

TURIZM SOHASI LEKSIKASIDA TARIXIY VA ZAMONAVIY TERMINLARNING LINGVISTIK XUSUSIYATLARI

LINGUISTIC FEATURES OF HISTORICAL AND MODERN TERMS IN THE VOCABULARY OF THE TOURISM SECTOR

Alamov Shavkatjon Raxmatovich

Samarqand davlat chet tillar instituti katta o'qituvchi

Annotatsiya. Mazkur maqolada o'zbek tilidagi turizm leksikasining shakllanishi va rivojlanishi «ziyosat», «sayohat», «madrasa», «masjid» (tarixiy-ma'naviy qatlam) hamda «tur», «gid» (zamonaviy-funksional qatlam) kabi asosiy atamalar misolida ilmiy-lingvistik jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot jarayonida mazkur atamalarning manba tillari, ma'no o'zgarishi (semantik transformatsiya) va zamonaviy turizm diskursidagi funksional o'rni yoritilgan.

Arab tilidan o'zlashgan leksemalarning tarixiy-ma'naviy mazmundan madaniy-turistik ma'noga kengayishi, shuningdek, ingliz tili orqali kirib kelgan atamalarning turizm sohasida tashkiliy va kasbiy funksiyalarni ifodalashdagi roli ochib berilgan. Maqolada milliy va xalqaro atamalar o'rtasidagi vazifaviy taqsimot, shuningdek, ayrim terminlar qo'llanilishida yuzaga kelayotgan ma'no noaniqliklari ko'rsatilgan. Tadqiqot natijalari o'zbek turizm terminologiyasining ko'pqatlamli, dinamik va funksional tizim ekanini asoslashga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: O'zbek turizm leksikasi, semantik transformatsiya, ziyosat turizmi, madaniy meros atamalari, xalqaro turizm atamalari, lingvistik tahlil, turizm diskursi.

Abstract. This article examines the formation and development of Uzbek tourism vocabulary from a scientific-linguistic perspective, using key terms such as ziyosat (pilgrimage), sayohat (journey), madrasa, masjid (historical-spiritual layer), as well as tur (tour) and gid (guide) (modern-functional layer) as examples. The study explores the source languages of these terms, their semantic changes (semantic transformation), and their functional roles in contemporary tourism discourse.

The research highlights how lexemes borrowed from Arabic have expanded from a historical-spiritual meaning to a cultural-touristic one, and the role of terms introduced through English in expressing organizational and professional functions in the tourism sector. The article also discusses the functional distribution between national and international terms, as well as some semantic ambiguities that arise in the use of certain terminology. The findings support the understanding of Uzbek tourism terminology as a multi-layered, dynamic, and functional system.

Keywords: Uzbek tourism vocabulary, semantic transformation, pilgrimage tourism, cultural heritage terms, international tourism terms, linguistic analysis, tourism discourse.

Аннотация. В данной статье научно-лингвистически проанализировано формирование и развитие узбекской туристической лексики на примере ключевых терминов: «зийорат», «сайохат», «медресе», «масджид» (историко-духовный слой) и «тур», «гид» (современный функциональный слой). В ходе

исследования освещены исходные языки этих терминов, изменение их значения (семантическая трансформация) и функциональная роль в современном туристическом дискурсе.

Рассмотрено расширение лексем, заимствованных из арабского языка, от историко-духовного значения к культурно-туристическому, а также роль терминов, пришедших через английский язык, в выражении организационных и профессиональных функций в сфере туризма. В статье показано функциональное распределение между национальными и международными терминами, а также выявлены некоторые семантические неясности в использовании отдельных терминов. Результаты исследования подтверждают, что узбекская туристическая терминология представляет собой многослойную, динамичную и функциональную систему.

Ключевые слова: узбекская туристическая лексика, семантическая трансформация, паломнический туризм, термины культурного наследия, международная туристическая терминология, лингвистический анализ, туристический дискурс.

