15 JUNE, 2020, TASHKENT, UZBEKISTAN.

"Madaniyatlararo muloqot va Turizm" mavzusidagi xalqaro onlayn ilmiy konferensiya

"Intercultural communication and Tourism" international online conference

"Межкультурная коммуникация и Туризм" международная онлайн конференция

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
АЛИШЕР НАВОИЙ НОМИДАГИ ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЎЗБЕК ТИЛИ ВА АДАБИЁТИ УНИВЕРСИТЕТИ

“ЎЗБЕКИСТОНДА ХОРИЖИЙ ТИЛЛАР” НОМЛИ ИЛМИЙ-МЕТОДИК ЭЛЕКТРОН ЖУРНАЛ ВА ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛИ

ISBN
DOI

“Маданиятлараро мулоқот ва туризм” (“Intercultural communication and tourism”, “Межкультурная коммуникация и туризм”) мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий конференция материаллари тўплами. Тошкент, июнь, 2020й.

Таҳрир ҳайъати: Н.Нормурадова, Г.Шукурова, В.Каюмова, Д.Ашурова

Масъул муҳаррир: Н.Нормурадова

“Ўзбекистондан хорижий тиллар” номли илмий-методик электрон журнал ва Интернет портали таҳририяти.

Тошкент – 2020

MUNDARIJA

1	**Kolobov O.** ПАЛОМНИЧЕСТВО ВО СВЯТЫЕ ЗЕМЛИ. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ, ТРАДИЦИИ, ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ……	**7 -11**
2	**Kolobova S**. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (ПО ОФИЦИАЛЬНЫМ ДОКУМЕНТАМ ВСЕМИРНОЙ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ) ……	**12-18**
3.	**Nancy M. Ackles**, THE IMPORTANCE OF NEEDS ANALYSIS IN THE DEVELOPMENT OF ENGLISH LANGUAGE INSTRUCTION FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ……	**18-20**
4	**Тухтасинов И.М**. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ ……	**21-27**
5	**Shpres Delija**, CHALLENGES OF ENGLISH FOR TOURISM PURPOSES IN THE ERA Of GLOBALIZATION …….	**27-28**
6	**Алсу Камалиева**, НЕКОТОРЫЕ ТЕОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В РАМКАХ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ……	**28-34**
7	**Khudaybergenova Z.N**. METAFORA FENOMENINI MILLIY MADANIYATNING IN'IKOSI SIFATIDA TADQIQ ETISHNING ZAMONAVIY YO'NALISHLARI VA TARJIMADA QAYTA YARATISH MUAMMOLARI ……	**34-41**
8	**Ranette Gafarova,** SÜRGÜNDEKİ KIRIM TATAR TÜRKLERİNİN SOSYO-KÜLTÜREL STATÜSÜ.....	**41-41**
9	**Драчева Светлана Олеговна**, ЛИНГВОРЕГИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ……	**42-43**
10	**Ahmet AKALIN,** TÜRKIYE CUMHURIYETI'NIN ON BIRINCI BEŞ YILLIK KALKINMA PLANINDA "KÜLTÜR"……	**43-44**
11	**Алимов Б.С.** ТУРИЗМ МАҲСУЛОТЛАРИ ТАРҒИБОТИ ВА МАМЛАКАТ ИМИЖИНИНГ ҲАМОҲАНГЛИГИ МАСАЛАСИ ……	**44-52**
12	**Каюмова В.Ф**. О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМАВ УЗБЕКИСТАНЕ (на примере филологических дисциплин) ……	**53-59**
13	**Sayfullayev A.I.** TARJIMONNING KOMMUNIKATIV KOMPETENSIYASI……	**59-60**
14	**Нормуродова Н.З.** КУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ В СВЕТЕ КОГНИТИВНОЙ И ДИСКУРСИВНОЙ ПРОПОЗИЦИИ: НАЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ, МЫШЛЕНИЕ И КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ……	**60-70**
15	**Abdiyev A.U**. THE PECULIARITIES OF TRANSLATION IN INTERCULTURAL COMMUNICATION ……	**70-76**
16	**Abduraxmonova N.Z.** O'ZBEK TILI ELEKTRON KORPUSINING MORFOLOGIK ANNOTATSIYASI ……	**76-80**

17	**Abduxalikov K. A** PARKENT TUMANINING ZIYORAT TURISTIK VA MADANIY-TARIXIY OBYEKTLARI ……	**80-83**
18	**Akhundjanova A**. CROSS-CULTURAL INVESTIGATION ON DECODING LINGUISTIC MARKERS ……	**84-92**
19	**Alimova D**. CONTRIBUTIONS OF TOURISM TO THE DEVELOPMENT OF REGIONS IN UZBEKISTAN ……	**92-95**
20	**Atashikova N.** TEACHING ESP AND BUSINESS ENGLISH ……	**95-101**
21	**Aytmuratova G**. PRAGMATIC ANALYSIS OF SPEECH ACTS IN POLITICAL DISCOURSE (IN THE EXAMPLE OF MR. DWIGHT D. EISENHOWER'S "ATOMS FOR PEACE" SPEECH) ……	**102-110**
22	**Azimova M.** USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE FORMATION OF STUDENTS' INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE ……	**110-115**
23	**Bakiyev X.** XORIJIY TILNI O'QITISH VA O'RGANISHDA KOMMUNIKATIV KO'NIKMALARNI BAHOLASHNING AHAMIYATI ……	**115-120**
24	**Бегибаева Н**. РОЛЬ И КОМПЕТЕНЦИЯ УЧИТЕЛЯ В ПОДГОТОВКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ …….	**120-125**
25	**Дана К.** ПЕРЕДАЧА НАЦИОНАЛЬНОГО КОЛОРИТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ПО ТУРИЗМУ С РУССКОГО НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК ……	**125-133**
26	Elova D., Sultanova Sh. РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕНТАЛИТЕТ В ПРОЦЕССЕ СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ ……	**133-136**
27	Ergasheva M., Xalikova M. TOURISM AND EDUCATION: INTERACTION AND DEVELOPMENT PROSPECTS ……	**136-140**
28	Ermatova D. LINGUACULTURAL SPECIFICITY OF CONCEPTS "LOVE/MUHABBAT" IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES ……	**140-150**
29	Гулямова О. КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРЕЦКИХ НЕВЕРБАЛЬНЫХ ЛАКУН: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И НАЦИОНАЛЬНО КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ……	**151-157**
30	**Исамухамедова М.** МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ: ЭЛЕМЕНТЫ И ПОДХОДЫ ……	**157-162**
31	**Ismailova L.** MILLIY TURIZMGA OID REKLAMALARDA TIL VA MADANIYAT UYG'UNLIGINING AKS ETISHI ……	**162-166**
32	**Isroilova N.** THE BEST PRACTICES OF CITY BRANDING AND TOURISTS ATTRACTION POLICIES OF GEORGIA AND KAZAKHSTAN ……	**166-172**

33	**Khojaeva M**. THE FEATURES OF TOURISM DISCOURSE GENRES …….	**172-177**
34	**Kholboboeva A.** THE ROLE OF TOURISM ADVERTISING DISCOURSE IN TOURISM INDUSTRY OF UZBEKISTAN ……	**178-181**
35	**Boygucheva L.** THE USAGE OF CORPUS IN DISCOURSE RESEARCH ……	**181-185**
36	**Mavlonova M**. THE CORRELATION BETWEEN BILINGUALISM AND CROSSCULTURAL COMPETENCE AND THE IMPORTANCE OF FOSTERING THE CROSS-CULTURAL COMPETENCE ……	**185-198**
37	**Мавлонова М., Абдиева С**. АКТ ТЕРМИНЛАРИ ИНТЕРНАЦИОНАЛ ЛЕКСИКА СИФАТИДА ……	**198-202**
38	**Maxamadtoirova A.** XITOY TILIDA QIYOSLASH MAZMUNIDAGI GAPLARDA DARAJANING O‘ZGARISHI MASALASI ……	**202-205**
39	**Melieva S**. INTERTEXT AS A FRAME STRUCTURE ……	**205-210**
40	**Mirkhamidova U**. GASTRONOMIK TURIZMDAGI TAOMNOMALARNI TARJIMA QILISH MUAMMOLARI …….	**210-215**
41	**Mirzaaliyeva Sh**. ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY OMILLARIGA DOIR ……	**216-221**
42	**Nasirova S**. UZBEK-CHINESE DIPLOMATIC RELATIONS AS THE BASIS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION …….	**221-224**
43	**Nodira A.Uktamova.** ROVSHANAK – GO’ZALLIGI ILA G’ARBNI MAFTUN AYLAGAN YANA BIR SHARQ AYOLI	**225-229**
43	**Nu’monova D**. “RUHLAR ISYONI” DOSTONINING LINGVOSTATISTIK TADQIQI…… …	**264-268**
44	**Nuradullayev N**. THE CONCEPTION AND MAIN PRINCIPLES OF CONTEMPORARY TOURISM ……	**268-272**
45	**Ражабов Ҳ.** ЧЕТ ЭЛЛИК САФАРЛАР ВА САЁҲАТЛАРНИНГ МАДАНИЯТЛАР-АРО МУЛОҚОТЛАРГА АЪСИРИ……	**273-276**
46	**Rajabov M., Zarifov A**. TA’LIMIY KORPUSNING TILNI LINGVISTIK MODELLASHTIRISHDAGI O‘RNI……	**276-281**
47	**Raximova N**. AQILLI SHAHARLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI ……	**281-285**
48	**Raxmatullayeva D.** INGLIZ VA O’ZBEK TILIDAGI OILA VA HAYOTGA OID MAQOLLARNING TARJIMADAGI LINGVOMADANIY HUSUSIYATLARI ……	**285-290**

49	**Rizaeva K**. LINGUOCULTUROLOGICAL PROBLEMS OF TRANSLATION……...	**290-295**
50	**Салыхова Н.** РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ГЛОБАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКА ……	**295-299**
51	**Tukhtabaeva Z**. MALL (MOBILE-ASSISTED LANGUAGE LEARNING) IN DEVELOPING LEARNERS' PRAGMATIC COMPETENCE …….	**300-306**
52	**Usmanova S**. INTERNATIONAL-LEGAL COOPERATION FOR TOURISM DEVELOPMENT: CASE OF UZBEKISTAN ……	**306-310**
53	**Valieva N.** O'TKIR HOSHIMOVNING "DUNYONING ISHLARI" ASARI TARJIMASIDA MILLIY KOLORITNI IFODALASH USULLARI ……	**311-318**
54	**Xodjaqulova N.** INGLIZ VA O'ZBEK MAQOLLARINING INGVOKULTUROLOGIK JIHATLARINI TAHLILI ……	**319-325**
55	**Xolmurodova G**. FEATURES OF THE COMMUNICATION ENVIRONMENT IN THE GLOBAL NETWORK AND ITS INFLUENCE TO THE ENGLISH LANGUAGE ……	**326-336**
56	**Saipov. Z.** A NEW MECCA MINOR? ON POLITICO-LEGAL ASPECTS OF PILGRIMAGE TOURISM IN UZBEKISTAN ……	**337-342**
57	**Зарипбоева Н**. ЯЗЫК МНОГОГРАННОЕ ЯВЛЕНИЕ: ЕГО МЕСТО В ВОСПИТАНИИ МОЛОДЕЖА ……..	**342-348**
58	**Собирова З.** ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОВ ТУРИЗМА НАУЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ ……	**348-356**
59	**Сулайманова Б.** ТУРИЗМ МАДАНИЯТЛАРАРО АЛОҚА ОМИЛИ СИФАТИДА	**356-561**

ПАЛОМНИЧЕСТВО ВО СВЯТЫЕ ЗЕМЛИ. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ, ТРАДИЦИИ, ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ

Колобов Олег Алексеевич
д.и.н., профессор Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского, г. Нижний Новгород, Российская Федерация.
dipin2012@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные проблемы становления и развития паломничества с учетом фактора глобальной неопределенности и общей динамики международного туризма.
Ключевые слова: *глобализация, международный туризм, паломничество во Святые Земли.*

В современных условиях глобальной неопределенности особое значение приобретает паломничество во Святые Земли, представленное всеми мировыми религиями, располагающими богатыми традициями прошлого, и современной сложной динамикой познания культурного многообразия народов мира в интересах гармонизации жизни всего человечества.

Паломничество в целом определяется как посещение Святых Земель, играющих особую роль для всевозможных конфессий. При концептуальном обосновании оно предполагает диверсификацию таких терминов, как «историческая реликвия», «святыня», святое место», «Святая Земля», «религиозный ритуал», «обряд», «путешествие», «туризм», «религиозный туризм», «светское паломничество», «религиозное паломничество» [3, 150].

Все смысловые характеристики паломничества коррелируются обстоятельствами высокотехнологичной повседневности, предполагающими максимальный учет тех проблем, которые можно решить с помощью специально организованных паломнических путешествий и туризма в особенности [3, 151].

«Духовная составляющая годового жизненного цикла, в традиционных земледельческих и скотоводческих обществах периодически «выводившая» людей за пределы этого круга через праздник -торжество, имеющее сакральный смысл, в то же время замыкала на себя «организацию смысловой обеспеченности» присутствия человека в мире», - справедливо отмечает известный русский исследователь М.В.Силантьева. «Свободное» время, – подчеркивает она, – выделялось для праздника не случайно: состояние духовного подъема требует определенной свободы; в том числе, и «психологически свободного» времени. Многотысячелетняя практика «шаббата», как и воскресного дня, дня «отдыха от трудов», – но не отдыха от заботы, – дополнительное тому доказательство. С другой стороны, «пустое» время «пострелаксации», не дающее ни полноценного

расслабления как такового, ни праздничную «пищу для души» – бич современного урбанизированного сообщества, которое нередко стремится заполнить образовавшиеся духовные «дыры» разного рода суррогатами, от времяпровождения за псевдолитературным чтивом и «ящиками» ТВ и ПК – до употребления алкоголя и психоделических препаратов [3, 151].

Для тех, кто продолжает традицию употребления духовной пищи, апробированной веками, огромные пространства коммуникационных сетей современных больших городов нередко делают само путешествие к храму разновидностью паломничества. Напомним: храм в любой конфессии всегда связан со святыней, т.е. с тем, с чем ассоциируется признание сверхприродной ценности. Такая «сверхценность», с одной стороны, принадлежит области «чистых значений», смысла. С другой – имеет, как правило, вполне зримое материальное воплощение (так, н а п р и м е р , центральная часть алтаря в православном храме – антиминс – содержит частицу мощей святого). Так обстоит доле и в случае, когда речь идет о деноминациях, где в качестве святыни выступает не сакрально значимый физический предмет, а некая объективация абстрактных сущностей, скажем, идей или текстов. Например, для протестантов-евангелистов сакральной сверхценностью выступает текст Священного Писания, чтение которого может происходить не только в молитвенном доме, но и на дому у кого-либо из членов общины. Для последователей новых религиозных движений (НРД) святыней нередко становится сам природный процесс, наполненный, однако, сверхприродным смыслом, как в случае последователей организации «Анастасия», поклоняющихся природе и деторождению. Особые святыни существовали (и существуют) в контексте проведения языческих обрядов дохрамового периода, что позволяет предположить с учетом известных фактов «заимствований» святых мест, включая храмовые, исторически сменявшими друг друга на данной территории религиями, что сакрализация касается прежде всего именно места; сооружения условно вторичный компонент этого процесса. Так, священные рощи, когда-то посвящаемые героям античной Греции, оставили о себе память в названии «Академия». А ведь культовое действие, связанное с посадкой священной рощи, органически связывает людей друг с другом через поклонение духу ушедшего героя, который «прорывается» к ним через почву вокруг места своего захоронения, и деревьям, 3 растущим из нее. Сегодня подобные практики сохранились, например, в шаманизме Бурятии, с его культом священных рощ – кладбищ шаманов, где обитают «духи предков». Сходное место почитания имеется в религии караимов – это Иосафатова долина близ ЧуфутКале, представляющее собой древнее кладбище, заросшее в 19 в. высокими деревьями [3, 153]. Исторически памятники, в свою очередь, – «дети» секулярной культуры Нового времени. Память о личностях («героях»), чьи судьбы с ними связаны, несколько стерта и определяется для львиной доли туристического потока «славой» (точнее, «раскрученностью») того или

иного персонажа в медийном (и ином информационном) пространстве. Понятно, что «свои герои» будут у людей из разных возрастных, профессиональных, социально-экономических и т.д. слоев; свои основания посещать ту или иную страну будут у «сексуального туриста» или ученого религиоведа [3, 154].

Что касается изучения вопроса о соотношении понятий «религиозный туризм» и «религиозное паломничество» имеет большое теоретическое значение, прежде всего, в свете разработки и планирования культурологических моделей развития данной сферы бизнеса. Понятие «религиозного туризма», принятое преимущественно в западной литературе (особенно среди ученых из стран, чьи судьбы оказались исторически связаны с протестантизмом), призвано, на мой взгляд, расширить потенциальную аудиторию посетителей святых мест за счет людей, не готовых к паломничеству, но при этом не испытывающих идиосинкразию от религии как таковой. Иногда им интересны все религии сразу, как в случае с упомянутым ученым-религиоведом, назовем этот интерес «общенаучным» или, если угодно, «общекультурным». Для традиций русской паломнической культуры, тем не менее, данная формулировка звучит несколько одиозно – если это туризм, то почему он должен быть религиозным? Ведь включение в тур посещений священных мест автоматически не делает их осмотр занятием, имеющим собственно религиозный смысл [3, 154].

Сегодня представители различных научных школ ведут серьезную дискуссию по поводу того, насколько вообще уместно объединение понятий «религиозный туризм» и «религиозное паломничество» в единый термин, относящийся к сфере туристического бизнеса. Многие из них, претендуя на «внеконфессиональную объективность», на деле оказываются в зависимости от конфессионально ориентированных идеологем. В частности, наблюдается зависимость позиции немецких авторов (таких, как доктор философии О. Курило, ун-т Виадрина), от конфессиональной модели Лютеранской церкви, отстаивающей исключительное употребление термина «туризм» для обозначения любой деятельности, связанной с путешествиями (в том числе, путешествий по святым местам с религиозными целями). Сходное отношение свойственно также Управлению пастырской заботы о туризме, спорте и отдыхе итальянской Епископальной конференции и Всемирной туристской организации. Следует отметить, что подобная попытка «беспристрастного» анализа целей и причин, характерных для религиозно мотивированных путешествий в 20-21 вв., сводит их исключительно к секулярной модели интерпретации, что исключает из рассмотрения большой комплекс явлений и процессов [1, 16].

Всемирная туристская организация (UNWTO), которая является учреждением Организации Объединенных Наций, ответственна за содействие устойчивому и общедоступному туризму[2].

Будучи ведущей международной организацией в области туризма, UNWTO продвигает туризм как двигатель экономического роста, всестороннего развития и экологической устойчивости [2]. UNWTO поощряет внедрение Глобального этического кодекса туризма для максимизации социально-экономического вклада туризма при минимизации его возможных негативных последствий и продвигает туризм как инструмент достижения Целей в области устойчивого развития (ЦУР), направленных на сокращение бедности и содействие устойчивому развитию во всем мире [2].

UNWTO генерирует рыночные знания, продвигает конкурентную и устойчивую политику и инструменты в области туризма, способствует образованию и обучению в сфере туризма и стремится сделать туризм эффективным инструментом развития посредством проектов технической помощи в более чем 100 странах мира [2].

В состав UNWTO входят 159 стран, 6 Ассоциированных членов и более 500 присоединившихся членов, представляющих частный сектор, образовательные учреждения, туристические ассоциации и местные органы управления туризмом [2]. В современных условиях распространения пандемии COVID-19 организация и осуществление всевозможных паломнических проектов и культурного туризма приобретают особое значение.

Сдерживание пандемии COVID-19 объявлено суперзадачей этой организации и является ее высшим приоритетом. «Туристический сектор стремится поддерживать все меры, принятые для обуздания вспышки и смягчить воздействие на жизнь людей», – отмечается в официальных документах UNWTO [2]. Всемирная туристская организация (UNWTO), Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), Международная организация гражданской авиации (ИКАО), Международная морская организация (ИМО) и частный сектор – Присоединившиеся члены UNWTO, Международная Ассоциация Аэропортов (ACI), Международная Ассоциация Круизных Линий (CLIA), Международная Ассоциация воздушного транспорта (IATA) и Международный Совет по туризму и путешествиям (WTTC) должны обеспечить скоординированный и эффективный ответ мировой угрозе. В социально-экономическом секторе отмечается глобальная рецессия с потерей миллионов рабочих мест. Туризм является одним из наиболее пострадавших секторов экономики. Это отражается на наиболее уязвимых группах населения, таких как женщины, молодежь и сельские жители. Поэтому туризм требует срочной поддержки и принятия конкретных мер по сохранению рабочих мест и обеспечению потенциала рынка сразу после снятия чрезвычайного положения. Экономический и социальный спад туризма касается любого другого сектора экономики [2]. Туризм – сектор, который наиболее затронул этот кризис и который нуждается в срочной поддержке из-за угрозы потери миллионами людей своих рабочих мест.

Во всем мире международный туризм воплощает возможности развития, способствует распространению солидарности и понимания, стирая границы, в то время как внутренний туризм помогает развивать сплоченность людей внутри государств.

Кроме того, туристический сектор играет ключевую роль в консолидации усилий по сохранению и продвижению природного и культурного наследия и уже давно на переднем плане по охране окружающей среды. Все это подчеркивает необходимость поддержки туристического сектора как во время кризиса, так и при выходе из него [2]. Меры, принятые всем мировым сообществом, направлены на поддержку частного сектора и международного туризма, и должны способствоват урегулированию беспрецедентной социально экономическо чрезвычайной ситуации. Однако они не являются кончательными. COVID-19 оказывает различное влияние на государства, и способность последних правильно отреагировать и оправиться от этого кризиса также будет значительно различаться. Это связано с различием в инфраструктуре, людских ресурсах, экономическом потенциале и политических факторах. Но совершенно очевидно, что в обозримом будущем паломничество во Святые Земли будет развиваться стремительно, так было до пандемии COVID-19, так будет и после этого. COVID-19 сильно ударил по туристическому сектору. Тем не менее эта пандемия предоставляет редкую возможность для дальнейшего роста и развития в целом. Это особенно актуально, так как перед глобальным сообществом в ближайшее десятилетие стоит задача по достижению 17 целей в области устойчивого развития, изложенных в Повестке дня на период до 2030 года.

Использованная литература

1. Житенев С.Ю. Религиозное паломничество: межкультурные коммуникации и цивилизационный контекст. Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук. – М., 2010, с.15-19.

2. О UNWTO. Официальный сайт UNWTO. URL: https: //www. unwto. org./who-we-are (дата обращения: 26.05.2020).

