

TURIZM TERMINOLOGIYASI KONTEKSTIDA INGLIZ VA O'ZBEK TILLARI O'RTASIDAGI FARQLAR

Qudratbek Abduraxmonov

Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti bosh mutaxassisi

Annotatsiya: Maqolada turizm terminologiyasini ingliz tilidan o'zbek tiliga va aksincha tarjima qilish jarayonida yuzaga keladigan lingvistik, madaniy, stilistik va sohaviy muammolar tahlil qilinadi. Turizmga oid xalqaro terminlarning o'zbek tiliga moslashuvi, tarjima strategiyalari hamda yangi tendensiyalar ta'sirida paydo bo'layotgan atamalar yoritiladi. Shuningdek, soha terminlarini mahalliy madaniy kontekstga moslashtirish zarurati asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: turizm terminologiyasi, tarjima, lingvistik farqlar, madaniy kontekst, yangi turizm tendensiyalari, mahalliyashtirish, terminologik moslashuv.

KIRISH

Globallashuv sharoitida turizm xalqaro miqyosda eng faol rivojlanayotgan sohalardan biri bo'lib, u bilan bog'liq terminologiya ham doimiy yangilanib bormoqda.

Xalqaro turizm tili - bu nafaqat xizmat ko'rsatish vositasi, balki madaniyatlararo muloqot, ijobiy tajriba shakllanishi, mamlakat imidjining aratilishida muhimvositadir. Shu sababli, turizmga oid terminlar xalqaro doirada aniq, qulay va universal bo'lishi talab etiladi.⁴⁶

Turizm atamalarining asosiy qismi ingliz tilida shakllanadi, biroq ularni boshqa tillarga, xususan o'zbek tiliga to'g'ri va adekvat tarjima qilish bir qator muammolarni keltirib chiqaradi. Ushbu maqolada ingliz va o'zbek tillari o'rtasidagi turizm terminologiyasidagi asosiy farqlar va tarjima muammolari tahlil qilinadi.

Asosiy qism. Ingliz va o'zbek tillari o'rtasidagi umumiy til xususiyatlaridagi farqlar, ifoda shakllari va boshqa ko'plab sabablar tufayli xalqaro turizm terminologiyasini tarjima qilishda ba'zi muammolar va qiyinchiliklar paydo bo'lishi mumkin. Bularning asosiy sabablari, e'tiborga olinishi zarur bo'lgan jihatlar sifatida quyidagilarni keltirib o'tishimiz mumkin:

1. Leksik farqlar va ekvivalentlik muammosi.

Ingliz tilidagi ko'plab turizm atamalarining o'zbek tilida bevosita ekvivalenti mavjud emas. Masalan, marketingda keng qo'llaniladigan "up-selling" va "cross-selling" atamalari bunga misol bo'la oladi.

"Up-selling" - bu sotuvchi/mehmona mas'ul xodimi tomonidan mijozga xizmat yoki mahsulotlarning avval qimmatroq, toifasi yaxshiroq turlarini taklif qilish texnikasi tushuniladi⁴⁷.

⁴⁶ Abdullayeva U.N. Xalqaro turizmga oid terminologiyaning tarkibiy qismlari va mavzuviy guruhlari// [PEDAGOGIK ISLOHOTLAR VA ULARNING YECHIMLARI]. – Andijon, 2025. – 108-b.

⁴⁷ <https://www.cloudbeds.com>

Mazkur terminni o'zbek tilida to'g'ridan-to'g'ri qanday ifodalash mumkin? "Yaxshisidan boshla", "Qimmatini sot" kabi o'zbekchallashtirib qo'yamizmi yoki "Ap-selling"/"Up-selling" ko'rinishida shundoq olamizmi?

"Cross-selling" - bu mijozga asosiy mahsulot/xizmatdan tashqari unga aloqador boshqa mahsulotlar/xizmatlarni ham sotish tushuniladi. Masalan, xona buyurtma qilayotgan mijozga, airoporstdan transfer xizmati, restoran va shunga o'xshash mehmonxona xizmatlarini taklif etiladi.

Mazkur terminlar odatda soha mutaxassislari o'rtasida qo'llanilishi, oddiy mijozning esa bu terminlarni bilish-bilmasligi muhim emasligidan kelib chiqib, umumiy qabul qilingan shaklni olib kirish va uni izohi bilan berish maqsadga muvofiq, nazarimizda. Zotan, o'zbek tilidagi ba'zi marketing manbalari tahlil qilib ko'rilganda, "up-sell" va "cross-sell" atamalarining shu holda berilishiga guvoh bo'ldik⁴⁸.