Kirish. So'nggi o'n yillikda turizm sohasi nafaqat iqtisodiyotning muhim tarmog'i, balki madaniy kommunikatsiyaning asosiy maydoni sifatida ham faol o'rganilmoqda. Turizm xalqning tarixiy xotirasini, diniy qarashlarini, madaniyatini va dunyoqarashini aks ettiruvchi ko'zgu vazifasini bajaradi. Ushbu jarayonda til asosiy vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu bois, turizm sohasida qo'llanilayotgan leksema va atamalarni tahlil qilish, ularning faqat lug'aviy ma'nosini emas, balki ular o'z ichiga olgan madaniy-semantik yukini ham aniqlash imkonini beradi. Ayniqsa, milliy turizm leksikasini o'rganish orqali xalqning tarixiy tajribasi va zamonaviy dunyo bilan o'zaro munosabati tilda qanday ifodalanganini ko'rish mumkin.

O'zbek tilidagi turizm leksikasi turli tarixiy davrlar va madaniy manbalar bilan bog'liq ko'pqatlamli tizimni tashkil etadi. Bu tizimda, xususan, islom sivilizatsiyasi ta'sirida shakllangan «ziyosat», «sayohat», «madrasa», «masjid» kabi so'zlar alohida o'rin tutadi. Mazkur leksemalar dastlab chuqur diniy yoki ma'naviy mazmunga ega bo'lgan. Biroq, zamonaviy turizm diskursi sharoitida ularning ma'nosi kengayib, endilikda bu so'zlar tarixiy-madaniy ob'ektlarni va turistik yo'nalishlarni ifodalovchi atamalarga aylangan. Bu holat so'z ma'nosining o'zgarishi va kengayishi orqali milliy qadriyatlarning turizm sohasi orqali qayta talqin qilinishini va dunyoga taqdim etilishini ko'rsatadi.

Shu bilan bir qatorda, global turizmning shiddatli rivoji o'zbek tiliga xalqaro atamalarning faol kirib kelishini ta'minladi. «Tur» va «gid» kabi so'zlar zamonaviy turizm faoliyatining ajralmas qismiga aylanib, sayohatning tashkiliy, xizmat ko'rsatish va kasbiy jihatlarini ifodalay boshladi. Bu atamalar milliy tilda o'z muqobillariga ega bo'lishiga qaramay, o'zlarining aniq ma'nolari, qisqaligi va xalqaro umumiylik (internatsionallik) xususiyati tufayli amaliyotda ustun qo'llanilmoqda. Natijada, o'zbek turizm leksikasida milliy-tarixiy va xalqaro-global qatlamlar o'zaro uyg'unlikda va bir vaqtning o'zida faol ishlatilmoqda.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi o'zbek turizm leksikasida keng qo'llanilayotgan ayrim markaziy atamalar — «ziyosat», «sayohat», «madrasa»,

«masjid», «tur» va «gid» soʻzlarining manba tili, semantik transformatsiyasi (maʼno oʻzgarishi) va zamonaviy turizm diskursidagi funksional oʻrnini ilmiy-lingvistik jihatdan tahlil qilishdan iborat. Ushbu tahlil orqali mazkur atamalarning turli tarixiy davrlarda qanday mazmun kasb etganini va bugungi kunda turizm tilida qanday vazifani bajarayotganini koʻrsatish hamda oʻzbek tilidagi turizm leksikasining shakllanish mantigʻi va dialektikasini ochib berish nazarda tutilgan.

Asosiy qism «Ziyorat» soʻzi oʻzbek tilida shunchaki lugʻaviy birlik sifatida emas, balki muayyan madaniy-konseptual maydonni ifodalovchi markaziy atama sifatida shakllangan. U arab tilidagi زيارة (ziyāra) soʻzidan oʻzlashgan boʻlib, uning asl maʼnosi «qasd bilan borish», «muayyan maqsadli tashrif» semantikasiga ega. Arab tili lugʻatidayoq bu soʻz oddiy jismoniy harakatni anglatuvchi «safar» yoki «yurish» feʼllaridan farqli ravishda, oʻzida maʼnaviy niyat va maqsad komponentini mujassam etgan harakatni ifodalagan. Aynan shu semantik xususiyat «ziyosat» soʻzining oʻzbek tilida ham saqlanib qolishini taʼminlagan.