3. Силантьева М.В. Духовный смысл православного паломничества в эпоху глобализации (М.В.Силантьева. Паломничество и религиозный туризм: многообразие интерпретаций. Сборник научных статей. – Владимир: Изд-во ВлГу, с.150-1

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (ПО ОФИЦИАЛЬНЫМ ДОКУМЕНТАМ ВСЕМИРНОЙ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ)

Колобова Светлана Анатольевна
д.полит.н., профессор Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А.Добролюбова, г. Нижний Новгород, Российская Федерация
dipin2012@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности инновационного развития современных межкультурных коммуникаций применительно к международному туризму с учетом фактора глобальной неопределенности.

Ключевые с л о в а : *межкультурная коммуникация, международный туризм, инновации коммуникативного свойства.*

В современных условиях глобализации, представляющей собой многоуровневый процесс, имеющий различные типы проблем и угроз особую роль играет межкультурная коммуникация. Она является основой для взаимопонимания и решения э т и х проблем.

Межкультурное взаимодействие обусловливает поведение людей в различных сферах жизнедеятельности, одной из которых является сфера туризма.

Туризм и социально-культурная деятельность в целом играет особую роль в экономике и политике многих стран современного глобального организованного мира [1, 15]. Туризм (от французского tour) – это прогулка, поездка, путешествие, проведение отдыха в путешествиях, путешествие из любопытства, поход в свободное время, один из видов активного отдыха, средство духовного, культурного и социального развития личности. Это средство для восстановления и развития духовных сил человека и направлено на удовлетворение запросов людей разных возрастов и профессий. Нахождение на свежем воздухе, активное движение, физическая нагрузка, положительные эмоции благотворно сказываются на здоровье [1, 15]. Во всех своих ценностных смыслах туризм направлен на достижение максимально положительного и, главное, мобилизационного эффекта, применяемого ко всем людям доброй воли [1, 19].

Социально –культурная деятельность в туризме чрезвычайно важна в любом измерении. Ей присущи такие факторы как:

-необходимость наличия свободного времени для отдыха и материальных средств;

– большой и разнообразный выбор отдыха;
– относительная добровольность участия в туристических мероприятиях;
– зависимость отдыха от особенностей национально-этических и региональных традиций [1,19].

Туристические мероприятия непременно осуществляются с учетом общекультурных, познавательных, политических, социальных, профессиональных, бытовых и семейных интересов взрослых, молодежи и детей [1, 19]. Туризм реализуется в самых различных формах. Он имеет личностную направленность, протекая как индивидуально, так и коллективно. Туризму присуща прежде всего культурная и воспитательная направленность, которая имеет чрезвычайную значимость для всего человечества, на что обращают особое внимание последние официальные документы Всемирной туристской организации (UNWTO), призывающие к срочным действиям правительства всех стран мира по поддержке восстановления туризма в связи с пандемией COVID-19. Интенсивное развитие индустрии туризма и гостеприимства обеспечивает решение таких важных проблем глобализации, как взаимопонимание и взаимодействие между представителями разных социумов и лингвокультур, формирование позитивного международного имиджа государств и народов, разрушение ложных этнических стереотипов о представителях данного конкретного социума. Общеизвестно, что ложные этнические стереотипы формируются под воздействием определенной культуры и остаются неосознанными до тех пор, пока человек не выйдет за пределы общепринятых представлений и сам не познакомится с культурными особенностями других народов. Большинство людей, возвращаясь из путешествий, опираясь на собственный опыт общения с представителями других культур, способны разрушить в своем сознании социальные, бытовые, политические, расовые, гендерные стереотипы и негативные представления о других странах и народах.

Особое значение межкультурная коммуникация в сфере туризма приобретает в условиях роста миграционных потоков современного глобального общества. Туризм способствует решению проблем диалога культур, противодействия ксенофобии и радикализму. От характера межкультурных коммуникаций зависит устойчивое развитие широкого демократического диалога, укрепление атмосферы доверия между представителями разных культур, основанного на взаимном уважении.

Следует подчеркнуть, что эффективным инструментом туризма по выстраиванию доверия между народами выступает язык той страны, куда прибывает путешественник. Знакомство туристов с национальным языком принимающей страны формирует представление о нации, традициях, ценностях данного этноса.

В сложных условиях глобального кризиса, связанного с пандемией

COVID-19 Всемирная туристская организация отмечая, что туризм в мире является одним из наиболее пострадавших из всех основных секторов экономики: самолеты на земле, гостиницы закрыты, а ограничения на поездки введены практически во всех странах мира, призывает к срочным действиям правительства всех стран мира по поддержке восстановления туризма.

В результате беспрецедентного удара по туристическому сектору пандемия COVID-19 привела к сокращению в несколько раз числа туристов в первом квартале 2020 года по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году.

Имеющиеся данные указывают на снижение на 22% в 1 квартале 2020 года, а число туристов в марте сократилось на 57%. Это приводит к потере 67 миллионов туристов и около 80 миллиардов долларов США в виде поступлений.

Перспективы на год были несколько раз понижены с момента вспышки вируса ввиду высокого уровня неопределенности.

Текущие сценарии указывают на снижение от 58% до 78% туристов в течение года, в зависимости от скорости сдерживания и продолжительности ограничений на поездки и закрытия границ, хотя перспективы остаются весьма неопределенными (сценарии не являются прогнозами и не должны быть истолкованы как таковые).

Сценарии отражают три возможных модели ежемесячного изменения числа туристов с апреля по декабрь 2020 года, предполагая, что ограничения на поездки начинают сниматься, а национальные границы открываются в начале июля (сценарий 1: -58%), в начале сентября (сценарий 2: -70%) или в начале декабря (сценарий 3: -78%).

Эти сценарии могут поставить под угрозу 100-120 миллионов рабочих мест в сфере туризма. Это, безусловно, худший результат в историческом опыте международного туризма с 1950 года, и он резко положил бы конец 10- летнему периоду устойчивого роста после финансового кризиса 2009 года. Мнение, высказанное Группой экспертов UNWTO, указывает на начало восстановления международного спроса в основном в 2021 году. По мнению экспертов по всему миру, внутренний спрос будет восстанавливаться быстрее, чем международный. Впереди еще немало проблем, начиная с неизвестной продолжительности пандемии до ограничений на поездки в условиях глобального экономического спада. Страны во всем мире осуществляют широкий спектр мер по смягчению последствий вспышки COVID-19 и стимулированию восстановления сектора туризма [3].

UNWTO максимально способствует тому, чтобы правительства делали все возможное для защиты наиболее уязвимых членов общества. На третьем заседании Кризисного Комитета UNWTO призвала членов усилить давление на мировых лидеров, чтобы те пересмотрели налоговую политику и политику в области занятости, связанные с туризмом, и помогли

предприятиям восстановить свою деятельность. Этот призыв к действию звучит, когда лица, принимающие решения, испытывают возрастающее давление, чтобы предпринять конкретные шаги в борьбе с COVID-19. Подготовка финансовой и экономической реакции была в центре внимания Весенних совещаний Международного валютного фонда и Всемирного банка на этой неделе, в то время как Европейская комиссия укрепляла политическое сотрудничество в рамках Европейского союза. Заседание Комитета по кризису туризма проводилось на фоне председательства Саудовской Аравии в G20, где звучал призыв к правительствам, частным организациям и благотворителям внести коллективные 8 миллиардов долларов США на устранение существующего дефицита финансирования и надлежащее решение проблемы пандемии. Правительства имеют возможность признать уникальную способность туризма не только обеспечивать занятость, но и продвигать равенство и инклюзивность Генеральный секретарь UNWTO Зураб Пололикашвили сказал: «Этот кризис продемонстрировал силу солидарности через границы. Наш сектор доказал свою способность восстанавливаться и помогать обществам восстанавливаться. Мы просим оказать надлежащую поддержку туризму, чтобы он смог вновь возглавить усилия по восстановлению».

Призыв к действию происходит, когда UNWTO сообщает о том, в какой степени COVID-19 остановил мировой туризм. В отчете UNWTO «Ограничения на поездки» отмечается, что с конца января в 96% всех пунктов назначения по всему миру введены полные или частичные ограничения. Генеральный секретарь Пололикашвили также призвал правительства отменить такие ограничения, как только это станет безопасным, для того, чтобы общества снова смогли воспользоваться социальными и экономическими выгодами, которые может принести и туризм.

Заглядывая в будущее, Глобальный комитет по кризису туризма работает над планом восстановления сектора. Это будет сосредоточено вокруг открытых границ и расширенных возможностей соединения, а также будет способствовать повышению доверия потребителей и инвесторов. Чтобы помочь странам вернуться к росту, UNWTO скоро запустит новый пакет технической помощи для восстановления. Это позволит государствам-членам UNWTO наращивать потенциал, улучшать рынок и продвигать свой туристический сектор в предстоящие непростые месяцы. UNWTO сформировала Глобальный кризисный комитет по туризму, чтобы объединить все части туристического сектора, а также ведущие международные институты, чтобы выработать единый ответ, чтобы смягчить воздействие COVID-19 и подготовить туризм к восстановлению. Из системы ООН в состав Комитета входят представители ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения), ИКАО (Международная организация гражданской авиации) и ИМО (Международная морская организация). К ним присоединяются

председатели Исполнительного совета UNWTO и его региональных комиссий. На совещании также наблюдалось увеличение числа стран, активно участвующих в работе Комитета. На этот раз присутствовали представители Кении, Замбии, Сенегала, Ямайки, Бразилии, Чили, Малайзии, Мальдивских Островов, Китая, Греции, Хорватии, Испании, Объединенных Арабских Эмиратов и Саудовской Аравии. Департамент Присоединившихся членов UNWTO представил своих членов из частного сектора, гражданского общества и научных кругов. Помимо них, частный сектор был представлен такими членами, как IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта), ACI (Международный совет аэропортов), CLIA (Международная ассоциация круизных линий), WTTC (Всемирный совет путешествий и туризма). Также были представители IFC (Международная финансовая корпорация) и IFEMA, директор которой Ана Ларраньяга является председателем Совета Присоединившихся членов UNWTO. Это третье совещание, состоявшееся б л а г о д а р я усилиям МОТ (Международной организации труда) и ОЭСР, подчеркнуло возросшее значение, придаваемое туризму во время борьбы с COVID-19» [4]. UNWTO особо подчеркивает, что на протяжении десятилетий туризм продолжает расти, чтобы стать одним из самых быстрорастущих секторов экономики в мире. Современный туризм тесно связан с экономическим развитием и охватывает все больше новых направлений. Эта динамика превращает туризм в ключевой двигатель социально-экономического прогресса.

Сегодня объем бизнеса туризма равен или даже превосходит объем экспорта нефти, продуктов питания или автомобилей. Туризм стал одним из основных игроков в международной торговле и одновременно является одним из основных источников дохода для многих развивающихся стран. Этот рост идет рука об руку с растущей диверсификацией и конкуренцией [5].

Это глобальное распространение туризма в промышленно развитых и развивающихся государствах принесло экономические выгоды и повысило занятость населения во многих смежных секторах – от строительства до сельского хозяйства или телекоммуникаций.

Вклад туризма в экономическое благополучие зависит от качества и доходов туристического предложения. UNWTO способствует устойчивому позиционированию туризма на новых региональных и международных рынках. Как структура ООН, занимающаяся туризмом, UNWTO отмечает, что особенно развивающиеся страны выиграют от устойчивого туризма, и предпринимает действия, чтобы помочь сделать это реальностью [5]. Устойчивое развитие туризма предполагает «Туризм, который в полной мере учитывает его нынешние и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности туристов, предприятий, окружающей среды и принимающей стороны» [7]. Рекомендации по устойчивому развитию туризма применимы ко всем

видам туризма, включая массовый туризм и различные нишевые туристические сегменты. Принципы устойчивости относятся к экологическим, экономическим и социокультурным аспектам развития туризма, но необходимо установление надлежащего баланса между этими тремя измерениями, чтобы гарантировать его долгосрочную устойчивость [7]. Таким образом, устойчивый туризм должен:

– оптимально использовать природные ресурсы, которые составляют ключевой элемент в развитии туризма, поддерживая важные экологические процессы и помогая сохранить природное наследие и биоразнообразие;

– уважать социально-культурную самобытность принимающей стороны, сохранять их культурное наследие и традиционные ценности, а также способствовать межкультурному взаимопониманию и терпимости.

– способствовать обеспечению жизнеспособных, долгосрочных экономических отношений, социально-экономических выгод для всех заинтересованных сторон, включая стабильные возможности трудоустройства и получения дохода, а также социальные услуги для принимающей стороны и содействие снижению уровня бедности.

Устойчивое развитие туризма требует информационного участия всех заинтересованных сторон, а также сильного политического руководства для обеспечения широкого участия и достижения консенсуса. Достижение устойчивого туризма – это непрерывный процесс, требующий постоянного мониторинга воздействий и принятия необходимых профилактических и / или корректирующих мер в случае необходимости.

Устойчивый туризм должен также поддерживать высокий уровень удовлетворенности туристов и обеспечивать получение значимого опыта для туристов, повышая их осведомленность о проблемах устойчивости и продвигая среди них методы устойчивого туризма.

Устойчивый туризм занимает прочные позиции в Повестке дня на период до 2030 года. Однако для реализации этой повестки дня необходимы четкие рамки реализации, адекватное финансирование и инвестиции в технологии, инфраструктуру и людские ресурсы.

Поскольку туризм вращается вокруг миллиардов встреч между людьми различного культурного происхождения, этот сектор может способствовать межкультурной и межконфессиональной терпимости и взаимопониманию, закладывая основу для более миролюбивых обществ. Устойчивый туризм, который приносит пользу местным общинам и привлекает их, также может обеспечить источник средств к существованию, укрепить культурную самобытность и стимулировать предпринимательскую деятельность, помогая тем самым предотвратить насилие и конфликты, чтобы укорениться и укрепить мир в

постконфликтных обществах. [6]. Межкультурная коммуникация в туризме в условиях преодоления глобального кризиса способна содействовать качественно новому процессу управления отраслью с учетом многонациональных особенностей и культурных различий всех участников туристического рынка.

Масштабность действий UNWTO в конкретных геополитических условиях впечатляет. Она полностью соответствует надеждам всего человечества, усиливая его конкурентоспособность и социальную мобильность в самых различных измерениях.

Использованная литература

1. Барнуков И.С., Нестеров А.А., Нестерова Е.В. Туризм: организация, управление, маркетинг. Учебно-методическое пособие. – СПб: ООО «Книжный Дом». 2005. – 224 с.
2. Инновации, инвестиции и цифровая трансформация. Официальный сайт UNWTO. URL: https://www.unwto.org/innovation-investment-and-digital-transformation (дата обращения 26.05.2020).
3. Исследование рынка май 2020. Официальный сайт UNWTO. URL: https://www.unwto.org/market-intelligence (дата обращения 26.05.2020).
4. «Одни только слова не спасут рабочие места»: UNWTO призывает правительства предпринять решительные действия для поддержки восстановления туризма https://www.unwto.org/news/firm-action- by-governments-to-support-tourism-recovery-covid-19 (дата обращения 26.05.2020).
5. Почему туризм? Официальный сайт UNWTO. URL: https://www.unwto.org/why-tourism (дата обращения 26.05.2020).
6. Туризм в повестке дня 2030 года. Официальный сайт UNWTO. URL: https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda (дата обращения 26.05.2020).
7. Устойчивое развитие туризма. Официальный сайт UNWTO. URL: https://www.unwto.org/sustainable-development (дата обращения 26.05.2020).

THE IMPORTANCE OF NEEDS ANALYSIS IN THE DEVELOPMENT OF ENGLISH LANGUAGE INSTRUCTION FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Nancy M. Ackles, Ph.D.
nackles@apu.edu

Abstract. This article argues for the necessity of needs analysis in developing materials for English language instruction that will support economic development through tourism in Uzbekistan. In particular, it argues that the English language needs of individuals who may have interactions with tourists should be analyzed and materials prepared to meet these needs without requiring all such individuals to become fluent speakers or interpreters.

Key words: *tourism, needs analysis, English for Specific Purposes*

Many of the papers presented in this conference will deal with important theoretical issues in intercultural communication and translation studies in the context of globalization. I would like to bring to our attention a smaller, but perhaps very crucial, issue. English as an international language is often the language of tourism, a language that tourists expect to be able to use for interactions in the countries they visit, even if English is a learned language for both the tourist and the local community. Because this is so, English language instruction plays an important role in the development of international tourism as a contributor to a nation's economy.

This English instruction may be considered English for a Specific Purpose, the purpose of tourism, and this may lead to the development of English courses to teach the English needed by tour guides and hotel receptionists. However, if we consider the full range of interactions that tourists have with local people, we observe a much wider range of needs. Many individuals who have only a narrow range of interactions with international tourists will also need English courses, though these courses of study will not need to be as long or as complete as the English programs offered to university students who major in English or plan to become English teacher

A nation that wishes to increase international tourism as part of the national economy needs to prepare a careful analysis of the kinds of interactions local people will have with tourists who use non-local languages, and in particular, who use English. This can lead to the development of targeted language learning materials for those individuals who may interact with tourists with some frequency and perhaps specific bi-lingual printed materials to place in the hands of these individuals to facilitate communication when needed.

This paper cannot provide such a needs analysis, but can only argue for the necessity of a careful and thorough study of the particular needs in a country, and specifically in Uzbekistan. The type of questions to be asked in such a study might include: When are tourists likely to seek help from police? (Perhaps because they need directions, are lost, need medical help, or have been the victim of a crime.) What English do police officers need in order to communicate their willingness to help, to learn the nature of the problem, and to begin moving toward a solution? What English do those who sell tickets at monuments and museums need in order to communicate the different types of tickets available, methods of payment, change, etc.? (Perhaps there are different prices for citizens and for visitors, for different days and times, or for different levels of access. Perhaps there are no, or

only a few, credit cards accepted.) What questions do visitors frequently ask? How can ticket agents answer these questions?

What English do hotel room staff need in order to respond to requests for services (such as laundry or fixing internet access) or supplies (such as soap or tea making equipment)? What phrases do they need in order to communicate concern for their guests or to explain the inability to meet a particular need? What questions do tourists often ask of taxi drivers? How can drivers respond to these questions? What English do craft sellers need in order to explain their materials, methods, and prices? How can they communicate whether or not they are open to bargaining on price? Without access to this kind of English, artisans may be unable to market their own wares without giving a substantial part of their potential proceeds to someone who speaks more fluent English.

This is of course not an exhaustive list of the questions that should be investigated. Preparing the list would be an important part of preparing the needs analysis. The point is that when we think about English language education needs for the development of tourism, we must broaden our thinking beyond the need for fluent English speakers who can handle language-intensive tasks such as working as guides, as hotel desk staff, or in travel offices. Yes, there is definitely a need for such individuals and for others who can work as interpreters for high-level tasks. However, there are also multiple ways and places where tourists may interact with local citizens, and the English language needs in those situations vary greatly.

As the field of language education advances and adapts to the changing needs of a globalized economy, it is important that educators and education planners look at the broad range of language needs in their nation. Many language learners will seek English language skills that will allow them to participate in international conferences, attend international universities, or do international business negotiation. Others will want skills that will allow them to read English literature, follow discussions on the internet, or watch international news programming in English. These needs must be provided for. There are others, however, who may not need that degree of fluency in English or who would like to learn English for a limited purpose before going on to develop greater fluency. For these people, specialized materials based on the very specific needs in Uzbekistan need to be developed and courses offered.

International tourism has become a major source of economic development in many countries. Uzbekistan has not benefitted from this development to the degree deserved by the beauty of its land, the depth of its history, and the importance of its monuments. Educators who work in the field of English language education have an important role to play in building the future of Uzbekistan, including in building the tourism capacity of the country.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ

Тухтасинов Ильхомжон Мадаминович
Доктор педагогических наук, профессор
Самаркандского государственного института
иностранных языков

Аннотация. Настоящая статья посвящается анализувопросов, связанных со стратегическим развитием туризма в Самаркандской области. Кроме этого, предлагаются некоторые пункты, на которые следует обратить внимание с целью расширения туристического бизнеса в регионе.

Ключевые слова: *туризм, туристы, стратегическое развитие, историческое наследие, богатая культура, природные условия.*

Как история тихо нам шепчет, как и другие первыми очагам человеческой цивилизации – Вавилону и Мемфису, Афинам и Риму, Александрии и Византии – Самарканду суждено было пережить бурные события и потрясения. История Самарканда уходит вглубь тысячелетий. Археологические находки и летописные труды очевидцев и древних историков позволили установить с полной достоверностью, что человек жил на территории современного города жил на территории современного города за много тысячелетий до нашей эры. Археологи обнаружили следы стоянки верхнего палеолита в самом центре Самарканда – здесь было найдено большое количество орудий из кварца и кремня, а также костей животных. В настоящее время известны и более поздние памятники первобытного общества, найденные недалеко от Самарканда.

Чрезвычайно выгодное географическое местоположение, сравнительно прохладный климат: обилие естественных источников с прекрасной водой, которую самаркандцы недаром называют «оби рахмат» - «вода милости», близость гор с многочисленной дичью, протекающая рядом река Зарафшан – всё это обеспечивало благоприятные условия для человеческих поселений в районе, где за несколько столетий до нашей эры поднялись крепостные стены, замки, величественные здания и храмы Самарканда. На его территории удалось проследить все этапы развития первобытно - общинного строя.

В исторических трудах античного времени самое раннее письменное упоминание о Самарканде – известном тогда под названием Мараканда - относится к 329 году до н. э. в описаниях очевидцев и участников завоевательных походов Александра Македонского.

Уже тогда Самарканд представлял собой большой город с многолюдным населением, развитыми ремёслами, торговлей, культурой. Он имел неприступную цитадель и внешнюю оборонительную стену длиной в 70

стадий – около десяти с половиной километров. Бурная, порой драматическая и блистательная история была суждена Самарканду с первых дней его существования. Город видел на своих улицах и площадях полудиких саков и масагетов, железные фаланги греко-македонцев, орды жестоких каракитаев, перенёс истребительное нашествие фанатичных арабских полководцев, огнём и мечом обрушились на его мирные дома кровавые орды Чингизхана… Однако при Тимуре, который сделал его столицей своей империи Самарканд становится одним из красивейших городов мира, а при великом учёном-астрономе Улугбеке, внуке Амира Тимура, город приобретает славу одного из выдающихся центров культуры и науки средневековья.

«Эдем Древнего Востока», «Драгоценная жемчужина исламского мира», «Рим Востока», «Руизамин» - «Лик Земли», «Красота подлунных стран», «Город легенд», «Город бирюзовых куполов» - такими пышными названиями наделяли Самарканд поэты историки, средневековые географы Ирана, Индии, Китая, Византии, Египта.

