilingan matn turlaridan biri hisoblanadi [5]

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 uslublarni 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. Madaniyat - lingvomadaniyatning asosi bo'lib xizmat qiladi. Madaniyatda eng avvalo shu olam va inson tushunchasi bir-biri bilan o'zaro chambarchas bog'liq holatda amalga oshadi. Jamiyatdagi har bir shaxs bolaligidan ona tilini xalqning madaniyati bilan birga o'ziga singdirib oladi. Xalq madaniyatining barcha nozik tomonlari shu xalqning o'z tilida aksini topgan bo'ladi [6].

Tarjima madaniyat va madaniyatlararo almashinuvning asosidir. Madaniyat - bu jamiyatning madaniy e'tiqodlari, an'analari, tizimi va qadriyatlaridagi butun modellarini nazarda tutgan holda, noyob vaqtlar, hududlar va etniklar doirasida insonlarning yaratilishi edi. Bu jamiyatning butun xulq-atvor modeli edi. Xalqning nafaqat o'z tili, balki ma'lum tabiiy muhit, tarixiy sharoit va ijtimoiy voqelik sharoitida vujudga kelgan o'z madaniyati ham bor. Umumiy madaniyat umumiy tilni tug'dirdi. Turli tillardagi odamlar almashish uchun zarur edi va bunday almashishdan keyin tarjima qilish kerak, chunki til madaniyat uchun eng muhim vositadir. Demak, madaniyat va madaniyat almashinuv tarjimaning kelib chiqishi, tarjima esa madaniyat almashinuvining mahsulidir. Boshqacha aytganda, tarjima hech qachon madaniyatsiz mavjud bo'lolmaydi. Tarjima va madaniyatni hech qachon ajratib bo'lmaydi.

Natija. Lingvomadaniyatshunoslik ahamiyatiga 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'lmaydi. 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 foydalaniladi. AdjRevPAR (Adjusted Revenue Per Available), ADR (Average Daily Rate), AHR (Average House Rate) va h.k., kabi xizmat turlari o'zbek sayyohlik terminlarida ishlatilmaydi, bu terminlar ma'nosidan kelib chiqib tarjima qilinadi, ya'ni, o'rnatilgan daromad ko'rsatkichi, o'rtacha kunlik ko'rsatkich, o'rtacha daraja [7].

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 xizmati 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[8-10]. Demak, turizm turlari, ulardagi muloqot jarayonidagi tilning o'ziga xosliklarini tahlil qilish yurtimizga turistlar oqimining kengayishiga o'z hissasini qo'shishi tabiiy.

Xulosa. Materiallarni sayyohlarga ma'lumotni sifatli darajada tarjima qilib yetkazish uchun o'zbek tilidagi turistik terminlarini to'g'ri ishlatish va uni muomalaga kiritish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqish soha oldidagi muhim vazifalardan biridir. Bu sohadagi muammolarning yechimini ilmiy tahlil qilish va topish tadqiqotchilardan izlanishlar talab qiladi va, albatta olib borilayotgan izlanishlar ushbu soha rivojiga muhim hissa qo'shadi deb umid qilamiz.

Turizm materiallarini sayyohlarga sifatli darajadagi tarjimasi yetib borishida tilshunos

olimlar soha vakillari bilan hamjihat bo'lib ishlashlarini ta'kidlash lozimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Samarqand iqtisodiyot va servis institute, Turizmning maxsus turlari(usluboy qo'llanma), R.Hayitboyev. R.Amriddinova, Samarkand 2008.
2. (Ledina Merkaj, Tourist communication: a specialized discourse with difficulties in translation, European Scientific Journal December, Albania, 2013, P. 69-78.)
3. Moshnyaga E.V. Glossarij turistskix terminov: slovar' anglo-russkix i russkoanglijskix sootvetstvij [Glossary of tourist terms: dictionary of English-Russian and Russian-English correspondences] / E.V. Moshnyaga – Ximki: Rossijskaya mezhdunarodnaya akademiya turizma, 2019. – 457 p. [in Russian.
4. (Bagirova S. Turizm terminlarining o'zbek, rus va ispan tillarida qo'llanishi// Zamonaviy roman-german tilshunosligi va tillarni o'qitishda yangi pedagogik texnologiyalar. Respublika ilmiy-amaliy anjumani materiallari. – Samarqand, 2018. – B. 139.)
5. (Translating Culture-specific Items in Tourism Brochures Enikő Terestyény) In SKASE Journal of Translation and Interpretation [online]. 2011, vol. 5, no. 2 [cit. 2011-11-21]. Available on web page . ISSN 1336-7811.
6. (Turizmga oid leksikaning lingvomadaniy jihatlarida tarjimaning nazariy va amaliy masalalari, mamlakat Qurbonovna Ismoilova, Qarshi davlat universiteti, scientific progress, 2022).
7. Qurbonovna, I. M. (2021). The Importance of ICT in the Teaching English Language. ИЖТМОИЙ Фанларда Инновация онлайн илмий журнали, 1(1), 95-97.
8. Qurbonovna, I. M. (2021). The Importance of Teaching Creative Writing in English Classes. Eurasian Journal of Learning and Academic Teaching, 1(1), 8-10.
9. Qurbonovna, I. M., & Ubaydillo o'g'li, N. B. (2021). Effective Strategies of Learning Vocabulary. Eurasian Journal of Learning and Academic Teaching, 1(1), 1-3.
10. Jumaeva, N., & Tursunova, D. (2016). The translation of metaphor and metonymy from English into Uzbek in the works of E. Hemingway. In Молодой ученый: вызовы и перспективы (pp. 541-546).