Oʻzbek tiliga mazkur soʻzning kirib kelishi Islom dinining Markaziy Osiyo hududida institutsionallashuvi bilan uzviy bogʻliq boʻlib, u avvaliga faqat diniy nutq doirasida faol qoʻllanilgan. Biroq tarixiy rivojlanish jarayonida «ziyosat» soʻzining maʼnosi faqat ibodat bilan cheklanib qolmadi, balki kengroq maʼnaviy va madaniy mazmun kasb etdi. Bu jarayon semantik kengayish (semantic ekstension) natijasida yuz berib, soʻz diniy amaldan tashqari tarixiy xotira, madaniy meros va maʼnaviy tajriba bilan bogʻliq harakatni ham anglata boshlagan.

Zamonaviy turizm diskursida «ziyosat» soʻzi maxsus sohaviy termin sifatida qayta konseptuallashgan. U endilikda faqat diniy ibodat maʼnosini emas, balki institutsional jihatdan tashkil etilgan ziyorat marshrutlari, turistik xizmatlar va madaniy mahsulotlar majmuasini anglatadi. Shu jihatdan, «ziyosat» atamasi oʻzbek turizm terminologiyasida iqtisodiy va maʼnaviy komponentlarni birlashtiruvchi oʻziga xos leksik koʻprik vazifasini bajaradi.

Morfologik jihatdan «ziyosat» soʻzi oʻzbek tiliga toʻliq moslashgan boʻlib, uning derivatsion faolligi (hosila soʻz yasash qobiliyati) yuqori darajada saqlanib qolgan. «Ziyoratchi», «ziyosatgoh», «ziyosat turizmi», «ziyosat marshruti» kabi hosila birliklar bu soʻzning til tizimida faol va barqaror ekanini koʻrsatadi. Bu holat «ziyosat» atamasining tasodifiy oʻzlashma emas, balki funksional jihatdan mustahkamlangan atama ekanini isbotlaydi.

«Sayohat» soʻzi ham arab tilidan oʻzlashgan boʻlib, uning asl shakli سياحة (siyāḥa) hisoblanadi. Arab tilida mazkur soʻz harakat, yurish va makon almashtirish maʼnolarini ifodalasa-da, klassik islom manbalarida u oddiy jismoniy harakat emas, balki tafakkur, mushohada va maʼrifat bilan bogʻliq jarayon sifatida talqin qilingan. Shu sababli «sayohat» tushunchasi avval boshdan intellektual va maʼnaviy yuklamaga ega boʻlgan.

Oʻzbek tilida «sayohat» soʻzi semantik jihatdan umumiylik darajasi yuqori boʻlgan leksema sifatida shakllangan. U «ziyosat»dan farqli ravishda, qatʼiy diniy yoki maʼnaviy cheklovga ega emas, balki turizm faoliyatining deyarli barcha shakllarini qamrab oluvchi neytral termin vazifasini bajaradi. Shu nuqtai nazardan, «sayohat» atamasi turizm leksikasida bosh tushuncha (giperonim) sifatida namoyon boʻladi.

Zamonaviy turizm sohasida «sayohat» so'zi rejali, tashkil etilgan va institutsional harakatni ham anglata boshlagan. Bu esa uning ma'nosida funksional aniqlikning kuchayishiga olib kelgan. «Ichki sayohat», «xalqaro sayohat», «oilaviy sayohat» kabi birikmalarda mazkur so'z turizm faoliyatining tur va shakllarini belgilaydigan asosiy konseptual elementga aylanadi.

Morfologik nuqtai nazardan «sayohat» so'zi ham to'liq o'zlashgan bo'lib, «sayohatchi», «sayohatnoma», «sayohat qilish» kabi hosila birliklar orqali tilda faol ishlatiladi. Ayniqsa, «sayohatchi» atamasining inglizcha «turist» so'ziga nisbatan milliy muqobil sifatida qo'llanilishi o'zbek turizm terminologiyasida milliy til resurslarining saqlanib qolishini ta'minlaydi.