Бесценной сокровищницей культуры народов Востока справедливо называли и называют город Самарканд.

До наших дней в Самарканде сохранились изумительные по красоте, уникальные по архитектурным формам памятники средневекового зодчества, возведённые руками трудового народа, подлинного творца истории. Простые люди, народные умельцы, вдохновенные мастера – каменщики, плотники, штукатуры, керамисты, резчики по алебастру, по камню, по дереву, лучшие художники специалисты по стенной росписи трудились здесь в далёкие минувшие дни, отдавая свой талант и силы созданию бессмертных творений, вызывающих восхищение потомков.

Открытия в области монументального искусства, скульптуры и живописи в Пенджикенте, Афрасиабе свидетельствуют о том, что в XIV-XV вв., в эпоху среднеазиатского Ренессанса в Мавераннахре и его столице Самарканде были созданы произведения особого синтетического стиля, вобравшие в себя высшие достижения отечественной художественной культуры народов Ближнего и Среднего Востока. Это искусство как бы олицетворяло взаимосвязь и взаимовлияние культур стран Средней Азии, Индии, Пакистана, Ирана, Афганистана. Самаркандские шедевры древнего и средневекового искусства это синтез творческого гения многих народов, которые совместным трудом внесли весомый вклад в развитие мировой культуры. Недаром с 2001-го года Самарканд включён ЮНЕСКО в список Всемирного наследия, как Город - Перекресток Культур.

Архитектурные памятники Самарканда, площади, махали-кварталы, улицы – это каменные страницы истории, перелистывая которые, мы имеем возможность углубиться в славные прошлые города. Мы не можем не восторгаться величественной мечетью Биби-Ханым, бирюзовым куполом мавзолея Гур-Эмир, неповторимыми по изяществу ансамблем Шахи-Зинда, триадой медресе Улугбека, Шердора и Тиля-Кори на площади

Регистан. Эти и многие другие шедевры занимают выдающееся место в истории мировой архитектуры и по своим художественным достоинствам стоят в одном ряду со знаменитыми памятниками зодчества Египта, Индии, Ирана, античной Греции и древнего Рима. Почти о каждом из этих памятников сложены народные легенды и сказания. Не менее славен Самарканд своими прикладными искусствами: стенными росписями, резьбой по ганчу и дереву, чеканкой по металлу, ювелирными изделиями, художественными шёлковыми и золотыми вышивками, ковроделием и шелкоткачеством. Самаркандские золотые и серебряные ожерелья, серьги, браслеты, медные тончайшего чеканного орнамента кумганы, глиняные расписные блюда, атласные сюзане-гобелены, шёлковая самаркандская бумага, стрельчаты изумительных расцветок хан- атлас, художественно расшитые тюбетейки, юфтевая обувь с ранних веков и до наших дней производится в Самарканде и широко известны за его пределами в странах Востока и Запада. Самаркандская художественная керамика, радующая глаз затейливым, но строгим рисунком, чистотой локальных тонов и совершенством формы славится практически по всему миру. Инициатива открытия в Самарканде Международного университета туризма «Шелковый путь» была выдвинута нашим Президентом ШавкатомМирзиёевым 10 июня 2018 г. на саммите ШОС в Циндао (Китай). Спустя уже две с половиной недели, 28 июня глава нашего государства подписал постановление об открытии вуза. Согласно документу учебно- методическое руководство и ведение образовательного процесса в университете было передано осударственному комитету Республики Узбекистан по развитию туризма. По словам Б.Тураева, на данный момент в университете функционирует факультет «Менеджмент туризма», в котором обучаются 134 студента по девяти направлениям. Это – туризм (по направлениям деятельности), маркетинг в сфере туризма, гостиничный бизнес, ресторанный бизнес и др. Обучение ведется на узбекском, русском и английском языках. В бакалавриате будут преподаваться иностранных языка: первый – английский (французский, немецкий), второй — один из официальных языков Шанхайской организации Сотрудничества (русский, китайский). *«Что показал первый прием на факультет «Менеджмент туризма»? Какие направления оказались наиболее востребованными? Каков был конкурс, т.е. сколько человек претендовало на одно место?»,* – спрашиваю у собеседника. По его словам, для групп с узбекским языком обучения конкурс находился в пределах от 11,5 до 15,2 человека на одно место. Наиболее высокий конкурс (15,2) зарегистрирован в направлении "Туризм", нижний предел конкурса (11,5 человек на место) – в направлении "Маркетинг в сфере туризма". В группах с русским языком обучения отмечена несколько иная картина: конкурс на одно место находится в пределах от 5,7 ("Ресторанный бизнес") до 9,14 человек ("Гостиничный бизнес").

Так, если говорить о развитии туризма в Узбекистане, то следует отметить, что Самарканд – это второй по величине крупный центр на историческом торговом пути, соединяющем азиатские и

европейские страны. Самаркандская область обладает замечательными природными условиями и вносит большой вклад в процветание туризма в стране. Город Самарканд развивается согласно сбалансированной стратегии развития, направленной на обеспечение долгосрочного устойчивого роста.

Исторический город Самарканд может похвастаться хорошо сохранившимся архитектурным наследием – большим туристическим потенциалом. Так, культурный туризм представляет собой крупный ресурс, ежегодно привлекающий тысячи туристов и приносящий определённый доход. Думается, что для увеличения размера этих доходов следует обратить внимание на развитие экотуризма или агротуризма, связанного с невероятно красивой природы области. Это является очень важным для развития туризма в регионе.

Историческая зона Самарканда занимает около 1150 га. В список Всемирного наследия ЮНЕСКО внесены 728 памятников и более 1000 археологических объектов памятников исторического наследия. Именно эти достопримечательности привлекают большинство туристов, приезжающих в

город для того, чтобы почувствовать и заглянуть назад в интересное историческое прошлое, получить невероятные эмоции, связанные с богатым наследием узбекского народа.

Отметим положительные стороны городского развития,в первую очередь следует похвалить систему водоснабжения, которая обеспечивает чистой питьевой водой всехжителей города 24 часа в сутки. Несколько лет назад в исторической части города наблюдалось отсутствие канализационной сети и соответствующих сооружений для очистки промышленных стоков. Это были инфраструктурные недостатки, которые негативно сказывались на привлекательности города, особенно той части, часто посещаемой туристами. Сейчас эта проблема почти устранена и город намного преобразился с экологической точки зрения.

Другой положительной стороной является упорядоченная система общественного транспорта, что решает немаловажную роль в развитии туристического дела. Действительно, передвигаться по городу стало очень удобно и для этого существуют удобные виды общественного транспорта. Кроме этого, важным пунктом здесь отмечается состояние дорог в городе. Конечно, основные дороги радуют своим хорошим состоянием и широтой, однако, туристы предпочитают ходить пешком по второстепенным узким дорогам и гузарам, а также по историческому бульвару студенческого городка с целью более близкого знакомства с местной аурой и местными жителями. Большую дань нужно отдать нашим горожанам, прославившимся на весь мир своей доброжелательностью, гостеприимством и искренностью. Именно такими их запоминают туристы.

Ещё одним важным плюсом является «местоположение Самарканда на транспортном коридоре центрально-азиатских стран, что служит

стимулом для улучшения транспортной и другой необходимой инфраструктуры и
способствует перевозке товаров вдоль коридоров и делает регион более привлекательным» [1, с. 9].

МестоположениеСамарканда на перекрёстке коридоров развития особой экономической зоны и Свободной промышленно-экономической зоны Навои представляет уникальную возможность для развития межрегиональной и внутрирегиональной торговли. Самарканд окружён богатой природной средой, которая с фантастически сохранившимся культурным наследием делают этот город ещё более привлекательным для международных и национальных посетителей. Туристические услуги и инфраструктура находятся на достаточно высоком уровне, что поддерживает многочисленные туристические предложения.

История этого легендарного города насчитывает около трёх тысячелетий, ведь впервые упоминание о городе (под названием Мараканда) встречается в греческих летописях 329 года до нашей эры. Ещё в древности Самарканд занимал выгодное географическое положение в долине реки Зарафшан, на пересечении Великого Шёлкового пути.

Сегодня Самарканд – это сказочно красивый город, поражающий как местных жителей, так и туристов своими изящными голубыми куполами и величественными минаретами. Самарканд недаром называют «украшением Земли» и «жемчужиной Востока». Он вобрал в себя и сохранил до сегодняшних дней богатейшую культуру, искусство и неповторимую архитектуру. Историческое наследие Самарканда потрясает своей красотой и величием.

Вот, что пишут о Самарканде туристы: «Мы остались под большим впечатлением. Больше всего нас поразил тот вклад, который внесли исторические личности Узбекистана в мировую культуру и науку, особенно династия Тимуридов. Больше всего запомнился Улугбек, который превратил
Самарканд в культурно-научный центр, куда съезжались великие умы мира, чтобы делиться своими знаниями и учиться новому» [2, с. 45].

В Самарканде установлен памятник Конфуцию

В соответствии с поручениями Президента ШавкатаМирзиёева, данными в ходе предыдущих поездок, рядом с Самаркандским государственным университетом установлен памятник великому китайскому мыслителю Конфуцию. На площади вокруг памятника возведены беседки в китайских традициях. Девятиэтажный учебно-административный корпус университета прошел реконструкцию и оснащен соответствии с опытом престижных зарубежных вузов.

Здесь создается центр международных образовательных программ, где будет изучаться лучший опыт университетов Китая, Южной Кореи, Японии, Индии и Европейского союза.

Глава государства ознакомился с проектом центра и дал соответствующие поручения ответственным лицам. Здесь же представлены проекты по развитию туризма, строительству конгресс-холла и гостиниц в Самарканде.

По инициативе Президента в Самарканде были открыты Институт Конфуция и Международный университет туризма "Шелковый путь".

Таким образом, одним из важных пунктов в развитии туризма в Самаркандской области является сохранение аутентичного восточного духа, который привлекает тысячи туристов. Именно историческая и культурная уникальность могут повлиять на то, чтобы люди по всему миру открыли для себя Узбекистан и наслаждались его красивыми городами, расширяя свои горизонты, пополняя свои знания, мудрость и жизненный опыт.

Мы становимся свидетелями того, что узбекский народ бережно охраняет памятники культуры прошлого, он ценит сокровища культуры, созданные гением и трудом людей на протяжении минувших веков. Но особую гордость вызывает его сегодняшняя действительность – абсолютно современный город, имеющий развитую промышленность, социальную инфраструктуру и научно- технический потенциал, Самарканд очень трепетно относится к своей богатейшей истории и бережно хранит

культурное наследие, искусно вплетая его в современную жизнь.

Использованная литература:

1. Самарканд. Стратегия развития города. – Самарканд, 2014. – 24 с.
2. TheMag. – Ташкент. Сентябрь-октябрь 2018. – 132 с

CHALLENGES OF ENGLISH FOR TOURISM PURPOSES IN THE ERA OF GLOBALIZATION

Professor Dr. Shpres Delija Tirana University
Faculty of Foreign Languages delija.sh@gmail.com PhD.
Candidate Luiz Seiti Eqrem Çabej University Gjirokastër
Department of Foreign Languages lseiti@uogj.edu.al

Abstract. The article is devoted to the challenges of English for Tourism Purposes in the era of globalization. As English is seen as the first foreign language at school, developing language and cultural skills to the students of tourism requires a special attention. Presenters share their insights about teaching NNESTs on the framework of globalization, through a new module that meet the students' needs in their core discipline – Tourist Management.

Key words: *intercultural communication, tourism, challenges, concept, module.*

A challenge that presenters faced in designing one module on English for Tourism Purposes (ETP) was the shift from teaching to learning. Students that study tourism show greater interest this year and the challenge is that an effective module must attempt to overcome the deficiencies of the K-12 educational system, which sometimes does not meet the National standards. Additionally, the presenters focus on analyzing the ETP competences within the appropriate context (Dudley- Evans and St. John (1998). The module incorporates the young tourist specialists' needs, wants, necessities, and lacks (Hutchinson and Waters (1987) as well as their wishes (Richards, 2001). Despite the classification of ETP competences, the future tourist specialists need cultural knowledge and exposure (Lund, 1996) which makes another challenge. Students in the universities of Gjirokastra and Tirana were part of the needs analysis process and part of the application of the module. The differences in their customs, traditions and opinion on the development of tourism in their regions represent one of the biggest challenges that will be discussed during the session. Participants will leave with an understanding that the new module promotes students' language and cultural competences and creates a tourist environment where the use of English crosses the rainbow and builds bridges across languages, cultures and profession.

REFERENCE

1. Developments in English for Specific Purposes (Dudley- Evans and St. John (1998).
2. English for Specific Purposes: A Learner-Centered Approach (Hutchinson and Waters (1987)
3. Curriculum Development in Language Teaching (Richards, 2001)

НЕКОТОРЫЕ ТЕОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В РАМКАХ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ

Алсу Камалиева Доктор филологических наук, доцент Бартынский университет
(Турция)
akema@mail.ru

В данной статье исследуются некоторые основные теории вежливости в контексте коммуникативной стратегии в рамках межкультурной коммуникации. Описаны основные моменты семантического правило основоположника теории вежливости Р.Лакоффа и одна из самых влиятельных теорий вежливости, разработанных П. Брауном и С. Левинсоном.

Ключевые слова: *вежливость, антропоцентрическая парадигма, Р.Лакофф, Е.Гоффман, П. Браун, С. Левинсон, речевой акт, адресат.*

В лингвистической парадигме конца XX и начала XXI веков интенсивно развиваются дисциплины, связанные с реализацией человеческого фактора в языке, т.е. «всей совокупности свойств человека (социальных, психологических, биологических), которые так или иначе проявляются в его деятельности и тем самым влияют на процессы, протекающие в обществе»[1], и вся совокупность которых представлена в языке. Включение человеческого фактора в парадигму исследований акцентирует внимание на «биопсихосоциальной природе человека, обязательными атрибутами которого являются язык, мышление, сознание»[2], что означает, что вербальное и невербальное поведение человека коррелирует с биологической средой его обитания, его психологическими особенностями и социальными условиями, сложившимися в процессе развития цивилизации. Поэтому, для современных лингвистических исследований характерен пристальный интерес к общей теории человека, обращение к этическим нормам личности в обществе и способам их отражения в языке. Данный интерес реализуется в постановке исследовательских задач такого плана, как моделирование вербального

поведения человека в соотнесении с ситуативными, культурными факторами и фактором говорящего и адресата. Решение такого плана задач основывается на принципе антропоцентризма, т.е. «изучении языка с целью познать его носителя»[3]: языковые процессы ставятся в зависимость от потребностей коммуникативной деятельности, что предполагает учет именно «человеческого фактора», когда субъект речи и ее реципиент включаются в описание языковых механизмов.

Антропоцентрическая парадигма лингвистических исследований открывает широкую перспективу для теоретического и практического исследования сложных по структуре явлений, вербальная репрезентация которых обусловлена не только с точки зрения языка, но и широкого коммуникативного контекста[4]. Именно к таким явлениям и относится вежливость: ее исследование основывается на понимании языка как важнейшего средства общения. В **этом** смысле язык рассматривается в качестве компонента коммуникативной деятельности: как важнейший способ преобразования мира, информационного обеспечения и межличностной регулировки язык анализируется в качестве средства воздействия, побуждения людей к тем или иным действиям, к фиксации социальных отношений, а как важнейшее хранилище коллективного опыта язык является составной частью культуры.

Семантическое правило Р.Лакофф «Будь вежливым!». Работы Р. Лакофф[5] по проблеме вежливости стали первой попыткой исследовать данную тему в рамках прагматики.

В рамках генеративной семантики Р. Лакофф определяет вежливость как семантическое значение форм, выражений и предложений[6]. Автор объединяет вежливость с принципами кооперации П. Грайса, обосновывая это тем, что под влиянием императива в силу вступают собственные максимы, которые противоречат одной из максим принципа кооперации «Выражайся ясно!» *(be clearj:* «[...] если кто-то формулирует свое сообщение прямо, при этом его одной из принципиальных целей является сам процесс коммуникации, и он хочет выразить свое сообщение ясно и четко, тогда здесь нет ошибки в интенции. Если же принципиальная цель говорящего заключается в том, чтобы управлять чем-либо или кем-либо посредством статуса участников, тогда его цель будет меньше достигнута в выражении ясности, нежели в выражении вежливости как ее противоположности»[7]. Р. Лакофф разрабатывает «правила вежливости» и приравнивает их по значимости к максиме ясности принципа кооперации[8]: Правило первое: не навязывайся!

- Правило второе: предоставь выбор!
- Правило третье: будь дружелюбным!

При помощи данных трех правил Р. Лакофф выражает в общих чертах содержательные аспекты вежливости, которые соответствуют

определенным нормам и ценностям.
Примечательным является противоречие первых двух правил и третьего: искренняя или неискренняя дружелюбность в любом случае предполагает вторжение в личную сферу адресата со стороны говорящего и поэтому может ассоциироваться с навязыванием. Второе правило о предоставлении выбора адресату предполагает, соответственно, выбор между дружелюбным и недружелюбным стилем поведения. Данная противоречивость правил вежливости связана с их практической неразработанностью. Сами по себе императивные правила не объясняют, что значит быть дружелюбным, в каком случае и когда не навязываться, по отношению к кому данные правила функционируют, и многие другие вопросы, комплекс которых демонстрирует детерминированность вежливости множеством факторов, разнородных по своей сути. Их совокупность и позволяет маркировать поведение как вежливое. Правила вежливости Р. Лакофф поставили в качестве следующего этапа исследования вежливости такие вопросы: «Какие прагматические комплексы являются решающими для субъективного выбора модуса выражения?» и «Как необходимо вербалыю презентировать определенные значения, которые могут быть социально проблематичными, если их хотят выразить?» 9. Разработка семантического правила вежливости Р. Лакофф позволила совершить определенный шаг от семантического к прагматическому пониманию вежливости, которое было впервые представлено в ключевых теориях вежливости П. Браун и С. Левинсона. Теория вежливости П. Браун и С. Левинсона считается одной из влиятельных теорий вежливости10. Ее публикация инициировала более детальное и глубокое исследование указанной лингвистической темы. Имена ученых стали в некотором смысле синонимами к слову «вежливость», так как ни одно современное исследование в рамках данной проблематики не обходится без ссылки на них.
Как и Р. Лакофф, П. Браун и С. Левинсон рассматривали вежливость в соотношении с понятием «избежание конфликта». Однако методологическая часть их теории в значительной мере отличается от теории, выдвинутой Р. Лакофф. Авторы выстраивают свою теорию, основываясь на понятии Е. Гоффмана «лицо»11. Данное понятие необходимо, по мнению авторов, чтобы закрепить рекуррентных структур порядка.
Авторы выдвигают ряд тезисов для определения содержания понятия лица, субъективного по своей сути, так как оно ориентировано на индивида, принимающего участие в комуникации. Данные тезисы предполагают модель личности, действующей в своей основе рационально:Лицо не является четко заданной категорией; однако его презентация является возможной только в коммуникации с другим.

- Лицом владеет каждый социальный индивидуум. Оно применяется при коммуникации с другими индивидуумами для признания и сохранения его.

• Лицо обладает биполярной структурой потребностей: позитивное лицо vs. негативное лицо. Негативное лицо состоит в том, чтобы быть независимым, иметь свободу действий и не быть другими задетым или обиженным; оно проявляется в желании не получать препятствий при реализации своих действий. Позитивное лицо говорящего состоит в потребности быть воспринятым и оцененным другим адресатом и реализуется в желании получить одобрение со стороны других. Гармоничное межличностное взаимодействие предполагает уважение и удовлетворение данных потребностей индивидами, вступающими в общение, что означает максимальное стремление участников коммуникации избегать нанесения ущерба лицу собеседника.

• С рациональной точки зрения коммуникация функционирует с повышенной гарантией успеха, если ее участники взаимно признают потребности лица и оправдывают в соответствии с ситуацией социальные ожидания. Данные условия являются основными предпосылками для адекватного поведения и достигаются участники коммуникации посредством целесообразной реализации стратегий поведения, которые соответствуют потребностям лица. Это представляет собой ставший классическим дихотомический коррелят П. Браун и С. Левинсона: позитивному лицу, т.е. потребности признания и ценностной оценки, соответствуют стратегии позитивной вежливости, негативному лицу, т.е. потребности защиты личностных территориальных прав и сохранению компетенций свободного действия и принятия решения, соответствуют стратегии негативной вежливости. В рамках данных тезисов, которые тесно связаны с теорией Е. Гоффмана, авторы определяют цель исследования вежливости, которая заключается в семантическом и прагматическом

• Пример речевого акта, угрожающего лицу адресата:

описании вежливости как соотношения средств и цели. Постановка такой исследовательской цели обоснована тем, что реализация коммуникативной интенции осуществляется посредством функционально разграниченного инструментария. Для реализации поставленной цели авторы находят необходимый потенциал в понятии «акты угрозы лицу»: «группа действий, свойства которых противопоставляются потребностям лица»12. Лицо понимается при этом в смысле публичного имиджа говорящего. Речевой акт оценивается в этом случае по признаку сохранения или угрозы лицу адресата.

В спорте он не силен.

Речевой акт, сохраняющий лицо адресата:

— В спорте он прилагает все усилия.

В рамках соотношения вежливости с принципом кооперации П. Грайса, авторы указывают на то, что вежливость носит совсем другой статус, чем принцип кооперации: принцип кооперации в своей основе немаркирован и является социально нейтральной стратегией, что образует естественную пресуппозицию для всей коммуникации.

Лицо понимается при этом в смысле публичного имиджа говорящего. Речевой акт оценивается в этом случае по признаку сохранения или угрозы лицу адресата.

Пример речевого акта, угрожающего лицу адресата:

В спорте он не силен.

Речевой акт, сохраняющий лицо адресата:

— В спорте он прилагает все усилия.

В рамках соотношения вежливости с принципом кооперации П. Грайса, авторы указывают на то, что вежливость носит совсем другой статус, чем принцип кооперации: принцип кооперации в своей основе немаркирован и является социально нейтральной стратегией, что образует естественную пресуппозицию для всей коммуникации. Вежливость, в свою очередь, необходимо продемонстрировать при коммуникации, т.е. она должна быть вербалью и невербально просигнализирована говорящим адресату. Применение стратегий с различной степенью косвенности позволяет отклоняться от принципа кооперации, если коммуникация наносит ущерб лицу. Вежливость реализуется при помощи стратегий поведения, которые классифицируются в иерархическом порядке на основе прямой пропорциональности снижения конфликтного потенциала и косвенности. Вежливость в концепции П. Браун и С. Левинсона базируется на суверенности личностного мира говорящего и адресата. В речевом общении вежливость выступает как принцип речевого поведения, соблюдение которого должно способствовать регулированию межличностных отношений, так как основной целью вежливой стратегии является «сохранить лицо» в ситуациях, где имеется потенциальная угроза его «потерять». Данная теория объединяет в себе стратегически-инструментальное

понимание вежливости, что является как достижением, так и предметом для критики со стороны других ученых. Критическим пунктом данной теории является оценка авторами многих речевых актов как актов, несущих угрозу лицу.