2. Madaniy xususiyatlar ta'siri.

Turizm madaniyat bilan uzviy bog'liq. Shu bois madaniyatga oid terminlarni tarjima qilish chuqur bilim va kontekstual yondashuvni talab etadi. Masalan, o'zbek tilidagi mehmondo'stlikka oid iboralarni so'zma-so'z tarjima qilish mumkin emas; ularni ma'no jihatidan mos variantlarda berish zarur.

Misollar:

"O'z uyingizdagidek his qiling!" → Please make yourself at home!

"Dasturxonga qarang!" → Please help yourself!

"Choy ichaylik!" → Let's break bread together at my place!

"To'riga o'ting, mehmon!" → Please, sit in the place of honor.

"O'tirib borasiz" → Would you mind staying a bit longer?

Bir qarashda osondek tuyilgan mazkur iboralarni to'g'ri tarjima qilish masalasi yengil ish emas. Chunki bu iboralar yillar, balki asrlar davomida madaniyatimiz, turmush tarzimizdan kelib chiqib shakllangan. Muloqot chog'ida tushunmovchilik yoki noto'g'ri talqin qilishdan qochish uchun bunday iboralarning mos ekvivalentini topa bilish muhim.

3. Sanoatga xos terminlar.

Turizm terminologiyasi o'ziga xos va sohaga xos bo'lib, umumiy lug'aviy birliklardan farq qiladi. Shu sababli, bunday atamalarni tarjima qilishda tarjimon nafaqat til bilimiga, balki turizm sanoasining mohiyati, tushunchalari va tendensiyalaridan ham xabardor bo'lishi lozim. Aks holda, noto'g'ri yoki yuzaki tarjima mazmun buzilishiga olib kelishi mumkin. Zarur hollarda tarjimonlar soha mutaxassislari bilan maslahatlashishi, maxsus adabiyotlarni o'rganishi va xalqaro tajribani tahlil qilishi talab etiladi.

Masalan:

"Bed and Breakfast (B&B)" atamasi so'zma-so'z tarjimada "to'shak va nonushta" deb berilishi mumkin, biroq turizm kontekstida bu "mehmonlarga faqat tunash va nonushta xizmati ko'rsatiladigan kichik mehmon uyi" ma'nosini bildiradi. Shu sababli

⁴⁸ <https://billz.io/uz/blog/up-sell-va-cross-sell-nima>

uni oddiy tarjima emas, izohli tarjima yoki moslashtirilgan atama sifatida berish maqsadga muvofiq.

“All-inclusive” atamasi ko‘pincha “hammasi kiritilgan” deb tarjima qilinadi, lekin turizmda bu nafaqat ovqat va ichimliklar, balki ko‘ngilochar xizmatlar, transfer, ba‘zan ekskursiyalar ham paket tarkibiga kirishini anglatadi. Shuning uchun bu atamani “barcha xizmatlar paketga kiritilgan tizim” sifatida tushuntirish lozim.

“Eco-tourism” so‘zi ayrim hollarda “ekologik turizm” deb tarjima qilinadi, ammo mazmunan u faqat tabiat bilan bog‘liq sayohatni emas, balki atrof-muhitni asrash tamoyillariga asoslangan mas‘uliyatli turizm modelini bildiradi.

“Overtourism” atamasi o‘zbek tilida hozircha barqaror muqobilga ega emas. Uni “haddan tashqari turizm bosimi” yoki “sayyohlar haddan ziyod ko‘pligi” tarzida ifodalash mumkin, biroq mazmunini to‘liq yetkazish uchun izoh zarur.

Bu kabi misollar shuni ko‘rsatadiki, turizm terminlarini tarjima qilishda oddiy lug‘aviy moslik yetarli emas. Avvalo, asliyat tilidagi tushuncha chuqur anglanishi, keyin esa madaniy, lingvistik va professional kontekstga mos ravishda muqobil variant tanlanishi lozim.

4. Yangi tendensiyalar va yangi terminlar

So‘nggi yillarda global turizm sanoasida yangi yo‘nalishlar, sayohat modellari va iste‘molchilar xulq-atvoridagi o‘zgarishlar natijasida ko‘plab yangi terminlar paydo bo‘ldi. Ushbu atamalar aksariyat hollarda ingliz tilida shakllanib, boshqa tillarga, jumladan o‘zbek tiliga tarjima qilinmoqda yoki moslashtirilmoqda. Bu jarayonda ayrim terminlar tez o‘zlashib ketsa, boshqalari mazmun jihatidan murakkab bo‘lgani sababli izohli tarjimani talab qiladi.