«**Madrasa**» so'zi o'zbek tilining leksik tizimida faqat tarixiy yoki diniy atama sifatida emas, balki mustaqil madaniy-turistik konsept sifatida ham mustahkam o'rin egallagan. U arab tilidagi مدرسة (madrasa) so'zidan o'zlashgan bo'lib, mazkur atama درس (darasa) – «o'qish», «tahsil olish» fe'li asosida yasalgan. Shu sababli lug'aviy jihatdan «ilm egallash joyi» ma'nosini ifodalaydi. Demak, «madrasa» dastlab muayyan me'moriy ob'ekt emas, balki ilm-fan bilan bog'liq bo'lgan institutsional makonni anglatgan.

Markaziy Osiyoda Islom sivilizatsiyasining shakllanishi jarayonida madrasalar nafaqat diniy ta'lim muassasasi, balki huquq, mantiq, astronomiya, tibbiyot kabi dunyoviy fanlar o'qitiladigan yirik ilmiy markazlar sifatida faoliyat yuritgan. Shu sababli «madrasa» so'zi o'zbek xalqining tarixiy xotirasida bilim, ma'rifat va ziyolilik ramzi sifatida shakllangan. Bu semantik yuklama keyinchalik ham so'zning ma'no tizimida saqlanib qolgan.

Zamonaviy davrda «madrasa» so'zining semantik tabiati sezilarli darajada transformatsiyaga uchradi. Agar ilk davrlarda u funksional ta'lim muassasasini anglatgan bo'lsa, bugungi turizm diskursida u asosan tarixiy-me'moriy yodgorlik sifatida qabul qilinadi. Bu holat semantik siljish (semantik shift) natijasida yuzaga kelgan bo'lib, so'zning asosiy amaliy funksiyasi yo'qolib, ramziy va reprezentativ funksiyasi (tarixni namoyish etish) kuchayganini ko'rsatadi.

O'zbekiston turizm modelida «madrasa» atamasi madaniy merosni namoyon etuvchi asosiy turistik resurslardan biri hisoblanadi. Samarqand shahridagi Ulug'bek, Sherdor va Tillakori madrasalari, Buxoro shahridagi Mir Arab va Abdulazizxon madrasalari, Xiva shahridagi Muhammad Aminxon madrasasi kabi ob'ektlar turistik marshrutlarning markaziy nuqtalari hisoblanadi. Bu holat «madrasa» so'zining turizm diskursida faqat nominativ (nomlash) emas, balki konseptual (tushunchani shakllantirish) funksiyasini bajarayotganini ko'rsatadi.

Morfologik nuqtai nazardan «madrasa» so'zi o'zbek tiliga to'liq o'zlashgan bo'lib, u ko'plik, egalik va kelishik shakllari bilan erkin qo'llaniladi: madrasalar, madrasaning me'morchiligi, madrasa majmuasi, madrasa yodgorligi. Bu birikmalarda «madrasa» so'zi aniq bir madaniy ob'ektni anglatuvchi barqaror termin sifatida ishlatiladi. Shu jihatdan u o'zbek turizm terminologiyasida muqobilsiz leksik birlik hisoblanadi. Shuningdek, «madrasa» atamasining xalqaro miqyosda ham aynan shu shaklda qo'llanilishi (madrasa) uning global madaniy qiymatga ega ekanini ko'rsatadi,

bu esa arab tilidan o'zlashgan ayrim so'zlarning jahon sivilizatsiyasi merosiga aylanganini namoyon etadi.

«**Masjid**» so'zi ham o'zbek tilidagi eng qadimiy va barqaror o'zlashmalardan biri bo'lib, u arab tilidagi مسجد (masjid) atamasidan kelib chiqqan. U arabcha سجد (sajda) — «sajda qilmoq», «bosh egmoq» fe'lidan yasalgan bo'lib, lug'aviy jihatdan «sajda qilinadigan joy» ma'nosini anglatadi. Demak, «masjid» tushunchasi ibtidodayoq qat'iy ravishda ibodat amali bilan bog'langan makonni ifodalagan.

O'zbek tilida «masjid» so'zining shakllanishi Islom dinining ijtimoiy hayotga chuqur kirib borishi bilan uzviy bog'liq. Masjidlar asrlar davomida nafaqat ibodat joyi, balki jamoatchilik, ta'lim va ijtimoiy munosabatlar markazi sifatida ham xizmat qilgan. Shu sababli mazkur so'z o'zbek tilida keng semantik va madaniy yuklamaga ega bo'lgan.