Авторы разрабатывали свою теорию на основе английского языка, поэтому адекватность результатов их исследования соотносима, прежде всего, с англоязычной культурой и поэтому не может претендовать на универсализм. Хотя, разрабатывая фактор моральной оценки интенсивности актов угрозы лицу, авторы делают ремарку относительно того, что он культурнообусловлен. Однако о культурной специфичности способов вербальной репрезентации вежливости они говорят пока только на уровне особенностей желаний лица. Вопрос о культурной адаптации данной теоретической модели вежливости решается при поиске ответов на следующие вопросы: какого вида речевые акты угрожают лицу?

1) какого плана социальные отношения требуют применения стратегий сохранения лица? какого стиля вежливость предпочтительна? и т.д.

Заслуга авторов, на наш взгляд, состоит в теоретическом обосновании

вежливости в соотношении с ситуативными рамками поведения и фактором индивидуальной реализации, что позволило авторам определить уровень ее реализации, а именно через стратегии. Вежливость является результатом субъективно калькуляционного процесса, который зависит, прежде всего, от целей говорящего. Эта теория дала массу импульсов к исследованию

Выводы.

Значимость категории вежливости для коммуникативного взаимодействия обусловлена системой ценностей и достоинств человека, формирующих социальную личность, структура которой выстраивается на основе понятий «территория», «имидж», «само-презентация» или на основе понятия Е.Гоффмана «лицо» (face), которое поглощает все данные понятия. Процесс сохранения лица концептуализирует вежливость как индивидуальную потребность. Она реализуется на вербальном уровне посредством стратегий, цель которых заключается в поддержании, сохранении и укреплении социальных связей.

Общим моментом для данных теорий является определение основной функции вежливости как избежания потенциально конфликтных ситуаций. При этом лицо выступает в качестве нормативного центра, так как все стратегии вербального поведения ориентированы на его сохранение. Это позволяет поставить знак равенства между дихотомиями «угроза лица vs. сохранение лица» П. Браун и С. Левинсона. Критическим пунктом базисных теорий вежливости П. Браун и С. Левинсона является и недостаточная проработанность эмпирического материала, так как основная задача авторов стояла в разработке понятийного аппарата и положений теории вежливости в рамках общего прагматического характера.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Brown P. Levinson S.C. Politeness: Some Universals in Language Usage. - Cambridge: University Press, 1987. - 345 p.
2. Franck D. Grammatik und Konversation / D. Franck. - Königstein: Scriptor, 1980.- 281 S.
3. Goffman E. On Face-Work: an Analysis of Ritual Elements in Social Interaction / E.Goffman // Communication in Face-to-Face Interaction. - Harmondsworth: Penguin, 1972. - P. 319-346.
4. Lakoff R. T. The Logic of Politeness; or, Minding Your P's and Q's / R.T.Lakoff // Papers from the 9th Regional Meeting of the Chikago Linguistic Society. - Chikago: Chikago Linguistic Society, 1973. - P. 292.
5. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века / Е.С.Кубрякова // Язык и наука конца XX века. - М.: РАН ИЯ, 1995. - С. 144-238.
6. Ломов Б.Ф. Системность в психологии / Б.ФЛомов. - М.: Изд-во

Институт практической психологии, 1996. - 384 с.
7. Малинович Ю. М., Карлсон Х. Вежливость в русско-немецком диалоге / Ю. М. Малинович, Х.Карлсон // Многоязычие как элемент культуры наследия. - Ростов-на-Дону: Изд-во ООО ЦВВР, 2001. - 66-71 с.
8. Худайбергенова З. Индия в межкультурной коммуникации: анализ в
контексте теории культурных измерений Г.Хофштеде// Ўзбекистон ва хорижда замонавий ҳиндшунослик: филология, маданий-тарихий алоқалар масалалари. Халқаро-илмий амалий конференция. 2017 йил 12-13 октябрь. – Т., ТДШИ. –С.111-114.

METAFORA FENOMENINI MILLIY MADANIYATNING IN'IKOSI SIFATIDA TADQIQ ETISHNING ZAMONAVIY YO'NALISHLARI VA TARJIMADA QAYTA YARATISH MUAMMOLARI

KHUDAYBERGENOVA ZILOLA NARBAEVNA
Filologiya fanlari doktori, professor Bartin universiteti (Turkiya)
aloliz74@mail.ru; zkhudaybergenova@bartin.edu.tr

Mazkur maqolada metaforani dunyoni anglashni va dunyoni ifoda etishning spesifik usuli sifatida tadqiq etishning zamonaviy yo'nalishlari tadqiq etiladi. Bu o'rinda metaforani shakllantiruvchi unsurlar, metaforalarning turlari, ularni tarjimada berishning o'ziga xos xususiyatlari, muammolari o'rganiladi.
Kalit so'zlar: *metafora, lisoniy metafora, badiiy metafora, tarjima, metafora komponentlarich*

Ana'anaviy tarzda tilshunoslikda tarjima tillararo o'zgartirish jarayoni, bir tildagi matnni boshqa tilga transformatsiyasi, bir tildagi matnni ikkinchi tildagi muqobil matn bilan almashtirish, bir tilda bayon etilgan fikrlarni boshqa til vositalari bilan yetkazish jarayonlari o'laroq qabul qilinadi. Tarjimashunoslikda kognitiv va psixolingvistik yo'nalishning taraqqiyoti natijasida tarjimaning adekvatligi, asl nusxaga mosligi avvalombor, til o'rtasidagi farqlarni tushunishga emas, balki muallif matni mazmun-mohiyatini tushunish, konseptual tizimlar mazmunidagi farqlar, kognitiv strukturalarning mutanosib emasligi bilan belgilanadigan kommunikantlar ongining, ya'ni milliy o'ziga xos komponentlarning mos kelmasligini anglash bilan izohlanadi.
Tarjima nazariyasida metaforalar tarjimasiga mashaqqat talab etuvchi masalalardan biri sifatida qaraladi. Bu masalaga bag'ishlangan ishlar har doim dolzarblik kasb etadi, zero, badiiy asar tarjimoni ko'pincha metaforalarni

tarjimada aynan berish borasida qiyinchilikka duch kelishadi. Sifatli tarjimani amalga oshirish uchun tarjimon tarjima nazariyasi bo‘yicha kerakli bilimga, amaliy tarjima qilish ko‘nikmalariga hamda tarjima qilinayotgan asar xalqi madaniyati haqida ma’lumotga ega bo‘lishi zarur. Metaforada til taalluqli bo‘lgan milliy madaniyatni bevosita aks ettiruvchi ekstralingvistik mazmun mavjud bo‘ladi. Milliy-madaniy komponentni o‘z ichiga olgan birlik hisoblanuvchi metaforani tarjima qilish tarjimondan fon bilimlarini tadqiq etish, turk tili egalari dunyosi manzarasining o‘ziga xos xususiyatlarini belgilab beruvchi madaniy, bog‘lanishli assotsiatsiyalari kabi qatlamini chuqur o‘rganish talab etiladi.

Ana’naviy tarzda olganda, metafora voqe’likning ob’ektlarini anglashning asosiy usullaridan biri, so‘zlar yangi ma’nolarini hosil qilish manbasi, obrazli nutq yoki poetik nutqning doimiy zaxirasidir, demakki, metafora uchun kognitiv, nominativ, xarakterlovchi va badiiy vazifalar xosdir. Zamonaviy kognitiv tilshunoslik metaforaning yuqoridagi an’anaviy ta’rifidan butunlay voz kechadi. Ya’ni ular metaforani qiyoslash usuli, nutqni bezash usuli degan ta’rifni inkor etishadi. Shuningdek, generativ lingvistikadagi metaforaga ikki chuqur bazaviy strukturalarning o‘zaro ta’siri sifatida ta’riflangan ta’rifga ham qo‘shilishmaydi(N. Xomskiy, L.N. Murzin va b.). Zamonaviy kognitiv tilshunoslik namoyandalari (J. Lakoff, M. Jonson, N.D. Arutyunova, A.N. Baranov, Yu.N. Karaulov, V.Z. Demyankov, Ye.S. Kubryakova va b.) metaforani dunyoni anglash, tuzilmasini qurish va tushuntirish usuli sifatidagi asosiy mental operatsiya tariqasida o‘rganishadi[1]. Shu tarzda, ikki so‘zning ma’nosini bog‘laydigan metaforani tasviriy vosita emas, balki ikki tushunchaviy sferani birlashtiradigan va voqe’likni konseptualizatsiyasida manba–doiraning tuzilmasini shakllantirish imkonini beradigan ongning asosiy amaliyoti (jarayoni)dir. Metafora — bu, voqe’likning spesifik konseptualizatsiyasi bo‘lib, inson mushohadasining analogik imkoniyatlarining namoyon bo‘lishi. İnson nafaqat metaforalar vositasida fikrlaydi, balki metaforalar yordamida fikrlaydi, ular vositasida o‘z dunyosini quradi. A.N. Baranov metaforaga quyidagicha ta’rif beradi: «ikki ma’noviy kompleks-mazmun /fokus/, manba va qobiq/freym/ maqsadning o‘zaro ta’siri natijasida yuzaga keluvchi murakkab kognitiv fenomen»[2]. Bu ta’rif M. Blek terminologiyasiga asoslaniladi, unga ko‘ra «fokus» ("focus") gapda ko‘chma ma’noda, ya’ni metaforik ma’noda qo‘llangan so‘z, «rama» ("frame") -«fokus» atrofidagi o‘z ma’nosida qo‘llangan so‘zlar[3]. Metaforani yaratishda to‘rtta komponent ishtirok etadi: ob’ektlarning ikki kategoriyasi (metaforaning asosiy va qo‘shimcha sub’ektlari, ular uchun quyidagi atamalar juftligi qo‘llaniladi – aynan rama va metaforik fokus, tema va «konteyner», referent va korrelyat) hamda har ob’ekt yoki ob’ektlar sinfiga taalluqli xususiyatlar[4]. Metafora ob’ektlarning bir sinfiga xos belgilarni boshqa ob’ektlar sinfiga yoki ulardan biriga – metaforaning asosiy (dolzarb) sub’ektiga mutanosiblikda tanlaydi. Metaforik ma’no uch komponentni

bilishdan kelib chiqadi: denotatlarning ikki kategoriyasi va metaforada tilga olingan denotat xarakteristikasi. Metaforada ishtirok etgan denotatlar kategoriyasining xarakteristikasi turkli tillarda o‘ziga xos ko‘rinishda bo‘ladi. Odatda, metafora til egalarining ushbu ob’ektlar kategoriyasi haqidagi umumiy, xususan, mifologik, madaniy, emotsional baholi konnotatsiyalarini o‘z ichiga olgan tasavvurlari zaxirasiga oid bo‘ladi.

İkki turli denotatlar sinfining o‘zaro ta’siri metaforaning asosiy belgisini – uning semantik ikki taraflamaligini shakllantiradi. Shunday qilib, metafora tuzilmasina ikki komponent kiradi – uning ma’nosi (aktual komponent xususiyati) va uning yordamchi sub’ekti obrazi. Masalan, “o pe tilkidir” – “u qanaqangi tilki– ya” gapi orqali ayol kishiga nisbatan qo‘llangan bo‘lib, bunda tilki so‘zi hayvonlar sinfiga oiddir. “Tulki” so‘zi bilan assotsiatsiya qilinadigan va insonga nisbatan qo‘llaniladigan sifatlar (epchillik, chapdastlik, chaqqonlik, uddaburonlik, ziyraklik, o‘tkirlik, hozirjavoblik, ayyorlik, tezkorlik va boshqalar.) – aniq odamga nisbatan (metaforaning aktual sub’ektiga) ishlatilgan. Sinf uchun ikkilamchi sifatlar yig‘indisi (metaforaning yordamchi sub’ekti) metaforaning aktual sub’ekti mohiyatini anglash uchun kalit vazifasini o‘taydi. Shu sababli, metafora ko‘pincha laqablar, shuningdek, familiyalar asosida ham yotadi. Metaforaning denotativ sohasining kengayishi natijasida metaforaning ma’nosi torayadi va mustahkamlanadi hamda til faktiga aylanadi. Masalan, tilki– ayyor odam. Sinflar andozasi boshqa sinfda, ayni vaziyatda odamlar sinfida muayyan turlarni ajratishga imkon yaratadi. Shu tariqa, turk tilida quyidagi so‘zlar va ma’nolar yuzaga kelgan: tilkilik – ayyorlik, hiyla, nayrang, hiyla-nayrang, makr, shaytonlik, makkorlik, hiylagarlik, mug‘ombirlik; o‘ynoqilik, sho‘xlik; qichiq, noz, karashma (bosh ma’nosi – tulkilar ko‘p bo‘ladigan joy), tilki masali – yolg‘on, aldam-qaldam ish, aldamchilik, bo‘lmagan gap, tilkilemek – ayyorroq bo‘lmoq, tilki uykusu — yolg‘ondakam uyqu.

Turk tilining u yoki bu funksional uslubida qo‘llaniluvchi metaforalar ham shular jumlasidandir: masalan, talabalar orasida ayniqsa metafora–jargonizmlar nutqni yanada obrazli va yorqin bo‘lishiga imkon yaratadi: bu odunun iki takintisi var (bu dovdirning ikki “dumi” bor); armut (nok “ahmoq”, “bo‘sh–bayov” ma’nosida); hiyar (so‘zma–so‘z “bodring”– “ahmoq, galvars, kallavaram” ma’nosida); kabak (so‘zma–so‘z: “qovoq”, “, qovoqcha (qovoqning mayda, uzunchoq bir turi)” – “o‘qimagan (omi) odam; nodon, johil; bilimsiz, biror sohadan xabarsiz (bilmaydigan, tushunmaydigan) odam”); balkabagi (so‘zma–so‘z: “oshqovoq”– “esi yo‘q odam, ahmoq; tentak, esi past””); kereste" (so‘zma–so‘z “arralangan (tilingan) binokorlik materiallari (taxta, yog‘och va sh. k.)”, ko‘chma ma’noda – “kaltafahm, qovoqbosh, to‘pori”, “lapashang (epashang, noshud) odam; beo‘xshov (qo‘pol, beso‘naqay) odam”); odun (so‘zma–so‘z “o‘tin” drova – “kaltafahm odam, to‘mtoq odam, to‘nka, kallavaram, galvars, kalvak, landavur”, “ahmoq, tentak, nodon; merov”) “Majburiy metaforalar” deyilganda, predmetlarning asosiy nomlari (nominatsiyalari) sifatida yuzaga kelgan troplar tushuniladi: stulning oyog‘i, uzukning ko‘zi, qog‘oz varag‘i. G.N. Sklyarevskaya metaforaning yana bir tipi – genetik metaforani ajratadiki, bu

metafora majburiy yoki lisoniy metafora sifatida o‘rtaga chiqadi. Tilshunosning e’tiroficha, metafora tilda uzoq
vaqt iste’molda bo‘lgach, yoki mavhum tushunchaga (soat yuradi, isyonni bostirish) aylanadi yoki birlamchi obraz bilan aloqasini yo‘qotib nominativ birlikka aylanadi (uzukning ko‘zi, pichoqning uchi, kapının kolu, geminin burnu). «Genetik metafora» birlamchi metaforiklikni, hozirgi zamon tilidagi obrazlilikning yo‘qolganligini va manba so‘z bilan aloqaning uzilganligini ifoda etadi[5].
Biroq majburiy metaforalarda xam muayyan madaniyatning biror jihati o‘z ifodasini topadi. Masalan, rus tilida bir-biriga murojaat uchun “solnishko» -
«quyoshjon”, “quyoshcha” metaforasini qo‘llashadi. Rossiyada qishning uzoq davom etishini hisobga olsak, bu metaforaning yuzaga kelish sababi ayon bo‘ladi. Ya’ni quyosh kam ko‘ringan, kam isitgan hudud bo‘lganligi sababli ham quyosh o‘ta qadrli hisoblanadi va shu sababli qalbi uchun yaqin bo‘lgan, sevgan odamlari uchun ayni murojaat so‘zi ishlatiladi. O‘zbek tilida bu ifoda yo‘q bo‘lsa-da, “oftobim” metaforasi mavjuddir. Bu metafora asosan onaga nisabatan ishlatiladi: onam-oftobim shaklida. Bu o‘rinda onaning ham, oftobning (quyoshning) ham yagonaligi, inson hayotiga nur sochib turishi asos olingan. Ko‘plab tadqiqotchilar lisoniy va obrazli (poetik, badiiy, individual mualliflik) metaforalarni semasiologik va stilistik tadqiqotlarning turli ob’ektlari sifatida e’tirof etishadi.
G.N. Sklyarevskayaning ta’kidlashicha, mazkur tadqiqotlarda metaforaning ikki tipini – badiiy metafora va lisoniy metafora tilning boshqa hodisalaridan ajratib olib tavsiflanganda, darrov uning ikkiyoqlama mohiyati – til vositasi va poetik figuraligi haqidagi masala maydonga chiqdi[6]. Lisoniy metafora, shunday metafora turiki, ko‘pincha ularni oddiy so‘zlar figural mazmunga egaligini xotiramizda saqlamay turib nutqda qo‘llaymiz[7]. Lisoniy va badiiy metaforalarning o‘rtasidagi munosabat turlicha izohlanadi. Ayrim tadqiqotchilar ularni bir-biriga qarama-qarshi qo‘yadi, boshqa tadqiqotchilar ularni uzviy aloqadagi birlik deb talqin etishadi[8]. Badiiy metafora bilan lisoniy metaforaning mutanosibligi masalasi ikki tarzda hal qilinishi mumkin: ular ikkalasi bir ob’ekt sifatida o‘rganilishi mumkin yoki ularning o‘rtasida shunchalik katta farq borki, har ikkovi alohida mustaqil ob’ekt sifatida tadqiq etilishi mumkin. Tildagi metafora va badiiy metaforaning semantik jarayonlari tamoyillari nuqtai nazaridan o‘xshash ekanligi, ularning qo‘llanilish doirasi o‘zaro bir–biriga kesishuvchi bo‘lganligi hamda bu ikki metafora o‘rtasida o‘tib bo‘lmaydigan chegaraning yo‘qligi ularni bir ob’ekt sifatida o‘rganish imkonining mavjudligini ko‘rsatadi[9].
Badiiy va lisoniy metaforalarning leksik mavqeini e’tiborga olsak, ular o‘rtasida katta tafovut mavjud. Lisoniy metafora – anchagina bemalol tarzda semantik munosabatga kirishadigan mustaqil leksik birlik, badiiy metafora har doim kontekst bilan bog‘liq bo‘lib, leksik mustaqillikka ega emas[11]. Shuningdek,

lisoniy va badiiy metafora o‘rtasidagi farq metaforik ma’nonining semantik strukturasi darajasida ham kuzatiladi. Lisoniy metaforaning leksik ma’nosi tipik sxemalarini tuzish va strukturlashtirish mumkin, ayni chog ‘da har bir badiiy metafora yagona va takrorlanmasdir. Badiiy metaforaga bir misol keltiraylik: Rashod Nuri Guntekinning “Dudaktan Kalbe” romani o‘zbek tiliga Miraziz A’zam tomonidan “Muhabbat Simfoniyasi” shaklida o‘girilib chop etilgan. Bu romanning bosh qahramoni – Lamiaga nisbatan yozuvchi uzum navining nomi – “Kınalı Yapıncak” (so‘zma– so‘z: xinoli yopinchiq) birikmasini ishlatadi:

“— İstanbul'un kınalı yapıncağından istemez misiniz Kenan Bey?

Bu suali Nimet Hanım gülerek sormuştu. Dolabın ağır iniltilerini dinleyerek yavaş yavaş gözlerim kapayan Kenan, başını çevirmeden cevap verdi:

Rica ederim, bana artık üzümden bahsetmeyin Nimet Hanımefendi... Nimet Hanım, daha manalı bir surette gülüyordu:

— Benim Kınalı Yapıncak'ımı görürseniz söylediğinize pişman olacaksınız...”[12]

Tarjimada “Kınalı Yapıncak” uzum navi nomi uchun “Charos” so‘zini qo‘llashni ma’qul ko‘radi:

- İstanbulning Charosidan tatib ko‘rmaysizmi, Kanonbey?..

Kulaturib bu savolni bergan Ne’matxonim edi. Quduq chig‘irining og‘ir g‘ijir-g‘ijirlarini bir oz g‘ashlanib eshitgan, asta-asta ko‘zlarini yumib olayotgan Kanon boshini o‘girmasdan javob berdi:

- İltimos, menga ortiq uzumdan gap ochmang, Ne’matxonim afandi...

Ne’matxonim ma’noliroq bir suratda kular edi:

- Mening Charosimni ko‘rsangiz, aytgan gapingizga ggushaymon bo‘lasiz...”[13]

R.N.Guntekin Ne’matxonimning tili bilan Lamiani nima uchun “Kınalı Yapıncak” deb chaqirilishini izohlaydi:

“Bu küçük İstanbul kızına bayılıyorum, Kenan Bey... Ne şirin değil mi? Niçin ona Kınalı Yapıncak dediğimi tabiî anladınız? (Parmağıyle gözlerinin altına, kirpiklerine dokunuyordu). Şu çillere bakın... Kadınlar bundan ölüm gibi korkar... Halbuki Lâmia'nın yanaklarına ne kadar yaraşıyor, İstanbul'un şeffaf derileri kırmızımsı beneklerle lekeli kınalı yapıncaklarına benziyor...” [14] “– Bu kichik İstanbul qiziga qarang, odam degan ham shunchalik chiroyli bo‘ladimi, Kanonbey... Judayam shirin-a, to‘g‘rimi? Nega uni Charos deganimni tushungan bo‘lsaigiz kerak? (Barmog‘ini ko‘zlarini ostiga, kiprigiga tekkizardi). Mana bu sepkillarga qarang... Xotinlar bundan o‘limdan qo‘rqqanday qo‘rqadilar... Holbuki Lamianing yanoqlariga shunchalik yarashganki... İstanbulning shaffof terili, qoraga yaqin qizg‘imtir xolli charoslariga o‘xshaydi...”[15]

O‘zbek tilida “charos” so‘zi o‘rta pishar, qora yumaloq uzum turiga nisbatan ishlatiladi. Shu bilan birga, “charos ko‘z” qora ko‘z ma’nosini ham bildiradi. Bundan tashqari, o‘zbek tilida “Charos” atoqli ot sifatida qizlarga nisbatan ishlatiladi. Yozuvchi ta’rifiga ko‘ra, Lamia oq–sariqdan kelgan qiz, chunki muallif

Lamianing qalin, siqib o‘rilgan sariq sochlarini, quyoshdan kuygan ochiq manglayini ta’kidlaydi. Kenanning nazarida

Lamianing ko‘rinishiga diqqat qilamiz: “Kanon ulardan uzoqroqda turar, yengil kulimsirab Lamiaga boqardi. Nozli siymosi, ochiq yashil suzgun ko‘zlari, uzun, gap ko‘tarmaydigan burni bor edi. Quyosh nozik, tiniq terisiga zarrin bir yoniqlik bergan, yonoqlarining ko‘zlariga yaqin joylarini bilinar-bilinmas sepkil bosgandi”. Bu o‘rinda ko‘ramizki, tarjiman, bir tomondan, Lamia uchun laqab sifatida o‘zbek tilida mavjud bo‘lgan uzum nomini ishlatadi, lekin afsuski, bu metafora tom ma’noda o‘zini oqlamaydi.