Xususan, zamonaviy turizmda quyidagi tushunchalar keng qo‘llanilmoqda:

Bleisure travel (biznes-hordiq sayohati) — xizmat safarini dam olish bilan uyg‘unlashtirish modeli. Masalan, xodim ish yuzasidan boshqa shaharga borganida bir necha qo‘shimcha kun qolib, shaharni tomosha qiladi. Bu termin turizm va biznes chegarasini birlashtiruvchi yangi hodisani ifodalaydi.

Voluntourism (volontyorlik turizmi) — sayohat davomida ijtimoiy yoki ekologik loyihalarda ko‘ngilli sifatida ishtirok etishni anglatadi. Masalan, sayyohlar qishloq maktablariga yordam berishi yoki tabiatni asrash dasturlarida qatnashishi mumkin.

Digital nomadism (raqamli ko‘chmanchilik) — masofadan ishlash imkoniyatidan foydalangan holda turli mamlakatlarda yashab ishlash modeli. Bu tendensiya pandemiyadan keyin yanada ommalashdi va yangi turizm formatlarini keltirib chiqardi.

Staycation (ichki ta‘til) — uzoqqa bormasdan, o‘z shahri yoki mamlakati ichida dam olishni anglatadi. Ushbu termin ayniqsa pandemiya davrida keng tarqaldi.

Glamping (glemping) — tabiat qo‘ynida, lekin qulay sharoitlarda dam olishni bildiradi. Bu oddiy chodirda qolish emas, balki mehmonxona darajasidagi barcha xizmatlarga ega joylashtirish vositasi turidir.

Dark tourism (qora turizm) — tarixiy fojialar, halokatlar yoki ommaviy fojealar bilan bog'liq joylarga sayohat qilish. Masalan, sobiq qamoqxonalar, urush hududlari yoki tabiiy ofat joylari shunday turizm obyektlariga kiradi.

Accessible tourism (to'siqsiz turizm) — nogironligi bor shaxslar, keksalar va maxsus ehtiyojli sayyohlar uchun qulay sayohat sharoitlarini yaratishga qaratilgan yo'nalish.

Mazkur terminlarning ayrimlari masalan, ekoturizm, glemping, ichki ta'til kabilar o'zbek tilida allaqachon nisbatan barqarorlashgan bo'lsa, boshqalari hali yagona rasmiy muqobilga ega emas va ilmiy muhokama hamda terminologik tartibga solishni talab qiladi. Shu sababli yangi turizm tendensiyalari nafaqat tarjima masalasi, balki milliy terminologiyani rivojlantirish masalasi sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa. Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, turizm terminologiyasini ingliz tilidan o'zbek tiliga va aksincha tarjima qilish murakkab ko'p qirrali jarayon bo'lib, u nafaqat lingvistik, balki madaniy, stilistik va sohaviy omillarni ham hisobga olishni talab etadi. Oddiy so'zma-so'z tarjima ko'pincha atamalarning haqiqiy mazmunini to'liq ochib bera olmaydi, shu bois kontekstual yondashuv, izohli tarjima va terminologik moslashtirish zarur.

Shuningdek, global turizm yuz berayotgan yangi tendensiyalar yangi terminlarning paydo bo'lishiga olib kelmoqda. Bu esa milliy terminologiyani tizimli rivojlantirish, barqaror muqobillar yaratish hamda ilmiy muhokama asosida yagona standartlarni shakllantirish zaruratini kuchaytiradi.

Kelajakda turizm terminologiyasini tartibga solish, lug'atlarni yangilab borish, soha mutaxassislari va tilshunoslar o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu nafaqat tarjima sifatini oshiradi, balki o'zbek tilida turizm ilmiy tilining rivojlanishiga ham xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA MANBAALAR RO'YXATI:

1. Abdullayeva U.N. Xalqaro turizmga oid terminologiyaning tarkibiy qismlari va mavzuviy guruhlari// [PEDAGOGIK ISLOHOTLAR VA ULARNING YECHIMLARI]. – Andijon, 2025. – 108-b.
2. <https://www.cloudbeds.com>
3. <https://billz.io/uz/blog/up-sell-va-cross-sell-nima>