Zamonaviy turizm diskursida «masjid» so'zi semantik jihatdan yanada kengaygan. U endilikda faqat amaliy diniy makonni emas, balki tarixiy, arxitekturaviy va madaniy yodgorlikni ham anglatadi. Bu holat so'zning funksional qayta yo'naltirilishi bilan bog'liq bo'lib, uni diniy termindan madaniy-turistik terminga aylantirgan.

O'zbekistondagi Kalon masjidi, Boloi-Hovuz masjidi, Hazrati Imom majmuasi kabi ob'ektlar turizm sohasida muhim brend funksiyasini bajaradi. Turist uchun masjid nafaqat ibodat joyi, balki Islom me'morchiligining estetik qiymatini, mahalliy jamiyatning diniy va axloqiy me'yorlarini anglash vositasi hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan «masjid» so'zi turizm diskursida semiotik (ramziy) jihatdan yuksak qiymatga ega.

Morfologik jihatdan «masjid» so'zi ham o'zbek tili tizimiga to'liq moslashgan: masjidlar, masjidga borish, jome' masjid, masjid me'morchiligi kabi shakllar uning derivatsion salohiyati yuqori ekanligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, «jome' masjid» kabi birikmalarda mazkur so'z islomiy terminologiya bilan turizm leksikasining o'zaro integratsiyasini ta'minlaydi.

Turizm nuqtai nazaridan qaralganda, «masjid» atamasi diniy turizm bilan madaniy turizm o'rtasidagi chegarani shartli holga keltiradi. Chunki u ham ibodat, ham estetik kuzatuv, ham tarixiy bilim manbai vazifasini bajaradi. Bu esa so'zning ko'pfunksional va ko'pqatlamli tabiatini yanada oydinlashtiradi.

«**Tur**» so'zi o'zbek turizm lug'ati uchun nisbatan yangi so'z bo'lsa-da, funksional jihatdan juda tez markaziy o'rin egallagan atamalardan biri hisoblanadi. U ingliz tilidagi tour so'zidan o'zlashgan bo'lib, uning asl manbai fransuz tiliga borib taqaladi. Fransuz tilida tour «aylanish», «davra», «ma'lum yo'lni bosib o'tish» ma'nosini anglatgan. Keyinchalik ingliz tilida u maxsus sohaviy ma'no kasb etib, rejalashtirilgan va tashkil etilgan sayohat turini ifodalovchi atamaga aylangan. Mazkur semantik transformatsiya xalqaro turizm sanoatining shakllanishi bilan uzviy bog'liq.

O'zbek tiliga «tur» so'zining kirib kelishi asosan mustaqillikdan keyingi davrda, ya'ni mamlakatning jahon turizm bozoriga integratsiyalashuvi jarayonida faollashgan. Bu jarayonda «tur» atamasi oddiy leksik o'zlashma sifatida emas, balki tayyor konseptual model bilan kirib kelgan termin sifatida shakllangan. Ya'ni, u faqat harakat yoki safarni emas, balki xizmatlar majmuasi, iqtisodiy munosabatlar, shartnomaviy

majburiyatlar va marketing strategiyalarini ham o'z ichiga olgan murakkab tushunchani ifodalaydi.

Semantik jihatdan «tur» so'zi o'zbek tilida tor sohaviy ma'noga ega bo'lib, u «sayohat» yoki «ziyosat» kabi umumiy harakatni anglatuvchi so'zlardan qat'iy farqlanadi. Agar «sayohat» konseptual jihatdan erkin va universal harakatni bildirsa, «tur» institutsionallashtirilgan, rejalashtirilgan va iqtisodiy jihatdan shakllangan harakatni anglatadi. Shu sababli «tur» atamasi turizm diskursida tor ma'noli tushuncha (giponim) sifatida ishlatiladi va u aniq vaqt, marshrut, xizmat turi hamda narx bilan cheklangan bo'ladi.