Turli tillardagi obrazlar tizimidagi o‘xshashliklar, muallif obrazli ifoadalari, okkazional so‘z qo‘llashlarining so‘zma-so‘z berish imkoni mavjudligi tarjimon ishini anchagina yengillashtiradi. Shu bilan birga, ayni paytda asarning obrazli ifodalari tizimi tarjimonda eng ko‘p qiyinchilik tug‘diradigan sohasi bo‘lib, tarjimaning sifati mutarjimning sezish, tasavvur qilish qobiliyatiga to‘la bog‘liq bo‘ladi. Har bir obraz individual, takrorlanmas, o‘ziga xos bo‘lganligi sababli, alohida yondashuvni talab etadi. Tarjimonning bu vazifasi yana metaforaning aslida tildan tashqarida mavjud bo‘lgan, faqat muloqotda reallashadigan til egalarining konseptual tizimi, ularning me’yoriy qarashlari, tasavvurlari, baholash mezonlari bilan uzviy aloqada ekanligi bilan murakkablashadi. Metafora – avvalombor, dunyo haqidagi mushohadaning so‘z shakli bo‘lib, til lug‘at fondini boyitish usuli hisoblanadi.

Asl matn va tarjima tillari o‘rtasidagi grammatik va leksik farqla, tarjima tilining ma’lum me’yorlariga amal qilish zaruriyati ko‘pincha tarjimonni asl matndagi komponentlardan voz kechib, ularga muqobil keluvchi birliklarni izlashga majbur qiladi. Bu vazifani, agar har ikki tildagi obrazlarning funksional xarakteristikasi mos kelsa, bajarish mumkin. U holda obrazli ifodani tarjimada saqlab qolishning imkoniyati mavjud va maqsadga muvofiq. Ammo, ko‘pincha til me’yorlari “yozilmagan chegaralar”ni qo‘yadi. Odatda, bu vaziyat, obrazli ifodani boshqa tilda qayta yaratishda, kognitiv aspekt emotsional-ekspressiv yoki direktiv vazifa bilan mutanosib kelmaganda yuzaga keladi. Bunday nomutanosiblik vujudga kelganida, obrazli ifodani, xususan, metaforani transformatsiyalash yoxud ularning biron-bir vazifasidan voz kechish zaruriyati tug‘iladi.

Lingvistik obraz bajarishi mumkin bo‘lgan qator vazifalar mavjud. Masalan, metaforaning kognitiv vazifasi (obraz har doim nimadir haqda xabar beradi), emotsional-ekspressiv vazifasi – aynan shu vazifa metaforaning markaziy belgisi hisoblanadi, emotsional vazifadan kelib chiquvchi direktiv vazifasi (obrazda u bevosita emas, bavosita ifodalanadi), hamda ayrim holatlarda aloqa o‘rnatuvchi vazifa (masalan, turk tilida shu ma’noda obrazli erkalash so‘zlari qo‘llaniladi[16]: ay parçası (so‘zma-so‘z «oy parchasi») — go‘zal qizga nisbatan “oyyuzli” ma’nosida;”jonim, sevgilim” ma’nosida canım, canımın içi (so‘zma-so‘z «jonim, jonimning ichi»); ciğerim, ciğerimin içi (so‘zma-so‘z «jigarim,

jigarimning ichi»); elmasim (so‘zma-so‘z «olmosim»), hayatım «hayotim»; bolalarni erkalash ma’nosida yavrum (so‘zma-so‘z «hayvon bolasi»); iki gözüm «ko‘zimning nuri» ma’nosida (so‘zma-so‘z «ikki ko‘zim»); elmas parçası (so‘zma-so‘z «olmos parchasi»), «Ajoyib! Go‘zal!» ma’nosida; «sevgilim»; aslan yügekli (so‘zma-so‘z «sher yurakli») «jasur, qo‘rqmas, botir» ma’nosida; aslanım! (so‘zma-so‘z «arslonim») «o‘zimning qo‘rqmasim»; gül goncası (so‘zma-so‘z «atirgul g‘unchasi») yosh qizga nisbatan “go‘zal” ma’nosida; gül çehreli (so‘zma-so‘z «atirgul yuzli») “gulchehrali”, ochiq chehrali kishilarga nisbatan qo‘llaniladi. gül yanaklı (so‘zma-so‘z «atirgul yonoqli») «qirmizi yuzli»; rek şeker bir şey (so‘zma- so‘z «juda shirin bir narsa») «yoqimli bola/ o‘smir”; şekerim (so‘zma-so‘z «shakarim») "jonginam». Tarjimonning vazifasi tahlil bosqichida obrazning funksional dominantasini to‘g‘ri aniqlash va tarjimada uni yetkazib berishga harakat qilishdan iborat[17].

A. Vejbiskayaning ta’kidlashicha, madaniy o‘ziga xoslik madaniy universaliyalarning mavjud bo‘lishini talab etadi. Har qanday solishtirish umumiy va xususiy belgilarni taqozo etadi[18]. Metafora — tildagi universal hodisa ekanligiga shubha yo‘q. Obrazlilik katgoriyasi ham til universaliyalari qatoriga kiradi. Metafora obrazlilikni ifodalovchi vositalardan biri sifatida barcha tillar va barcha davrlarga xosdir.

Anglash masalasi tilshunoslikda turli aspektlarda o‘rganilgan. Zamonaviy ilmiy adabiyotlarda anglash jarayonini ifodalovchi turli atamalar uchraydi. Ushbu atama bilan jarayonning o‘zi ham, natijasi ham nomlanishi mumkin[19]. Bundan tashqari, "idrok qilish" atamasi mavjud bo‘lib, bu atama “anglash”ning sinonimi sifatida qabul qilinadi, shuningdek, anglash jarayoni bosqichlarini belgilash uchun qo‘llaniladi. A.İ Novikovning qayd etishicha, “idrok etish” atamasi ostida ko‘pincha anglash jarayonining boshlang‘ich bosqichi tushuniladi[20]. A.A. Zalevskayaning fikriga qaraganda, individ ruhiy faoliyatining umumiy qonuniyatlariga muvofiq ravishda, birinchi navbatda, uni yo‘naltirayotgan g‘oyalar, e’tibori qaratilgan yo‘nalishlar, shaxsiy qarashlar, vaziyat va boshqa bir qator omillarga ko‘ra o‘zi kutayotgan yoki istayotgan narsasini ko‘radi[21]. Mazkur ishda badiiy adabiyotni resipient bilan o‘zaro ta’siri emas, balki uni anglash natijasi o‘rganiladi, shu sababli “anglash” atamasi “natija” ma’nosida qo‘llaniladi. Ya’ni resipient badiiy asarni tushundimi, qanchalik tushundi, degan savollarga javob izlaymiz. Chunki anglash darajalari turlicha bo‘lishi mumkin. Tarjima jarayonida metaforani tushunish muammosi yuzaga kelishiga shubha yo‘q. Chunki tarjimon to‘g‘ri tushungan fikrini tarjimada to‘g‘ri ifodalab berishi, chet tilidagi muallif matnini aynan idrok etib, muallif g‘oyasini yetkazib berishi kerak. Ana’anaviy tarzda tarjimani kognitiv va psixolingvistik yondashuvlar nuqtai nazaridan o‘rganish uning bir til belgilaridan boshqa til belgilariga “shunchaki” o‘tkazish, aylantirib qo‘yish emas, balki nutqiy faoliyatning, fikrni qayta yaratishning alohida turi ekanligini ko‘rsatdi. Shu tariqa, tarjima birlamchi

matnni tushunishga asoslangan kognitiv faoliyat tarzida maydonga chiqadi. Shu sababli, bizningcha, tillar semantikasidagi o‘ziga xoslikni o‘rganish emas, balki anglash jarayonida matnning milliy o‘ziga xosligini aniqlash muhim ahamiyat kasb etadi. Kitobxon tarjima jarayonida uning konseptual tizimi uchun

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Güntekin R. N. Dudaktan Kalbe. –Ankara: TDK, 1992.
2. Арутюнова НД. Язык и мир человека. – М.: Наука, 1999.
3. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора (материалы к словарю). М., 1991.
4. Блэк М. Теория метафоры. –М., 1990.
5. Большой энциклопедический словарь. Языкознание. Гл. ред. Ярцева В.Н. – М.: Большая российская энциклопедия, 1998. –
6. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М., 1999.
7. Григорьев В.П. Поэтика слова. –М., Прогресс, 1966.
8. Гунтекин Р.Н. Муҳаббат симфонияси. –Т.: Ғафур Ғулом нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2011. (таржимон Миразиз Аъзам).
9. Залевская А. А. Понимание текста: психолингвистический подход. - Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1988.
10. Камалиева А. К вопросу о способах передачи турецкой лексики, содержащей фоновую информацию на русский язык// Таржимашунослар форуми., -Т.: ТДШИ нашриёти, 2019. –С.144. -150.
11. Камалиева А. К вопросу о лингвостилистические характеристики рекламного текста/ Ўзбекистон-Хитой алоқалари янги босқичда: тарихий-маданий, илмий ва иқтисодий алоқалар ривожи. –Т., ТошДШИ, 2019. С.97-100.
12. Новиков А.И. Семантика текста и ее формализация. - М.: Наука, 1983.
13. Скляревская Г.Н. Метафора в системе языка. –М.: Наука, 1993.
14. Телия В.Н. О номинативном аспекте лексической семантики // Проблемы значения в современной лингвистике. – М.: Наука, 1977.

SÜRGÜNDEKİ KIRIM TATAR TÜRKLERİNİN SOSYO-KÜLTÜREL STATÜSÜ

(1944-1987 yıllar)

İsmail Gaspıralı adına Avrasya İnkişaf Enstitütüsü

Doç. Dr. , Felsefe Professör
Ranetta Gafarova
Kırım/Simferopol
ranetta@bk.ru

Özet
Uzun asırlar boyunca Kırım Türklerinin yurdu olan Kırım 1944 senesinde tarihin ender gördüğü bir facia yaşamış ve kanlı, kızıl diktatör Stalin' in kararı ile bütün Kırım Türkleri evlerinden koparılarak Orta Asya stepleri ve Sibirya' ya sürgün edilmişlerdir. Sürgün süresinde ve hemen sonrasında Kırımlılar büyük nüfus kaybına uğramışlardır. Aynı kaderi paylaşan Kırım Tatarları Türklerinin bu hazin sürgünde binlerce insan yolda ölmüştür.
Stalin' in ölümü ve Sovyetler Birliğin' de rejim şartlarının değişmesini takiben 199l ara doğru Kırım Türkleri öz yurtlarına dönmeye başlamışlardır. Şüphesiz ki bu dönüş ve Kırım' da yerleşme çok zor şartlar, yoksulluklar ve büyük fedakârlıklar içinde cereyan etmiştir. Sovyet Hükümeti tarafından uzun sure uygulanan Kırım Türk toplumunun yok sayılması siyasetine olarak, bu topluluk üzerinde kültürel asimilasyona gidilmesine yapıyorlardı. Fakat sürgünlük yerleşim yerlerinde, ayrıca Özbekistan'da, ana dilini ve kültürünü kayıp etmemek için korumaya çalışıyorlardı. Kırım Türklerinin ana dillerini muhafaza etmelerinden en önemli faktörlerden biri, 1957 yılında yayınlama hakkını elde ettikleri Lenin Bayrağı adlı gazete olmuştur. Kırım Türk kültürünün yeniden hayta dönmeye çalıştığı bu ortamda meydana gelen diğer önemli bir gelişme ise, 1957 yılında Özbek Devlet Tiyatrosu bünyesinde Haytarma adlı Kırım Türk milli halk ve şarkı ansamblı kurulması olmuştu. 1960 yıllarından sonra Kırım Türkler için çok üniversite kapıları açıldı ve 1970 yılında Taşkent Devlet üniversitesinde Kıtım Tatar dili ve edebiyatı bölümü açmışlardı.
Bu dönemde ortama Kırım tatar Türklerin topluluk içereninde çok aydın insanlar meydana çıkıyor. Her şeyden önce Kırım Tatar Türkler milli bir eğitim kurumuna sahip olmalarına rağmen kendi ana dillerini bilerek ve kültürlerine karşı yoğun saldırıların olduğu bir dönemde, üstelik kendi topraklarından uzakta yetişmişlerdi.
Anahtar kelimeler: Kırım, Kırım Tatar Türkleri, Özbekistan, sürgünlük, Stalin rejimi, Orta Asya.

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС КРЫМСКИХ ТАТАР В МЕСТАХ ДЕПОРТАЦИИ (1944-1987 ГГ.)

Гафарова Ранетта Исиметовна,
доцент, кандидат филологических наук,
профессор философии
«Евразийский институт развития им. Исмаила Гаспринского»

Аннотация. Известно, что в результате сталинского диктаторского режима в 1944 году крымскотатарский народ был выслан с исторический родины Крым, и провел долгие годы в местах депортации от степей Средней Азии до Сибири. В первые дни депортации крымские татары понесли большие жерты. За четыре недели в пути больше половины умерли, так и не добравшись до мест депортации.
***Ключевые слова**: Крым, крымские татары, Узбекистан, депортация, сталинский режим, Средняя Азия.*

Смерть Сталина и позже распад Советского Союза позволили крымским татарам только в 1988 году вернуться на родину в Крым. Безусловно, это возвращение также было сложным, так как они столкнулись с жесткими условиями того времени, с экономическим кризисом. Политика Советского государства на протяжении долгих лет пыталась ассимилировать крымскотатарское сообщество. Однако, несмотря на то, что народ находившийся в местах депортации, в частности проживающий в Узбекистане, приложил все силы и возможности сохранить родной язык и культуру. Одним из значимых событий стало, создание газеты «Ленин Байрагъы» на крымскотатарском языке в 1957 году. В тот же год при Узбекском государственном театре был создан крымскотатарский народный ансамбль песни и танца «Хайтарма». Так стала возрождаться культура крымских татар.

До 1960 годов закрытые двери многих университетов стали открыты для крымских татар,и в 1970 году в Ташкентском государственном университете было создан факультет крымскотатарского языка и литературы.

В это время среди крымских татар появляются ученые, талантливые художники, писатели. Следует отметить, что наряду с возрождением культуры и образования, возросла численность народа.

В статье сделана попытка дать объективную оценку социально-культурного положения крымских татар в местах депортации за период с 1944 г. по 1987 г.

SOCIO-CULTURAL STATUS OF THE CRIMEAN TATARS IN PLACE OF DEPORTATION (1944-1987)

Assoc. Prof. Gafarova Ranetta
"Ismail Gasprinsky Eurasian Institute of Development"
Simferopol, Crimea

ranetta@bk.ru

Abstract. The Crimean Tatars are known to be expelled from their historical homeland – Crimea, and to spend many years in places of deportation from the steppes of Central Asia to Siberia due to the Stalinist dictatorial regime in 1944. In the early years of deportation, the Crimean Tatars suffered heavy casualties.
Keywords: *Crimea, The Crimean Tatars, Uzbekistan, deportation, Stalinist regime, Central Asia.*

In four weeks on their way, more than half of the deported died without reaching the deportation sites. The death of Stalin and the later collapse of the Soviet Union allowed the Crimean Tatars to return to their homeland – Crimea, only in 1988. Certainly, this return was also difficult as they faced the harsh conditions of that time, the economic crisis. For many years the policy of the Soviet state was aimed at the assimilation of the Crimean Tatar community. However, living in places of deportation, in particular, in Uzbekistan, did their best to preserve their native language and culture. One of the significant events was the establishing of the newspaper Lenin Bairagy in the Crimean Tatar language in 1957. In the same year, the Crimean Tatar folk song and dance ensemble "Haytarma" was created at the Uzbek State Theater. Therefore, the culture of the Crimean Tatars began to revive.

Until the 1960s, the closed doors of many universities were opened for the Crimean Tatars, and in 1970, the Department of the Crimean Tatar language and literature was established at Tashkent State University. At this time scientists, talented artists, writers appeared among the Crimean Tatars. It should be mentioned that the number of the Crimean Tatars increased along with the revival of their culture and education. The article attempts to give an objective assessment of the socio-cultural situation of the Crimean Tatars in places of deportation for the period from 1944 to 1987.

СУРГУНЛИКДА ҚЪРИМТАТАРЛАРНИНГ МАДАНИЙ-ИЖТИМОИЙ ХОЛАТИ

(1944-1987 ЙИЛЛАР)

Исмоил Гаспирали номидаги
Евроосиё Ривожланиш Институти
Доцент, Фалсафа профессори
Ранетта Гафарова
Қърим / Симферополь
ranetta@bk.ru

Кўп асрлар давомида Қримтатарларининг ватани бо'лган Қрим 1944 йилда тарихда мисли ко'рилмаган бир фалокатга дучор булишди. Қонли, қизил жаллод Сталиннинг фармонига биноан, барча қримтатарлари о'з уйларидан қувилиб, О'рта Осиё чо'ллари ва Сибирга сургун қилинди. Сургунлик йо'лларида, сургунлик жойларида Киримтатар халкининг ярими очлик, огъир шароитдан халок бо'лди. Сталиннинг о'лими ва Совет Иттифокъининг режим шароитлари о'згаргандан со'нг, қримтатарлар 1991-йилларнинг о'рталарида о'з ватанларига къайтиб бошладилар. Шубхасиз, бу къайтиш ва жойлашиш жуда огъир шароитларда амалга ошди.

Kalit so'zlar: *Qrim, Qrim-tatar turklari, O'zbekiston, surgun, Stalin rejimi, O'rta Osiyo.*

Хулоса

Совет хукумати томонидан узокъ вакътдан бери йо'къ хисобланган қримтатар жамоасини э'тиборсиз къолдириш сиёсати сабабидан ушбу жамоа маданий ассимиляцияга хукм қилинган эди. Аммо улар о'з она юртлари ва маданиятини къувгъинда яшаган жойларида, шунингдек, О'збекистонда химоя қилишга харакат қилишди. Қримтатарларининг она тилини сакълаб къолишининг энг мухим омилларидан бири - 1957 йильда нашр этиш хукъукъига эга бо'лган "Ленин байрог'и" газетаси эди. Айни шу 1957 йилда Тошкентда «Къайтарма» қримтатар миллий фольклор ансамблининг ташкиль қилингани қримтатар маданиятини сакълаб къолишда катта роль о' йнаган эди. 1960 йилдан кейин қримтатарлари учун ко'плаб университет эшиклари очилди. 1970 йильда Тошкентдаги Низоми номидаги Педагогика институтида қримтатар тили ва адабиёти бо'лими очилди. Бу даврда қримтатарлари жамоасида жуда ма'рифатли одамлар пайдо бо'лди. Биринчидан, Қрим татарлари миллий та'лим муассасасига эга бо'лмаганига къарамай, о'з она тилларини яхши биладиган, о'з маданиятига къарши кучли хужумлар бо'лган бир пайтда о'з ватанларидан узокъда етишдилар.

Bu yıl, Kırım Tatar Türkleri[1] ve başka halkları vatanlarından sürgün edilişinin 76. yıldönümü. Bundan 76 yıl önce Stalin rejimi, tüm halkları kitleler halinde bir sürgün etti. İnsanları, hayvan vagonlarına bindirerek anavatanlarından binlerce kilometrelik mesafelere sürgün etti.

Kırım Tatar Türkleri İkinci Dünya Savaşı'nın sonlarına doğru 1944'te, Stalin tarafından yurtlarından topluca sürgün edilen bir Müslüman halktır. Bunların yanında, Çeçenler, Ahıska, Kalmıklar ve Karaçaylar da Stalin'in topluca tehcir ettiği Müslüman halklardandır. Bu halklar, 1944'te yük vagonlarına doldurularak Rusya'nın iç bölgelerine ve Orta Asya Sovyet Hükümetlerine sürgün edildiler. Sürülen halkların hepsinden on binlerce insan, açlıktan, havasızlıktan, hastalıktan

[1] Kırım'da Karaylar, Kırımçaklar hem de diğer Türk halkları yaşadığı için ve bu yüzde Kırım Türkleri anlamı geldiği dolasıyla bu araştırmamızda Kırım Tatar Türkleri terimini kullanmasını daha uygun olarak tercih ediyoruz. Kırım Tatar Türkleri terimi etnik mensubiyetini daha açık ve konkre şekilde anlatıyor. Şu terimi tarihçi Prof. Dr. Okan Yeşilot millet anlamı olarak kullanıyor.

ve soğuktan öldü. Stalin'in ölümünden sonra sürgün edilen halkların durumunda bir parça iyileşme olduysa da yurtlarına dönmeleri için uzun yıllar mücadele etmeleri gerekti. Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Kırım Tatar Türkleri yurtlarına güç bela dönebildiler ama evleri, arazileri başkalarına peşkeş çekilmişti. Kırım Tatar Türkleri için asıl büyük felâket, Stalin tarafından 11 Mayıs 1944'de imzalanan ve Kırım Tatarlarının son ferdine kadar Kırım'dan sürülmesini emreden karardan sonra gerçekleşti. Bu kararın icrası NKVD birlikleri tarafından 17 Mayıs'ı 18 Mayıs'a bağlayan gece Kırım'ın her yerinde aynı anda yerine getirildi. Gece NKVD askerleri tarafından yataklarından kaldırılan Kırım Tatar Türkleri, hazırlanmaları için yalnızca 15-20 dakika zaman ve ancak ellerinde taşıyabilecekleri kadar eşya almalarına izin verilerek hayvan vagonlarına yüklendiler. Kırım Türklerini taşıyan vagonların hemen hemen hepsi Orta Asya (özellikle Özbekistan), Ural'la ve Sibirya'da boşaltıldılar [2, 14; 3, 3]. Pek çoğunda oturmaya yer kalmayacak derecede insanla doldurulan vagonlar dışarıdan mühürlendiler ve en az üç-dört hafta sürecek olan yolculuğa çıkarıldılar. Buna rağmen toplam insan kaybının binlerce kişiden az olmadığı ve 1944'de sürülenlerin yarısına yakınının hayatını kaybettiği genel olarak kabul edilmektedir. Günlerce yiyecek ve su verilmeyen, cesetlerin dışarı çıkarılmasına müsaade edilmeyen ve hiç bir tıbbî yardımın söz konusu olmadığı bu ölüm yolculuğu sırasında açlık, susuzluk, hastalık, bitkinlik ve havasızlıktan on binlerce insan hayatını kaybetti [4, 650].