Morfologik nuqtai nazardan «tur» so'zi o'zbek tiliga qisman moslashgan bo'lsa-da, uning hosila so'z yasash faolligi juda yuqoridir. Turlar, turni tashkil etish, turpaket, turoperator, turfirma kabi so'zlar turizm sohasida kasbiy nutqning asosiy o'zagini tashkil etadi. Ayniqsa, «turoperator» va «turbpaket» atamalarida «tur» so'zi xalqaro terminologik tizimning tarkibiy qismi sifatida namoyon bo'ladi va uni milliy muqobil so'z bilan to'liq almashtirish amalda imkonsizdir.

Normativ nuqtai nazardan «tur» so'zining qo'llanilishi muayyan muammolarni ham keltirib chiqaradi. Ayrim hollarda u «sayohat» so'zi bilan aralash qo'llanilib, semantik noaniqlik yuzaga keladi. Shu bois, ilmiy va amaliy turizm tilida «tur» atamasini faqat tashkiliy-iqtisodiy mazmunni ifodalash doirasida qo'llash maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu uning funksional chegaralarini aniq belgilashga xizmat qiladi.

«Gid» so'zi o'zbek tiliga ingliz tilidan o'zlashgan bo'lib, manba shakli guide hisoblanadi. Ingliz tilida mazkur atama «yo'l ko'rsatuvchi», «boshlovchi», «yo'naltiruvchi» ma'nolarini anglatadi va u fransuz tilidagi guider fe'li asosida shakllangan. Aslidayoq bu so'z harakatni boshqarish va ma'lumot yetkazish vazifalari bilan uzviy bog'langan bo'lib, zamonaviy turizmda u maxsus kasbiy atama sifatida shakllangan.

O'zbek turizm leksikasida «gid» atamasi inson omilini ifodalovchi markaziy termin hisoblanadi. Agar «tur» turizm xizmatlarining tashkiliy modelini anglatsa, «gid» ana shu modelni amalga oshiruvchi asosiy sub'ekt vazifasini bajaradi. Shu sababli «gid» so'zi faqat kasb nomi emas, balki turizm diskursida kommunikatsiya, reprezentatsiya va madaniyatlararo muloqotni ta'minlovchi konsept sifatida namoyon bo'ladi.

Semantik jihatdan «gid» so'zi o'zbek tilida aniq va cheklangan ma'noga ega: u litsenziyaga ega, maxsus tayyorgarlikdan o'tgan, turistlarga tarixiy, madaniy va geografik ma'lumot yetkazuvchi mutaxassisni anglatadi. Shu jihatdan u «yo'l boshlovchi» yoki «yo'l ko'rsatuvchi» kabi umumiy so'zlardan farq qiladi. Chunki mazkur milliy so'zlar kasbiy standart, huquqiy maqom va xalqaro talablarni to'liq ifodalay olmaydi.

Morfologik jihatdan «gid» so'zi o'zbek tilida nisbatan erkin qo'llaniladi: gidlar, gidlik, gid-tarjimon, mahalliy gid, litsenziyali gid kabi birikmalar uning derivatsion imkoniyatlari yuqori ekanini ko'rsatadi. Ayniqsa, «gid-tarjimon» atamasi turizm sohasida o'ziga xos gibril termin bo'lib, u til bilish va ekskursiyachilik funksiyalarining bir shaxsda mujassamlashuvini ifodalaydi.

Funksional nuqtai nazardan «gid» atamasi turizm diskursida yuksak kommunikativ yuklamaga ega. Gid turist bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qiluvchi shaxs sifatida mamlakatning madaniy imijini shakllantiradi, milliy qadriyatlarni interpretatsiya qiladi va turizm mahsulotining sifatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli «gid» so'zi turizmda faqat leksik birlik emas, balki ijtimoiy va madaniy institutni ifodalovchi atama sifatida ham qaraladi.

Xulosa

Mazkur maqolada o'zbek tilidagi turizm leksikasining shakllanishi va rivojlanishi «ziyosat», «sayohat», «madrasa», «masjid», «tur» va «gid» kabi asosiy atamalar misolida kompleks tahlil qilindi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, turizm sohasida qo'llanilayotgan leksik birliklar tasodifiy to'plam emas, balki muayyan tarixiy, madaniy va ijtimoiy omillar ta'sirida shakllangan murakkab va ko'pqatlamli tizimni tashkil etadi. Bu tizimda har bir atama o'z manbaiga, chuqur ma'no yuklamasiga va aniq funksional vazifasiga ega bo'lib, ularning o'zaro munosabati turizm diskursidagi umumiy mazmunni belgilaydi.

Arab tilidan o'zlashgan «ziyosat», «sayohat», «madrasa» va «masjid» kabi so'zlar o'zbek turizm leksikasining tarixiy-ma'naviy qatlamini tashkil etadi. Bu atamalar dastlab diniy va ma'naviy faoliyat bilan bog'liq bo'lgan bo'lsa-da, zamonaviy turizm sharoitida ularning ma'no doirasi kengayib, tarixiy-madaniy ob'ektlar va turistik yo'nalishlarni ifodalovchi barqaror birliklarga aylangan. Mazkur jarayon semantik o'zgarishning tabiiy shakli sifatida namoyon bo'lib, milliy qadriyatlarning turizm orqali qayta talqin qilinishi va ommalashuvini ko'rsatadi.

Shu bilan birga, ingliz tili manbai orqali kirib kelgan «tur» va «gid» atamalari o'zbek turizm leksikasining zamonaviy va funksional qatlamini shakllantiradi. Bu so'zlar turizm faoliyatining tashkiliy, iqtisodiy va kasbiy jihatlarini aniq ifodalashi bilan ajralib turadi. Ular milliy til imkoniyatlari bilan raqobatga kirishgan emas, balki muayyan funksional bo'shliqni to'ldirgan holda, turizm sohasidagi professional nutqning ajralmas qismiga aylangan. Natijada milliy va xalqaro atamalar o'rtasida aniq vazifaviy taqsimot yuzaga kelgan.

Tahlil shuni ham ko'rsatadiki, o'zbek turizm diskursida ayrim atamalarning qo'llanilishida semantik noaniqlik yoki aralashuv holatlari uchraydi. Xususan, «sayohat» (umumiy harakat) va «tur» (tashkil etilgan mahsulot) so'zlarining ayrim kontekstlarda bir-biri o'rnida ishlatilishi ma'no farqining yo'qolishiga olib kelishi mumkin. Shu bois turizm sohasida ilmiy, targ'ibot va amaliy materiallarni tayyorlashda atamalarning aniq ma'no chegaralarini hisobga olish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu nafaqat til madaniyatiga, balki turizm mahsulotining sifatini oshirishga ham xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Weinreich, U. (1953). Languages in Contact: Findings and Problems. Linguistic Circle of New York.
2. Crystal, D. (2003). English as a Global Language. Cambridge University Press.
3. Shavkatjon R. Alamov. "A COMPARATIVE STUDY OF THE TERMS «TOURISM» (SIYĀHA) AND «VISITATION» (ZIYĀRA) WITHIN THE FIELD OF TOURISM (in the context of arabic, persian, and uzbek languages)"

- Oriental Journal of Philology, vol. 5, no. 3, 2025, pp. 354-365.
doi:10.37547/supsci-ojp-05-03-38
4. Mahmudov, O. (2000). O'zbek tilining leksik taraqqiyoti. Toshkent: Fan.
 5. Suleiman, Y. (2003). Arabic, Self and Identity: A Study in the Politics of Language. Routledge.
 6. Alamov, Shavkatjon. «ARAB TILIDAGI FORSCHA IQTIBOSLAR» Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, vol. 2, no. 3, 2022, pp. 390-395.
 7. Murtazoyev, V. X. "ARAB TILIDAGI GAZETALAR SARLAVHALARI TAHLILI." Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences 3.5 (2023): 300-305.
 8. Alamov, Shavkatjon. «FORSCHA ILDIZLI ARABCHA SO'ZLARNING XUSUSIYATLARI» Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, vol. 2, no. 6, 2022, pp. 472-476.
 9. Khan, A. (2010). The Dynamics of Lexical Borrowing: Arabic Influence on the Persian Language. University of Karachi Press.
 10. Murtazoyev, Valijon. "Lingvostilisticheskiy analiz tekstov gazet Uzbekistana i Yegipta konsa XIX–nachala XX veka." Zarubejnaya lingvistika i lingvodidaktika 2.5/S (2024): 465-471.