Halklar	**Sürgün edilen kişilerin sayısı**	**Tüm kaybolan kişilerin sayısı**	**İlk altı ayın Kaybolan kişilerin sayısı**
Kırım Türkleri	238500 k (%86,4)	100.000 (%42)	16 052 k. (%10,6)

Dağlardan inen Kırım Tatar Türkleri, Sovyet partizanları ve Kızıl Ordu askerleri ile birlikte her rütbeden; 35 000 kişi Kırım Tatar Türklerindi. Komünist Partisi mensupları dahi sürülenler arasındaydı. Kızıl Ordu saflarında cephede bulunan Kırım Tatar askerleri ise her şeyden habersiz savaşmaya devam edecekler, savaş biter bitmez de (en yüksek Sovyet madalyası olan "Sovyetler Birliği Kahramanı" madalyasını alanlar dahi Kırım Türkleri – 21 kişi son sürgün yerlerine gönderileceklerdi.

1944'te kendilerince haklı gördükleri toplu sürgün operasyonu Stalin tarafından hazırlanmıştı. Halk sürgün düştüğü yerlerde ekmeksiz, yersiz, yurtsuz, işsiz, yoksul ve sefil kalmıştı.

Bu "mücadele yolculuktan" hiç bir şey anlamayan sürgün halkını geldikleri istasyonlarda yerli halk karşıladı. Yerlilere, halk düşmanı ilan edilen bir milletin getirileceği daha önceden söylenmişti.

Sürgünlerin gönderildikleri yerlerde karşılanması ve yerleştirmeleri hususunda Özbekistan KP Merkez Komitesi Sekreteri Yusupov, Halk Komiserleri Sovyet Başkanı Abdurrahmanov ve İçişleri Halk Komiseri Kobulov Devlet Güvenlik Komitesi tarafından görevlendirilmişti. Devlet Güvenlik Komitesi, Kırım'dan

gönderilen bu kişilerin bölgede bulunan kolhoz, sovhoz, diğer tarım işletmeleri, fabrikalar ile sair kuruluşlara ait yerleşim yerlerine yerleştirilmelerini uygun görmüştü.

Yaklaşık Kırım Tatar Türklerin 37.000 aile (151 529 kişi) Özbekistan'a sürgün edilmişti: en büyük kalabalık 'koloni' (sömürge) Taşkent (56.000 kişi), Semerkand (32.000 kişi), Andican (19.000) ve Fergana (16.000 kişi) yerleştirdiler. En zor durumda Mirza çul bölgesine yerleşendi. Önce Özbekistan 70 000 Kırım Tatarlara kabul edilmişti, son planlar değişmişti ve onun nüfusu 180.000 artı. Kalanlar Rusya Sibirya ve Ural bölgelerine sürgün olmuştu. Çoğusun kayıp oldu susuz ve yemeksiz.

İnsanî yardım çok nadir kimseye verilmiş olsa da; halkın büyük kısmı, kadınlar, çocuklar, ihtiyarlar, sakatlar, zayıf düşenler ve moral çöküntüsü yaşayan birçok insan ruhî bunalıma kapılarak tifo, sıtma, dizanteri, hepatit gibi salgın hastalıklardan resmen kırılmıştır. Yetecek kadar manidar bir surette hastalık ve yüksek ölüm oranının böyle verileri: 1944 yılında 16.000 kişi (10,6%), 1945 yılında – 13.000 kişi (9,8%). (6, 54) Stalin'e rapor veren mesuller, Kırım Tatar Türklerin yerleşmelerinde farklı acil ihtiyaca cevap verildiğini yazıyorlardı. O esnada ise Kırım Tatarlarına kümesler, ahırlar, kapı ve pencere deliği olmayan baraklar, yeraltı odaları, toprak çukurları veya düz ova verilmişti. Kırımlılar burada sobasız, odunsuz vb. olumsuz koşullar altında hayat geçirmeye çalışmış, Mayıs ayında havaların ısınmasıyla çadır-çardak kurarak barınma sorunlarına çözüm bulmuşlardır.

Kırım Türkleri sürgün edildikleri yerlerde çoğunlukla fabrika ve işletmelerin bulunduğu bölgelere yerleştirildiler. [1, 110] Yapılan bu düzenlemeler sonucunda, 1 Ekim 1944 tarihi itibariyle, Özbekistan'daki kolhozlara 18.881, sovhozlara 7883 ve diğer işletmelere 10.527 ailenin yerleşimi yapıldı. [9]. Sürgünlerin yerleştirilmesi düşünülen mekânların daha önceden sağlık denetiminden geçirilmiş olması gerekirken, yapılan tetkiklerden sonra yaşamaya elverişli olmadığı tespit edilen bazı yerler de Kırım Türklerinin yerleşimine tahsis edildi. Böyle durumlar bütün Özbekistan bölgelerinde işletmelere ait yerleşim yerlerinde de yaşandı. Böyle sağlıksız şartlar sonucu, Kırım Türkleri arasında salgın hastalıklar ve bunun bir yansıması olarak toplu ölümler meydana geldi. Sürgünden sonraki bir buçuk yıl içinde, büyük ölçüde açlık ve salgın hastalıklar yüzünden hayatlarını kaybeden Kırım Tatar Türklerinin bölgelere göre ölüm oranları tespit edilmiş ve ortaya hiç de azımsanmayacak bir tablo çıkmıştı. Buna göre, Taşkent'te kaydedilen ölüm oranı % 41 iken, Semerkant'ta % 54.7, Andican'da %46.1, Angren'de 56.2 (madden ocağında çalışanlar çoğu), Gülistan'da %53.5 (pamuk tarlalarda, susuzluk), Mirzaçul %80'lere (Karakum çölü) kadar ulaşmıştı. [18,118].

Kırım Tatarlarının iskân sırasında, diğer milletlere kıyasla, şartları nispeten konfordu. Yerleştirildikleri yerlerde, Özbek köylerinde Kırım Tatarlar çok katı bir kontrol rejimi altında yaşıyorlardı. Baskı rejimi altında bulunan halk, hakların ihlalini her dakika hissediyordu. Hakların ihlâli Kırım Tatar gençlerinin eğitim alma hakkından mahrum edildiğiyle başlar. Hâlbuki bu durum, "sürgün yerlerinde

barınma ve eğitim alma hakları" kararnamesinde verilmiştir [4, 605]. Savaştan dönen Kırım Tatar Türkler askerleri de sürgün topraklarına yerleştirilen ailelerin yanına gönderilmiştir. Orta Asya sürülen Kırım Tatar Türk halk, buranın ucuz çalışma gücü açığını kapatmıştır. Böylece o bölgelerin sanayi, ziraat ve üretimi hızlı bir gelişme göstermiştir.

Adı geçen kararnameye göre; buraya sürgün edilen Kırım Tatarlarına devlet tarafından yer-mesken, inşaat malzemesi, gıda vb. ihtiyaçlar temin edilerek maddî destek sağlanacaktı.

Devlet, halkın kendi vatanında bu olanakları bıraktığı/kaybettiği için, aynı olanakları tekrar sağlamaya karar vermişti.

Sürgün düştüğü yerde halk; maddî destekten, basit bir lokma ekmekten mahrum bırakıldı. Bazı durumlarda ise bu durum bilerek yapıldı.

Yasaklı bir halk statüsüne düşürülmüşlerdir. Bu rejim altında halk, 1956 yılına kadar kalmıştır. Kırım Tatar Türklerinin de "özel yerleşimci" statüsü 1956 yılında kaldırıldı; ama vatanlarına geri dönmelerine izin verilmedi. Aynı zamanda vatana dönme yasağı sabit kalmıştı. 1967 yılında Sovyetler Yüksek Şurası "Kırım'da yaşayan Tatar vatandaşlar" Kararını çıkarmıştı. Bu kararnameye göre, yeni yerlerinde yerleşmiş halkın artık yerli halk olarak kabulünü planlıyorlardı. Bu hal, 1987 yılına kadar böyle devam etmiştir.

Sürgünlük dönemi tam 50 yıl sürdü. Bu zaman zarfı içinde Kırım Tatar kadınları ana dilini korumuş, örf ve âdetlerine sahip çıkmışlardır. Ailenin geçimi, çocukların büyümesi ve eğitimi, II. Dünya Savaşı'nda eşini kaybeden kadınların omuzlarına binmiştir. Aynı dönem Kırım Tatar Milli Hareketi gizli teşkilatı oluşturulur. Amacı ise; Kırım'a dönme hayalini gerçekleştirmektir. Bu Hareket'in en faal azaları Kırım Tatar hanımları olmuştur. Erkeklerle birlikte saf tutmuş ve her riske girme cesaretini göstermişlerdir.

Sovyet Hükümetinin kararnamesinde Kırım Tatar Türklerin gönderilmekleri yerlerde yaşam şartların oluşturulması, ev ve iş temin edilmesi hususunda gerekli önemlerin alınması istenmişti. Bu vesile ile de SSCB Ziraat Bankası Genel Müdürlüğü Özbekistan'a gönderilen sürgünlere yeni yerleşim yerlerinde ev ve iş sağlanması için, aile başına 7 yıl vadeli 5000 rublelik kredi tahsis etmekle görevlendirilmişti [18, 118]. Fakat aile başına ortalama 1539 rublenin 16.3 kg un almanın mümkün olduğu dikkate alınırsa dağıtılan bu paranın Kırım Tatar Türklerini ilgilendiren herhangi bir meselenin çözülmesine katkı sağladığını söylemek mümkün görünmemektedir. [8].

Kırım Tatar Türklerinin Özbekistan'ın çeşitli bölgelerine yerleştirip hem tarım alanında hem de sanayi ve inşaat sektöründe çalışkanlığı tescil edilmiş bu topluluktan istifade edilmesinin son derece isabetli bir karar olacağını belirtmiştir. [5, 107]

İş konusunda Kırım Tatar Türkleri yeni yerleşim yerlerinde henüz düzenli bir işe de sahip değillerdi. Sovyet yetkilileri sürgünün hedeflerinden biri olarak, Sovyet ekonomisine önemli katkı sağlayacaklarına inandıkları Kırım Tatar Türklerinden maksimum oranda istifade etmeyi düşünüyorlardı. Ancak büyük çoğunluğu birer uzmanlık sahibi olan Kırım Türkleri, yerleşimlerinin büyük ölçüde

tamamlanmasının ardından uzmanlık alanlarına göre ayrıldılar. Devlet tarafından onların sadece bulundukları yerlerdeki işletmelerde çalışmalarına müsaade edildi. Daha önce idari görevlerde bulunanların yönetim organlarında çalışmalarına izin verilmedi. Böylece, daha ziyade tarımla uğraşmış olan Kırım Tatar Türkleri, sadece fabrikalarda ve sanayi tesislerinde çalışan bir 'işçi millet' haline getirildi [1, 110]. Çalışkanlıklarıyla temayüz etmiş topluluk olan bu halkın içinde bulundukları ağır şartlara aldırmadan, sahip oldukları işe dört kolla sahip, yabancısı oldukları alanlarda kısa sürede uzmanlar yetiştirdikleri görüldü. Sürgün hayatı yaşamalarına rağmen çok sayıda Kırım Tatar Türkleri Özbekistan'ın madencilik alanındaki üretim projelerinde görev almış. O dönemde Özbekistan ekonomisinin gelişme kaydetmesinde önemli katkılar sağladı [9].

Buna bakmadan Kırım Tatar Türkleri yeni hayata alışmaya çalışıyorlardı. Kaybeden soydaşlarının yerine yeni nesil doğdu ve 1959 yılının nüfusu sayım verilerine göre yaklaşık – 444.810 kişi, 1970 yılına göre – 573700 kişi idi. Kırım Tatar Türklerin nüfusu hakkında kesin bilgilere sahip olunamaması, bu konuda çeşitli tahminlerin yapılmasına da yol açmaktadır. 1989 yılın tahminlerden birinde Kırım Tatar nüfusunun Kırıma dönenlerde 340-410 bin kişi civarında.

Kırım Tatar Türklerinin yaşadıkları Kırım topraklardan topluca çıkarılarak başta Özbekistan olmak üzere, Sovyetler Birliği'nin çeşitli bölgelerine yerleştirilmesi, sadece bir topluluğun asırlardır vatan olarak telakki ettiği topraklardan uzaklaştırılması olarak değil, onların millet olma özelliğinin de ortadan kaldırılmak istenmesi olarak da değerlendirilmektedir.

Nitekim sürgünden sonraki 13 yıl boyunca Kırım Tatar Türklerine milli kültürlerini yaşatmak ve kimliklerini muhafaza etmek için hiçbir imkânın sağlanmadığı görülmektedir.

Kırım Türklerinde Kırım'a avdet dönemi 1980'lerin ortalarında başlar. Bu zor yıllarda da halk bütün gücünü toplamıştır.

Sürgünlükten öncesi 1940'ların başında Kırım'da Kırım Türkçesi ile eğitim yapan 2 Enstitüsü, 7 teknik (yüksekokul) okul, 11 öğretmen okulu bulunmaktaydı, öğretim gören 46.008 öğrenciden 40.136'sı Kırım Tatarlardı. [7, 6].

Eğitimin Rus dilinde yapılması doğal olarak yeni yetişen Kırım Türk neslinin ana dilini kısmen unutmasına yol açmıştı. Bu konuda yapılan tespitlerden, özellikle Rus dilinin yoğun olarak konuşulduğu Beyaz Rusya, Litvanya ve Estonya'da yaşayan Kırım Tatar Türkleri ana dillerini konuşmadıkları, büyük çoğunluğunun da tamamen unuttuğu gözlemlenmektedir. Bunun yanında Tacikistan, Özbekistan, Ukrayna ve Kazakistan'a yerleşen Kırım Türklerinin ise büyük oranda ana dillerini muhafaza ettikleri görülmektedir.

Kırım tatar Türklerinin büyük kısmının sürgünden sonra, halkı kendileri gibi Müslüman olan ve Türk dili konuşan Özbekistan'a yerleştirilmeleri, onların ana dilleri ile dini inançlarını muhafaza etmelerinde en önemli rolü oynamıştı.

Kırım Tatar Türklerin toplumu, Rus dilinin iyi şekilde öğrenilmesini mesleki bilgilerin kazanılması ve çalışma hayatında başarılı olunması için son derece önemli görmüştü. Bunun için Kırım Türkleri hem Rus dilini iyi bir şekilde öğrenmiş, hem bütün imkânsızlıklara rağmen % 92.6 oranda kendi ana dilinin

muhafaza edebilmişti. Yapılan statikler, Kırım Tatar Türklerinin bu özellikleriyle Sovyetler Birliği sınırları içinde yaşayan birçok topluluktan daha fazla ana dilini koruma başarısını gösterdiğini teyit etmektedir.

Kırım Tatar Türklerinin ana dillerini muhafaza etmelerindeki en önemli faktörlerden biri, Özbekistan, Taşkent başkentinde 1957 yılında yayınlama hakkını elde ettikleri «Lenin Bayrağı» adlı gazete olmuştur. [7, 231]. Sürgünün üzerinden 13 yıl geçtikten sonra, 1 Mayıs 1957'de yayın hayatına başlayan gazete, önceleri ufak ebatta ve haftada iki defa neşrediliyordu. 1 Mayıs 1965'ten itibaren boyutu diğer Sovyet gazetelerinin ebadına getirilerek haftada 3 kez 4 sayfa olarak çıkmaya başladı. Gazetenin sayısı 23-25 bin çıvarındaydı. «Lenin Bayrağı» gazetesinin Kırım Tatar Türkçesi ile yayınlanması hasebiyle, bu dilin gelişmesine ve muhafaza edilmesine önemli katkılar sağladığı muhakkaktır. Ancak, aynı zamanda Özbekistan SSCB'nin resmi yayın organı olan bu gazetenin, Kırım Tatar Türklerin kültürüne diğer alanlarda yeterli hizmet verememesinin yanında, döneminde Sovyet rejimin klasik ateizm propagandasının güçlü bir aleti halinin alması da dikkati çekmektedir [7, 28; 13, 10-12].

Kırım Tatarlar için dil ve edebiyatın canlanmasında basının çok önemli rolü olmuştur. Kırım Tatar şairleri, yazarları, sanatçıları ve bilim insanlar için «Lenin Bayrağı» bir medeniyet merkezi olmuştur. Geniş bir yazar kadrosuna sahip olan «Lenin Bayrağı», Özbekistan'da olduğu gibi, Özbekistan dışındaki Kırım Tatarlar tarafından da okunmaktadır. «Lenin Bayrağı» Kırım Türkeri'nin millî, sosyal ve kültürel hayatlarında meydana getirdiği etkiyle "Tercüman" gazetesini hatırlatmaktadır. 1976 yılında bir grup genç yazarın çalışmaları sonucu Kırım Tatarca "Yıldız" almanağı hazırlandı, 1980 senesinde iki ayda bir çıkarılan "Yıldız" dergisine çevrilmiştir. 7500 nüsha çıkan dergi, genç yazarları etrafında toplamıştır. Bu dönemde radyo ve televizyonda Kırım Türkçesi ile programlar yapılması da önemli bir gelişmedir. [20]

Özbekistan Yazarlar Birliği bünyesinde kurulan Kırım Tatar Edebiyatı Şurası, Kırım Tatar edebiyatını ve dilini belirleyip araştırmak için konferans, sempozyum ve çalışmalar düzenlemektedir.

Stalin'in ölümünü müteakip, ülkede meydana gelen kısmı yumuşama rüzgârlarının etkisiyle böylesi kültürel etkinliklere ağırlık verildiği görülen bu dönemde, ilk defa Kırım Tatar Türkçesi ile yazılan bir kitabın yayınlandığı da müşahede edilmektedir. Baar Eagileri adlı bu kitap, Kırım Tatar yazarların eserlerinden oluşan bir antoloji niteliğinde idi ve toplam 5000 adet basılmıştı. Sürgün sonrasında ortadan kaldırılmaya çalışan Kırım Tatar kültürünün yeniden önemli bir gelişme ise, 1957 yılında Özbek Devlet Tiyatrosu bünyesinde **Haytarma** adlı Kırım Tatar folklor ve şarkı topluluğunun kurulması olmuştu. [11, s.19]

Stalin döneminde son derece ağır geçen katı sürgün şartlarının ardından ortaya konulan bir tür kültürel etkinlikler, Kırım Tatar aydın sınıfının da yeniden oluşmasına zemin hazırlamıştı. Sovyet Birliği içerisindeki diğer toplulukların savaştan hemen sonra yapmış oldukları entelektüel atılımı, Kırım Tatarları sürgünün doğurduğu olumsuz şartlar dolaysıyla ancak 1960'larda gerçekleştirmek

zorunda kalmıştı. Bu şartlar altında ortaya çıkan Kırım Tatar aydınlarının yerleşmesinde diğer toplulukların aydınlarına göre bir takım farklılıklar söz konusu olmuştu. Her şeyden önce Kırım Tatar Türk aydınları, milli bir eğitim kurumuna sahip olmalarına rağmen kendi ana dillerini bilerek ve kültürlerine karşı yoğun saldırıların olduğu bir dönemde, üstelik kendi topraklarından uzakta yerleşmişlerdi. [9, 140-141]. 1968 yıllarında Nizamî adına Taşkent Pedagoji Enstitüsü'nde Kırım Tatar Dili ve Edebiyatı Bölümü kurulmuştur. Bu bölümde Kırım Tatarca tarihi, edebiyat tarihi ve folklorunu inceleyen dersler okuyarak Kırım Tatar edebî dili sahasında çalışacak dilci öğretmen kadroları hazırlanmaktadır.

1970'li yıllarda Özbek, Kazak, Rus okullarında okuyan çocuklar artık ana dillerini de öğrenmeye başlarlar. Bu dönemde Mehmet Bekirov ile Yusuf Bolat, üçüncü sınıflar için "Ana Tili" (1974); S. Müjdabayev ve Yusuf Bolat, dördüncü sınıflar için "Ana Tili" (1979); A.M. Gargavets, yedinci sınıflar için "Ana Tili" (1988) ve A. Memetov, fakülte öğrencileri için "Tatar Tili Grammatikasının Praktikumi' (1980) isimli gramer kitaplarını, A.M. Gargavets "Ana Tilinde" (1988) isimli okuma ders kitabını; S.A. Asanov, A.M. Gargavets, S.M. Useyinov "Knmskotatarsko - Russkıy Slovar (1988) isimli Kırım Türkçesi - Rusça sözlüğü neşretmişlerdir.

İşte böylesine ağır şartlar altında yetişen yeni nesil, ileride saygın ve tecrübeli ‘aksakal’larının öncülüğünde verecekleri ‘vatana dönüş için milli mücadele Hareketi’nin çekirdeğinin oluşmasında da önemli bir rol oynayacaktır [18, 128].

1989'dan itibaren kitleler halinde yeniden Vatan Kırım'a dönmeye başlamalarının ardından bu tarihi topluluk da yeniden perdelerini açtı. Mevcut kadrosu ve kısıtlı imkânlarıyla pek çok eser başarıyla sahneye konulmuş ve kısa zamanda Kırım Tatar kültürünün yaşatıldığı ana merkezlerden biri olma hüviyetini yeniden kazanmıştır.

Kırım Tatar milleti, hem siyasî harekette yer alırken hem de aile ocaklarına sahip çıkmıştır. Bunların adları dünya tarihine girmiştir: Mustafa Abdulcemil Kırımoğlu, Ayşe Seitmurat, Sabriye Seut ve digerleri. [18,138]

Sonuç

Sürgün olan yerlerde Kırım Tatarlar zulüm ve acı günler yaşamışlardır. 50 yıl devamında Kırım Tatar Türkler el tutuşup bütün zorluklara göğüs gererek beraber yıpranmışlardır. Dirileşmek ve kimliğini korumak için kültürünü, ana dilini, bilimsel dünyaya tanıtılmaya bütün gücünü koymuşlardı. Sürgün yerlerde kendi dilini ve kültürünü korumasına daima uğraşmışlar. Özbekistan Cumhuriyeti be konuda destek göstermişti.

Stalin’in ölümü ve Sovyetler Birliği’nde rejim şartlarının değişmesinden sonra 1990’lara doğru Kırım Tatarlar öz yurtlarına dönmeye başlamışlardır. Bu dönüşün ardından Kırım’a yerleşmek, şüphesiz ki çok zor şartlar altında, yoksulluklar ve büyük fedakârlıklar içinde cereyan ediyordu.

Kaynaklar

1. Aleksiyeva L. İstorya İnokomslya v SSSR, Khonika Press, Vermont, 1984.

2. ekirova G. Krımskotatarskaya problema v SSSR (1944–1991), (SSBF Kırımtatarların meseleri), Ocak, Simferopol. – 2004. – s. 180
3. Bekirova G. *Krımskıye tatarı.1941–1991 (Opıt polıtıçeskoy istorii)*, (Kırım Tatrlar 1941-1991): siyasi tarihinin tecrübesi). – Tezis.: Simferopol. - 2008. - 304 s.
4. Berdinskih V. *Spespereselensı: Polıtıçeskaya ssılka narodov Sovetskoy Rossii*, (Goçmenler: Sovyet Rusyanın siyasi durumu). – Moskova. – 2005. - 650 s.
5. BugayN.F. Deportasiya harodov/ Voyna i obçestvo, 1941 – 1945, (Halkın Sürgünlüğü: Savaş ve topluluk 1941 - 1945). - İkinci cilt. – Moskova. - 2004.
6. Bugay N.F., Mamayev M. *Turkı-meshetınsı: Gruzıya, Özbekıstan, Rossya, ABD*, (Meshet Türkleri: Gurcustan, Özbekistan, Rusya). - MSNK-press.: Moskova. - 2009. -102 s.
7. Çapraz K. Kırım Tatar Türklerinde Basın. - Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü. – İstanbul. - 1990.
8. Devlet N. Lenin Bayrağı gazetesinin 25 yıl ve Kırım Türk Kültürünün Bugünkü Durumu // Emel. - S.135. - 1983. - s.231-234.
9. Hayli R. I. Kırım Tatar Ziyalılarının Cenkten Son ki Devirde şekillenişi // Yıldız. - S.2, - Simferopol. – 1998. - s. 137-148.
10. Hayali R. İ Spetskontingent // Kırım Gazetesi. – 22 Şubat -26 Nisan 1997.
11. Kırımal E. Kırım Türkler // Emel Dergi. - S. 59. – İstanbul -1970. - s. 3-22
12. Kırımlı H. *Kırım Tatarları Anayurda Dönüyor* // http://www.vatankirim.net/yazi.asp?YaziNo=65 03.04.2020
13. Kırımlı H. Sürgündeki Kırım Türklerine yönelik Allahsızlık Politikası Hakkında // Emel. - S.155. – 1986. - s. 10-12
14. Krımskiye Tatarı: Problemı Repatriatsii // Ed. A.R. Vyatkin, E.S. Kul'pın; Moskova. - İnctitut Vostokovedeniya RAN. – 1997. - s. 46
15. Malınovskaya E. *Turkı-meshetınsı v Ukrayne: Etnososıologıçeskıy oçerk*, (Ukraynada Meshet Türkleri). – Geneza: Kiev.- 2006. - 320 s.
16. Devlet N. Lenin Bayrağı Gazetesinin 25 Yılı ve Kırım Türk Kültürünün Bugünkü Durumu // Emel. - S. 135. – İstanbul. -1983, s. 231
17. Narodı Rossii: Ensiklopediya, Bolşaya Rossiyskaya Ensıklopediya, (Rusya halkları: Büyük Rusya ektsiklopediya). – Moskova. – 1994. - 480 s.
18. Özcan K. *Kırım Dramı, Kırım Türklerinin Varoluş Mücadelesi*. - Babıali Yay.: Ankara. – 2010. - 172 s.
19. Vozgrın V. *İstoriçeskiye sudbı krımskıh tatarü,* (Kırım Tatarların Tarihi kaderi). - Moskova. - 1992.
20. Yüksel Z. Türk Dünyası El Kitabı // Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü. – Ankara, 1992.

ЛИНГВОРЕГИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

Драчева Светлана Олеговна Кандидат филологических наук, доцент
Тюменский государственный университет
s.o.dracheva@utmn.ru *Шулепова Алёна Игоревна*
Магистрант 2 курса направления «Филология»
Тюменский государственный университет
alenaigorevna3003@gmail.com

Аннотация. В статье представлена концепция учебного пособия для иностранных студентов, приезжающих на обучение в региональные вузы Российской Федерации. Зачастую учащиеся-инофоны, особенно из стран дальнего зарубежья, не только плохо ориентируются в современных российских реалиях, воспринимая Россию сквозь призму культурных стереотипов, но и не обладают даже минимальными знаниями о той территории, где им предстоит учиться. Включение лингворегионального компонента в курс русского языка как иностранного выполняет двойную функцию: происходит информирование иностранца о месте его роживания и стимулирование развития его коммуникативной компетенции за счет акцента на повседневных практиках.

Ключевые слова: *иностранные студенты, русский язык как иностранный, лингворегиональный компонент, адаптация, туристический маршрут.*

Интернационализация образования – отличительный признак современной системы высшего образования, порожденный ростом мировой образовательной миграции и проблемой последующего трудоустройства выпускников: «До середины 2020-х гг. потоки иностранных студентов в мире, которые будут ориентированы не только на получение высшего образования, но и на трудоустройство в развитых странах, резко возрастут <…>, а конкуренция университетов за иностранных студентов <…> резко усилится» [2, 14]. И это неслучайно, так как численность иностранных студентов является одним из важнейших показателей результативности деятельности высших учебных заведений, определяющим их положение в региональных и мировых рейтингах. Большой приток международных студентов и образовательных мигрантов создает на национальные образовательные системы дополнительную нагрузку, которая, помимо своей первоочередной задачи, должна обеспечивать эффективное решение проблем, связанных с реальными и потенциальными межкультурными и

межконфессиональными противоречиями, которые возрастают с усилением глобальной миграции. Особенно это заметным образом сказывается на роли региональных вузов, расположенных на удаленных от федеральных центров территориях, долгое время существовавших в условиях языкового и культурного единообразия. По данным Росстата, в 2019 г. в российских вузах о б у ч а л о с ь 177,7 тыс. иностранных студентов. Основной контингент составляли граждане стран постсоветского пространства: Казахстана, Туркменистана, Таджикистана, Узбекистана, Азербайджана, Беларуси, Украины [3, 143]. Число граждан дальнего зарубежья (Китая, Вьетнама, Кубы, Конго, Ганы, Колумбии) также систематически растет. Иностранные студенты, наряду с российскими, обучаются на основных образовательных программах, однако нередко их уровень владения языком недостаточен для успешного приобретения профессиональных компетенций. Применение в странах исхода устаревших методик обучения иностранным языкам, использование в учебном процессе неактуализированных учебников, отсутствие языковой среды и стабильного Интернет-трафика не позволяют иностранцам совершенствовать свои компетенции до приезда в Россию. Однако и по приезде сюда некоторые студенты не всегда успешно вливаются в новую академическую и культурную среду университета, стараясь держаться землячеств и общаться по большей части с представителями своего этноса:

«Этот факт связан не только с нежеланием впустить «чужого» в свою жизнь (пусть даже учебную), но и с низким уровнем владения русским языком, с отсутствием элементарных знаний о русской культуре. По этой причине [студенты] боятся быть непонятым или смешными. В результате возникает синдром “гетто”» [5, 199]. Только наличие мощного позитивного механизма, в основе которого лежит коммуникативный фактор, будет способствовать преодолению «культурного шока», быстрой и безболезненной адаптации.

Как отмечается в исследованиях, на первом этапе адаптации молодые иностранцы испытывают существенные затруднения из-за иной практики организации повседневного быта и свободного времени, а также культурной неоднородности российского общества в целом и социокультурны субъектов Российской Федерации в частности [1, 136]. Поэтому становится необходимым научить их эффективно ориентировать именно в местных реалиях, связанных с географией города, университетским кампусом, нативными бытовыми практиками, культурной жизнью, социальной стратификацией, языком (городским просторечием). Включение лингворегионального компонента в обучение русскому языку активизирует у студентов познавательные процессы, усиливает мотивационный фактор, повышает интерес к обучению за счет приобщения иностранцев к территории проживания, знакомства с особенностями местного менталитета, включения в речевую практику регионально-культурных языковых единиц [6, 349].

В 2019 г. нами было проведено анкетирование иностранных студентов Тюменского государственного университета с целью выяснить, какие исходные знания и установки о России, Западной Сибири и городе Тюмени у них существовали на момент прибытия и спустя 3 месяца проживания. Нами была разработана анкета, которая посредством картинок визуализировала наиболее распространенные стереотипизированные образы. Такой формат позволил охватить в том числе студентов подготовительного отделения, только начинающих освоение русского языка. Представление о России было визуализировано следующими простым и комплексными культурными, географическо-климатическими и поведенческими образами было визуализировано в следующих образах Среди полученных ответов наиболее распространенными ассоциациями с Россией были *зима / снег / мороз* (19%), *деревянные дома* (15 %), *матрешка* (12 %), *водка* (12 %). Акцентуализация погодных условий связана с тем, что большинство опрошенных – выходцы из южных регионов, потому снег и мороз становятся уникальными маркерами, которые выделяют Россию и отличают ее от стран исхода. Образ деревянного дома и расписной куклы (матрешки) отсылает к восприятию России как неиндустриальной страны с традиционным укладом жизни, народными промыслами, патриархальностью. Водка связана с устойчивым стереотипом о русских как сильно пьющей нации, который, к сожалению, активно поддерживается в том числе и современным отечественным кинематографом. Ассоциации, которые возникали у студентов-иностранцев до их приезда в Тюмень, схожи с теми же стереотипами, которые существуют в сознании жителей России в отношении Тюмени: самыми популярными вариантами стали *вечная зима (*30%), нефть *(*23 %), газ (23 %). На втором этапе анкетирования мы выделили из культурного пространства Тюмени общественные места, имеющие для современных горожан смысловую нагрузку, и предложили студентам выбрать из них те, которые они уже успели посетить. В перечень вошли: места отдыха (парк Затюменский, сквер сибирских кошек, Гилевская роща), пешеходные зоны (набережная реки Туры, Текутьевский бульвар, Цветной (Пешеходный) бульвар), памятники городской архитектуры и зодчества (музеи-усадьбы именитых тюменских купцов Колокольниковых, Машарова, заброшенная больница, пожарная каланча), театры центры (Тюменский драматический театр, молодежный театральный центр «Космос»), неформальные места (пешеходный веревочный мост через Цимлянское озеро) и
др. Анкетирование показало, что самыми посещаемыми иностранцами местами стали набережная (15 %), парк Затюменский (12 %) и сквер сибирских кошек (15 %),

Валенки	Балалайка	Матрешка
Водка	Блины с икрой	Деревянные дома
	русские ходят в ушанках	Драки
Тайга	Вечная зима	захолустье

	Медведи на улицах	Нефть

т.е. все те, которые пользуются популярностью у местных жителей. С музеем-усадьбой Колокольниковых (15 %) и домом Машарова (15 %) студенты знакомы только потому, что они, будучи памятниками архитектуры и носителями истории Тюмени, включены в экскурсии, предлагаемые вузом в рамках адаптационной программы. В то же время никакого интереса студенты не проявляют к альтернативным маршрутам (заброшенная больница, пожарная каланча, висячий мост на Цимлянском озере), являющимся местами неформальных встреч («тусовок») городской молодежи и создающим в городском пространстве интимный, закрытый от непосвященных мир. Таким образом, иностранцы исследуют город как туристы (исходя из списка общеизвестных достопримечательностей), тем самым утверждая в своем сознании его обобщенный, разрозненный и потому формальный образ.

С целью преодоления формализации восприятия городского пространства нами была предложена концепция тематического учебного пособия «Альтернативные туристические маршруты» для студентов иностранцев, приезжающих на обучение именно в Тюмень. Большинство существующих тематических пособий разработаны на материале, репрезентирующем литературный русский язык (который иностранец, приехавший в Россию, никогда не услышит) и общеизвестные символы, позиционирующими на карте России только федеральные центры – Москву и Санкт-Петербург (Эрмитаж, Красную площадь, Кунсткамеру). Данные объекты, безусловно, имеют значительную культурную ценность и являются своеобразной визитной карточкой страны, однако с развитием Интернета и технологий, сделавших все мировые достопримечательности доступными в режиме реального времени, у молодежи растет спрос на живые эмоции и ощущения, потому современному молодому человеку, приезжающему в какой-либо город, интересны не столько музеи, сколько специфические, знаковые места, которые этот город отличают. Кроме того, студенты – очень молодые и практичные люди, поэтому при разработке дидактических материалов важно учитывать как развлекательный (включение в пособие того, что им будет интересно), так и прагматический (какое знание пригодится здесь и сейчас) аспекты обучения. Поэтому при отборе языкового материала мы прежде всего ориентировались на тот тип аутентичных текстов, которые наиболее актуальны для современной

молодежи (контент страниц в соцсетях и других Интернет-ресурсах, числе региональных СМИ и форумов), по большей части, сталкивающейся в повседневной жизни с устно-письменной формой речи, например,:

Круглая баня

Всем известна круглая баня. Она настолько прочна, что ходят легенды, мол, разобрать ее не сможет ни один человек. Как утверждают историки, дело в технологии строительства.

Секрет нерушимости в обычном яичном желтке, добавленном в раствор при возведении здания. По той же технологии построен и тюменский железнодорожный вокзал, сломать стены которого смогли только танки. Но банные истории на этом не заканчиваются. Круглый арт-объект знаменит еще одной историей: поговаривают, что стены бани издают колокольный звон. Вроде как возведено строение из кирпичей Благовещенского собора, который взорвали в 1930-х годах. Он находился в районе нынешнего моста Влюбленных. Мол, во время взрыва погибли 12 человек, по ним и звонит колокол [4].

Помимо истории знаменитой круглой бани, в пособие включены городские легенды о таких «культовых» тюменских местах, как корпус Аграрного университета на ул. Республики, дом 7 (где во время Великой Отечественной войны в тайне хранилось тело В.И. Ленина, дух которого до сих пор бродит по коридорам здания), Текутьевское кладбище (расположенное прямо в центре города), единственная сохранившаяся в городе старинная пожарная каланча на ул. Осипенко (с обитающим в ней призраком пожарного), заброшенное здание больницы (связанное с именем самого известного в мире тюменца – Григория Распутина), Спасский собор (с мироточащей под алтарем землей), ночлежный дом и храм Всех Святых в Аптекарском саду и др. Все уроки имеют идентичную структуру: каждый из них содержит текст, предтекстовые, притекстовые и послетекстовые упражнения. Предтекстовые упражнения с актуализируют грамматический материал, вводят и семантизируют ключевые слова и выражения, необходимые для адекватного восприятия текста. Такой способ подачи материала способствует созданию эффекта «узнавания», облегчает последующее аудирование или чтение текста, притектовую работу с ним. Послетекстовые упражнения направлены на закрепление лексического, грамматического и синтаксического материала текстов с выходом в речь. Т.е. целью пособия становится познакомить учащихся с современным

русскоязычным дискурсом и закрепить их знание об активных процессах в русском языке на региональном материале.

Лингвокультурная адаптация иностранных учащихся – проблема, актуальная не только для России, но и для всех стран, включившихся в международную систему высшего образования. Ее решение имеет важное социокультурное и геополитическое значение: от того, насколько положительным или отрицательным будет полученный образовательным мигрантом опыт, зависит численность людей, популяризирующих за рубежом язык и культуру того или иного государства, что в конечном счете способствует повышению его престижа и расширению его зоны влияния в мире.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Клюшникова Е.В. Проблемы адаптации иностранных студентов в России // Вестник ТвГУ. Серия «Педагогика и психология». – 2018. – Вып. 1. – С. 133 – 140.
2. Клячко Т.Л., Синельников-Мурылёв С.Г. Стратегия для России: образование. – М., 2018. – 118 с.
3. Россия в цифрах. 2019: Краткий статистический сборник / Росстат. – М., 2019. – 549 с.
4. Самые интересные легенды о Тюмени: подземные ходы, призраки, черная плесень и мироточащая земля // Комсомольская правда. 31.10.2016. – URL: https://news.megatyumen.ru/posts/samye-interesnye-legendy-o-tyumeni-podzemnye-hody-prizraki-chernaya-plesen-i-mirotochaschaya-zemlya.
5. Федотова Н.Л., Миллер Л.В. Особенности адаптации иностранных студентов к русской лингвокультурной и образовательной среде // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранный языки и методика их преподавания. – 2018. – Т. 18. – № 2. С. 191 – 206.
6. Чупановская М.Н., Маклакова Т.Б. Региональный компонент на занятиях по русскому языку как иностранному (лингвокультурный комментарий краеведческого материала Иркутской области) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – Вып. 3. – С. 348 – 3

TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NİN ON BİRİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANINDA "KÜLTÜR"

Ahmet AKALIN

Özet

Türkiye'de 1963 yılında itibaren Beş Yıllık Kalkınma Planları uygulanmaktadır. 2019-2023 yıllarını kapsayan On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının uygulanması ise halen devam etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın konusu On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda "kültür"dür. Plan'da kültürel zenginlik ve çeşitliliğin korunup geliştirilerek gelecek kuşaklara aktarılması,

kültür ve sanat faaliyetlerinin yaygınlaştırılması, millî kültür ve ortak değerler etrafında toplumsal bütünlüğün ve dayanışmanın kuvvetlendirilmesi ile kültürün kalkınmadaki çok boyutlu etkisinin artırılması vurgulanmıştır. Çalışma, Türkiye'nin 2023 yılana kadar kültür ve kültürel alanlarla ilgili konulardaki hedeflerinin On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı üzerinden tartışılması bakımından önemlidir. Bu çalışmada Türkiye'nin önümüzdeki dönemde ulusal ve uluslararası alanda kültüre dair hedeflerinin irdelenmesi amaçlanmaktadır.
Çalışma belge incelemeye dayalı nitel bir çalışmadır. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında "kültür" konusu betimsel analiz yöntemi ile irdelenmektedir. En bilinçli insan faaliyetlerinden biri olan kültürün On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında iletişim, turizm, diplomasi, eğitim, endüstri, sanat gibi birçok sosyal ve ekonomik alanlar için hazırlanmış politikalar ile iç içe olduğu görülmektedir. Kültür ile doğrudan veya dolaylı olarak önemli hedefleri içeren Plan'ın her türlü risk durumunda uygulanması ve sonuçlarının analiz edilmesi gerekmektedir. Aksi halde Peter Drucker'ın ifadesiyle "hemen sıkı çalışmaya dönüşmediği sürece planlar, sadece iyi niyetlerdir."
Anahtar Kelimeler: Kültür, Kültürler Arası Etkileşim, Kültürel Diplomasi, Kalkınma Planları, On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

"CULTURE" IN THE ELEVENTH FIVE-YEAR DEVELOPMENT PLAN OF THE REPUBLIC OF TURKEY

Ahmet AKALIN

Abstract

Five Year Development Plan is implemented in Turkey since 1963. The Eleventh Five- Year Development Plan covering the years 2019-2023 is still ongoing. In this context, the subject of this study is "culture" in the Eleventh Five-Year Development Plan. In the Plan, it was emphasized that preserving and developing cultural richness and diversity, transferring it to future generations, expanding cultural and artistic activities, increasing the multidimensional effect of culture in development by strengthening social integrity and solidarity around national culture and common values.
Keywords: *Culture, Intercultural Interaction, Cultural Diplomacy, Development Plans*

The study targets on issues related to Turkey's culture and cultural fields until 2023. Eleventh Five-Year Development Plan is important in the consideration over. In this study, and goals for the coming period of the national culture of Turkey in the international arena are intended to be addressed.
This study is a qualitative study based on document review. In the Eleventh Five- Year Development Plan, the subject of "culture" is examined through descriptive analysis. It is seen that culture, which is one of the most conscious human activities, is intertwined with policies prepared for many social and

economic fields such as communication, tourism, diplomacy, education, industry, art in the Eleventh Five-Year Development Plan. The Plan, which contains important goals directly or indirectly with culture, should be implemented in all risk situations and the results should be analyzed. Otherwise, as Peter Drucker stated, "plans are only good intentions unless they immediately turn into hard work." Eleventh Five-Year Development Plan

Giriş

Türkiye'de 1961 Anayasasının yürürlüğe girmesinin ardından Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuştur. 1963 yılı itibariyle "Planlı Kalkınma Dönemi"ne giren Türkiye'de bu tarihten günümüze kadar on bir "Beş Yıllık Kalkınma Planı" hazırlanmıştır. Günümüzde 2019-2023 yıllarını kapsamakta olan "On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı" yürürlüktedir. Türkiye'nin başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel alanlarda beş yıllık dönemlerde gerçekleştirmeyi planladığı büyüme hedeflerini ortaya koyan beş yıllık kalkınma planları[1], önce (mülga) Devlet Planlama Teşkilatı sonra (mülga) Kalkınma Bakanlığı günümüzde ise Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı[2] tarafından hazırlanan politika dokümanlarıdır.

Bu çalışmada kalkınmanın saç ayağı olarak beş yıllık kalkınma planlarında yer alan "kültür" konusu On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı üzerinden değerlendirilmektedir. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında kültür konusunda nasıl bir yaklaşım geliştirildiğine dair durum tespiti ve değerlendirme çalışmada ele alınmaktadır. Böylelikle devletin kısa vadeli kalkınma planlarında kültür ile ilgili konulara kalkınma hedeflerinde ne şekilde yer verildiği tespit edilmektedir. Plan[3]'da (2019: 148) yer alan "kültürel zenginlik ve çeşitliliğin korunup geliştirilerek gelecek nesillere aktarılması, kültür ve sanat faaliyetlerinin yaygınlaştırılması, millî kültür ve ortak değerler etrafında toplumsal bütünlüğün ve dayanışmanın güçlendirilmesi ile kültürün kalkınmadaki çok boyutlu etkisinin artırılmasının temel amaç olduğu" vurgusu merkeze alınarak çalışmanın çerçevesi çizilmiştir.

Dört bölümden oluşan bu çalışmada öncelikle Türkiye'de uygulanmış olan Kalkınma Planlarına değinildikten sonra Kalkınma Planlarında "kültür" ile ilgili konulardan bahsedilerek asıl konu olan On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planına gelinmektedir. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında "kültür" ile ilgili politika ve tedbirler detaylandırılmaktadır. Çalışmanın son kısmında ise genel değerlendirme yapılmaktadır.

*

1. Türkiye'de Kalkınma Planlarına Kısa Bakış

En geniş anlamıyla kalkınma planlaması bir ülkede geçerli ekonomik, sosyal ve siyasal değer yargıları ışığında, belirli bir zaman diliminde ülkenin ulaşmak istediği sosyo- ekonomik amaçlara ve sayısal olarak belirlenmiş hedeflere en

uygun bir biçimde varmak için, kaynakların belirli organlar tarafından yönetilmesi sürecidir (Özdemir, 2014: 3). Ekonomik hedeflerin yanı sıra kültür ile ilgili hedefler de kalkınma planlarında yer almaktadır. Kültür, değerleri ve duyguları olduğu kadar sanayiyi, ticareti ve teknolojiyi de kapsamaktadır (Eagleton, 2019: 16).

Türkiye'de 1961 Anayasasıyla birlikte kalkınmanın demokratik yollarla gerçekleştirilebilmesi[4] için kalkınma planlarının hazırlanması hükme bağlanmıştır (Soyak, 2003: 175). 1963 yılından 2011 yılına kadar Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), 2011 yılından 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçişe kadar Kalkınma Bakanlığı, günümüzde ise Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan ve yürütülmesi takip edilen beş yıllık kalkınma planlarının on birincisi 2019-2023 yılları arasındaki 5 yıllık dönemi kapsamaktadır.

Türkiye'de 1963 yılından itibaren günümüze kadar uygulanmış ve uygulanmak olan kalkınma planları şöyledir;

- Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963-1967
- İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972
- Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973-1977
- Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983
- Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989
- Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-199
- Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005
- Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2007-2013
- Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2014-2018
- On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2019-2023

Yukarıdaki kronolojik sıralamadan da görüldüğü gibi Türkiye'nin başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel alanlar da dâhil olmak üzere gerçekleştirmeyi planladığı büyüme hedeflerini ortaya koyan beş yıllık kalkınma planları (Ortakçı, 2017: 1726) yarım asırdan fazladır uygulanmaktadır.

---

* Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Tanıtım (PR) Doktora Öğrencisi ahmetakalin@gmail.com , Radyo ve Televizyon Üs Kurulu (RTÜK) Üst Kurul Uzmanı
* TÜK Expert - PhD Candidate, Institute of Social Sciences, Public Relations and Promotion,
* Ankara University, Turkey, ahmetakalin@gmail.com

* Kalkınma Planları, http://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/ , E. 14.06.2020

* [2] Planın ilgili kısmına atıf yapılırken "SBB, 2019" şeklinde kısaltma yapılmıştır.

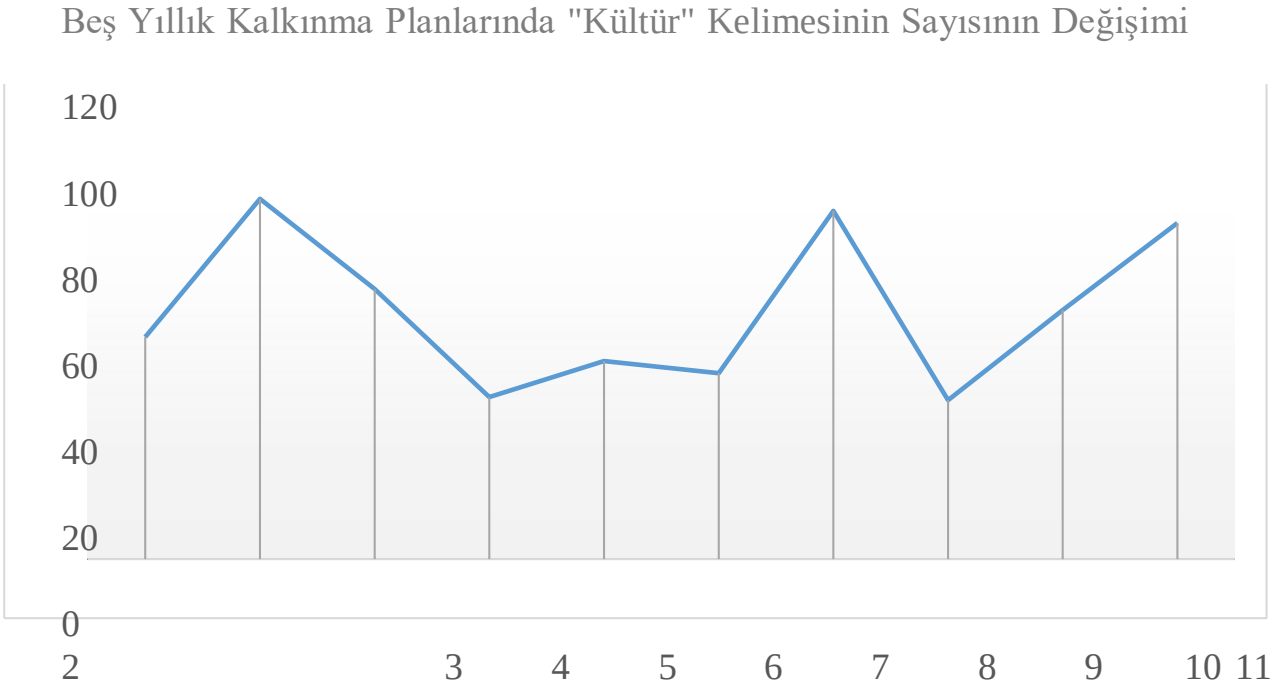
* [3] Çalışmanın bazı yerlerinde "Türkiye Cumhuriyeti On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı" kısaca Plan (2019) şeklinde ifade edilmektedir.

4 "Milli tasarrufu artırmak, yatırımları toplum yararına, gerektirdiği önceliklerle yöneltmek ve iktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmayı demokratik yollarla gerçekleştirmek üzere Birinci Beş Yıllık (1963 - 1967) Kalkınma Planı hazırlanmıştır (DPT, 1963: 2)."

1. Kalkınma Planlarında "Kültür"

Kültür birbirini tamamlayan ve birbirine uyan parçalardan oluşmakta, bireylerin ihtiyaçlarını üzerine inşa edilmekte ve insanlar tarafından birbirlerine aktarılarak paylaşılmaktadır (Asna, 2006: 82, Aktaran Aydemir, 2018: 56). Eagleton'a (2019: 13) göre toplumsal bilinçdışı olarak ifade edilen kültürün dünya üzerinde on binlerce farklı çeşidi bulunmaktadır. Ülkelerin kimliğini bu kültürler oluşturur ve bu durum bireylerin yaşantılarını ciddi anlamda etkiler. Kültürün bir toplumsal grubun yaşam biçimlerini, davranış ve düşünce biçimlerini dile getirdiğini, aynı zamanda da doğayla, insanla, teknikle ya da sanatsal yaratımla ilişkisini belirlediği söylenebilir (Bourse ve Yücel, 2017: 135). Tarih boyunca farklı coğrafyalarda yaşamış toplumlar, kültürler, sistemler birbirlerini etkilemiş ve birbirlerinden etkilenmişlerdir. Bu tür karşılıklı ilişkide bağımsız, kendi içine kapalı bir kültürel sistem düşünülemez. Başka kültürlerle temas, bir kültürel sistemin kendisini fark etmesi ve öteki kültürlere karşı belli hoşgörü düzeyine erişebilmesi bakımından hayati bir önem taşımaktadır.

Kalkınmanın çok yönlü yapısı düşünüldüğünde devletlerin, toplumların ekonomik gelişmişlikleri kadar ülkedeki toplumsal hayatın düzenlenmesi ve geliştirilmesine de ihtiyacı vardır. Siyasal iktidarların da yönlendirdiği kültür politikaları ile de çözümlenmeye çalışılan bu alan bir politik doküman olan kalkınma planlarına da dâhil edilmiştir (Ortakçı, 2017: 1728).



Şekil 1. *Beş Yıllık Kalkınma Planlarında "Kültür" Kelimesinin Sayısının Değişimi (2.'den 11.'ye Kalkınma Planları)*

Şekilde görüldüğü gibi Türkiye'de Kalkınma Planlarının bazılarında dikkat çekici sayıda "kültür" kelimesi olduğu görülmekle birlikte bütün kalkınma planlarında "kültür" konusu önemli bir yer teşkil etmiştir. Özellikle, Üçüncü (1973- 1977), Sekizinci (2001-2005) ve On Birinci (2019- 2023) Kalkınma Planlarında "kültür[5]" kelimesinin[6] sayısı 120'ye civarında olduğu görülmektedir. "Kültür" kelimesinin sayısal olarak bir kalkınma planında fazla olması belirlenen hedeflerin sayılarının fazla olması veya bu hedeflerin niteliklerin önemli olduğu anlamına gelmemektir. Bununla birlikte planlar üzerinde görsel bir bakış olması için yukarıdaki grafik oluşturulmuştur.

2. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planına Genel Bakış

Türkiye'de 2017 yılında yapılan Anayasa değişikliği ve 2018 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimleriyle Parlamenter Hükümet Sistemi'nden Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmiştir. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin ilk kalkınma planı olan 2019-2023 dönemini kapsayan On Birinci Kalkınma Planı, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın onayının ardından Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne (TBMM) 8 Temmuz 2019'da sunulmuştur. TBMM Genel Kurulu'nda yapılan tartışmalar sonucunda 18 Temmuz 2019'da kabul edilmiştir. On Birinci Beş Yıllık Kalınma Planı'nda mevcut küresel gelişmeler ve eğilimler dikkate alınarak 2019- 2023 döneminde Türkiye'deki ekonomik ve sosyal gelişmeleri içeren hedefler yer almaktadır. Ülke yönetiminin temel amaç ve ilkeleri, gelecekteki hedefleri ve politikaları da yer almaktadır.

Şekil 2. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Hedefleri Özeti (Kaynak: Anadolu Ajansı)

5 "kültür" kelimesi bazı yerlerde "kültürel" olarak ta kullanılmaktadır.

6 Bu nicel ifade sadece görsel olarak ifade edilmek için kullanılmıştır. Yoksa bazı durumlarda bakanlıkların ya da kurumların adında yer alan "kültür" ifadeleri de vardır. Yani kültür kelimesinin sayısının fazla olması tek başına herhangi bir anlam ifade etmemektedir.

Türkiye Cumhuriyeti'nin On Birinci beş Yıllık Kalkınma Planı'nın "*2.3.9. Kültür ve Sanat*" kısmı (sayfa 148-152) başta olmak üzere Planın çeşitli yerlerinde kültür ve kültürel konulara ilişkin hedefler belirlenmiştir.

3. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Kültürel Konularla İlgili Politikalar

Etkileşim, eğitim, turizm, diplomasi, iletişim, endüstri, sanat gibi birçok alanda doğrudan ve dolaylı olarak kültür konusu On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın politika ve tedbirlerinde yer almaktadır.

4.1. Kültürler Arası Etkileşim

Bir kültür, gündelik yaşamdaki kolektif ve bireysel etkileşimlerden oluşmaktadır. Belirli bir anda, belirli bir uzamda bireylerce paylaşılan değerler, inançlar, simgeler, görenekler ve gelenekler bütünü olan kültür, toplumsal kurallar ve davranış kodları yoluyla davranış biçimleri üzerine etki etmektedir (Bourse ve Yücel, 2017: 136-141). On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda hem kültürler arası etkileşim hem de belirli bir kültürde farklı yorum kodlarının farklı söylemler geliştirmesini teşvik edici niteliktedir.

73. Kültürler arası etkileşim *olanakları yeni medya vasıtalarıyla çok daha çeşitli, hızlı ve kapsayıcı hale gelmiştir. Kültür ihracına hizmet eden kitle iletişim araçlarıyla yayılan içerikler kişi ve toplulukların değer ve alışkanlıklarını değiştirmelerine sebep olmaktadır* (SBB, 2019: 10).

Plan'ın "Küresel Eğilimler ve Türkiye" kısmında yer alan yukarıdaki ifade ile kültürler arası etkileşimden bahsedilmektedir. Kitle iletişim araçları devletlerin ürettikleri politikaların yaygınlaştırılmasında, alışkanlıkların değiştirilmesinde ve alışkanlıkların kazandırılmasında (Gezgin, 2008: 26, Alıntı Aydemir, 2018: 68) bir araç olarak düşünüldüğünde son dönemde küresel çapta fenomen olan Türk dizileri Türkiye için önemli bir yumuşak güç kaynağı olma potansiyeli taşımaktadır. Çünkü televizyon dizileri, üretildiği ülkeler hakkında bir fikir oluşturarak kültürel değerlerin tanınmasını kolaylaştırmakta ve izleyici kitle üzerinden bir algı oluşturarak söz konusu ülke hakkında bilgi talebini arttırmaktadır (Aydemir, 2018: 70).

616*.Uluslararası veya geçici koruma altında olan çocukların toplumla bütünleşmelerini ve akranlarıyla ortaklıklar kurmalarını sağlamak üzere, yaşam becerilerini ve* ***kültürler arası etkileşimi*** *artıracak programlar sürdürülecektir* (SBB, 2019: 144).

Sığınmacı çocuklarını da kapsayan bu tedbir, Plan'ın kendi vatandaşlarını önceleyen bir yaklaşım yerine evrensel bir bakış açısını benimsediğinin göstergelerinden birisidir. Buradan, Türkiye'nin ekonomik gelişmişlik gibi kültürel gelişmişliği de tabana yayarak savaşların gerçek mağdurları olan sığınmacı çocuklara her anlamda destek olmaya çalıştığı görülmektedir.

4.2. Kültür ve Eğitim

Yeni kuşaklar, önceki toplum düzeninin birçok yönünü benimsemektedir. Yine de her kuşak kendi yaşamını, önceki kuşaklardan farklı algılamaktadır. Her

kuşak yeni bir duygu yapısı üretmektedir (Bourse ve Yücel, 2017: 22). Eagleton (2019: 109) da ahlaki, kişisel ve manevi bir mesele olarak gördüğü kültürü eğitimle yakın ilişkide olduğunu vurgulamaktadır. Kültür ile eğitim ilişkisi On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer almaktadır.

635.4. *Türk kültür ve medeniyetine dair referans niteliğindeki metinler belirli bir program dâhilinde akademik niteliği haiz üniversiteler, yayınevleri ve ilgili kamu kurumlarınca yayınlanacaktır (SBB, 2019: 149).*

641. *Kültür sanat kurumlarının daha etkin yönetimi ve uzmanlık alanlarının genişletilmesi için nitelikli kültür-sanat profesyonelleri yetiştirilecek,* ***yükseköğretimde kültür yönetimi*** *bölümleri yaygınlaştırılacaktır (SBB, 2019: 163).*

635. Türkçe'nin doğru ve yetkin bir şekilde kullanılması için örgün eğitim başta olmak üzere, her türlü medya, yasal düzenleme gibi araçlar etkin bir şekilde kullanılacaktır. Türkçe'nin zenginliğinin kayıt altına alınması için etimolojik sözlük tamamlanacaktır.

Williams'a göre kültür toplumsal yeniden üretimi gerçekleştirmektedir (Bourse ve Yücel, 2017: 105). On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Türk kültürünün tarihsel derinliklerinden faydalanılarak yeni nesillerin kültürel sermaye becerilerinin artırılması hedeflenmektedir. Bu yolla, kökleri bin yıllar ötesine dayanan Türk kültür ve medeniyeti ile ilgili yazınların yeni nesillerin faydalanmasına sunulması hedeflenmektedir. Kökleri Maveraünnehir'e, Kaşgar'a, Horasan'a, Kafkasya'ya, Kırım'a, Balkanlar'a hatta Endülüs'e, Mağrip'e kadar uzanan medeniyetin mirası olan eserlerin günümüz Türkçesinde ve Türk lehçelerinde elektronik olarak yayınlanması Türk kültürünün yeniden üretimine derinlik kazandıracağı düşünülmektedir. Bu eserlerden faydalanılarak hazırlanılacak sinema, belgesel, dizi film gibi görsel eserler de kültürel etkileşimin konusu olacakt

4.3 Kültür ve İletişim

Toplumun ekonomik temeli kültürle ilgili merkezi bir yer teşkil etmektedir (Williams, 1966: 285; Turner, 2016: 68). Finansal ve ekonomik güçler, kültürel üretimleri özdeşleştirmek ve tekleştirmek için yeni iletişim araçları kullanmaktadır (Bourse ve Yücel, 2017: 56). On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda iletişim özellikle de yeni iletişim araçları ile ilgili politika ve tedbirler yer almaktadır.

74. *Yeni iletişim araçları yerel kültürlere imkân tanıyarak çok kültürlülüğü desteklerken, gelişen iletişim olanakları kültürel etkileşimi artırmakta, çok uluslu şirketlerin hız kazandırdığı tek tipleştirici kitle kültürü, evrensel kültür iddiasıyla kültürel tahakkümü güçlendirmektedir (SBB, 2019: 10).*

On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer alan kültür ile ilgili politika ve tedbirler topluma hegemonik değerler ve anlamlar dayatan egemen kültür (Bourse ve Yücel, 2017:

41) şeklinden farklı olarak ele alınmaktadır. Türkiye'nin İlk On Kalkınma Planında olduğu gibi kültürlerarası etkileşimin gerçekleşmesi ve bunun özellikle devlet desteğiyle yürütülmesi (Ortakçı, 2017: 1737) On Birinci Kalkınma Planı'nda da

hedeflenmektedir.

615.2. *Kültürel yapıya uygun olarak yaş ve içerik açısından kullanıcılar ve ebeveynler için bilgilendirici bir bağımsız oyun derecelendirme sistemi oluşturulacaktır (SBB, 2019: 144).*

635.3. *Her türlü basın, yayın ve medya ortamında Türkçe'nin güzel kullanılması özendirilecek, mesajını dille ileten tüm sanat eserlerinde kelime zenginliği teşvik edilecektir (SBB, 2019: 149).*

Yukarıdaki politikalar ile yeni nesillerin, teknolojik gelişmelerden ve iletişimin imkânlarından yararlanan, aynı zamanda ana dillerini en iyi şekilde kullanan bireyler olarak yetişmeleri hedeflenmektedir. Bunun için yazılım ve donanım gibi bilgi iletişim teknolojileri başta olmak üzere her alanda teknoloji üreten duruma gelinmesi gerekmektedir. Zira teknolojiyi üreten toplumlar ürettikleri teknolojinin terimlerini de kendileri belirlemektedir.

4.4. Kültür Diplomasisi

Kamu diplomasisi faaliyetleri ülkelerin sahip olduğu yumuşak güçlerin, ülke çıkarları doğrultusunda ve karar vericiler tarafından belirlenen hedeflere yönlendirilmesi suretiyle oluşturulmaktadır (Karadağ, 2016: 25). Kültürel diplomasi kamu diplomasisinin ana damar çalışma alanlarından ve ülkelerin yumuşak güç kaynaklarından biridir. Kültürel diplomasi, sanat, bilim, eğitim, teknik gibi kültürel öğelerin ülkelerin itibarını arttırmak ve ortaklıklar kurmak amacıyla sunumu olarak tanımlanabilir (Yağmurlu, 2019: 1184). On Birinci Kalkınma Planı'nda özelde kültür genelde de kamu diplomasisi ile ilgili önemli politika ve tedbirler yer almaktadır.

236.5. *Afrika açılımı çerçevesinde Afrika ülkeleri ile olan diplomatik, ekonomik, ticari ve kültürel ilişkiler daha da güçlendirilecek; ülkemiz ile bölge ülkeleri arasında dış ticaret hacmi artırılacaktır* (SBB, 2019: 41).

236.6. *Ortadoğu bölgesinde yer alan ülkeler ile mevcut diplomatik, ekonomik, ticari ve kültürel ilişkilerimiz güçlendirilecek; bölge ülkeleri ile dış ticaret hacmi artırılacaktır (SBB, 2019: 41).*

643. *Kültürümüz yurt dışında tanıtılacak,* ***kültürel diplomasi*** *faaliyetleri geliştirilecek, kamu ve sivil toplum kuruluşlarınca yürütülen kültürel diplomasi nitelikli faaliyetler arasında eşgüdüm sağlanacak ve uluslararası ilişkilerde kültürün yapıcı rolünden istifade edilecektir (SBB[7], 2019: 151).*

74.1. *Yurt dışında kültürel diplomasi alanında faaliyet gösteren kuruluşlara verilen destekler artırılacak ve bu kuruluşların idari kapasiteleri geliştirilecektir (SBB, 2019: 151).*

74.2. *Dünya kamuoyunda olumlu bir Türkiye algısı oluşmasına yönelik kültürel faaliyetler gerçekleştirilecektir (SBB, 2019: 151).*

74.3. *Türkiye'nin bilimsel ve akademik birikimi yurt dışında tanıtılacaktır (2019: 151).*

644*. Kitap ve süreli yayın yayımcılığı alanlarının geliştirilmesine yönelik faaliyetler desteklenecektir (2019: 151).*

644.3. Yurt dışına telif satışını artırmak *ve Türk edebiyatının dünya çapındaki tanınırlığının artırılması için gerekli olan tanıtım çalışmaları gerçekleştirilecek ve mevcut destek programlarının içeriği geliştirilecektir (2019: 151).*

635.2*. Yurt dışında Türk dili ve kültürünün öğretimi ve tanıtımı faaliyetleri geliştirilecektir (2019: 164).*

Kamu diplomasisi genel olarak, hükümetlerin kendi ülke tasarımları ve idealleri, kurumları ve kültürleri, ulusal hedefleri ve güncel politik çizgileri doğrultusunda yabancı kamuoyları ile yürüttüğü iletişim süreci biçimi (Keskin, 2014: 126) iken kültürel diplomasi kamu diplomasisinin pratik olarak uygulandığı bir alt kümedir (Aydemir, 2018: 57). Yukarıdaki politika ve tedbirlere bakıldığında Türkiye'nin kültürel diplomasi alanında önemli kurumları olan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı (YTB), Anadolu Ajansı, Türkiye Radyo ve Televizyonu (TRT) gibi kurumlara önemli görevler düştüğü görülmektedir. Kurumların uyumlu ve koordineli çalışmasını teşvik ve kontrol eden devlet, onların sayesinde yumuşak gücünü uluslararası alanda ifade etme imkanı elde etmektedir.

4.5. Kültür Endüstrisi

Uzun zamandır ticaret ve teknolojiyle iç içe olan kültür, günümüzde sinema, radyo, televizyon, müzik kayıtları, reklamcılık, popüler basın ve popüler edebiyatın yükselişiyle hızla büyük bir endüstriye dönüşmüştür. 20. yüzyılın başından itibaren beğenilerin seri üretiminin kazançlı bir iş olduğu anlaşılınca kültür endüstrisi ortaya çıkmıştır (Eagleton, 2019: 122-123). Günümüzde kültür endüstri yoluyla sınırlar ortadan kalkmıştır (Bourse ve Yücel, 2017: 75).

On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında kültür endüstrisi ile ilgili tedbir ve politikalar şöyledir;

455.1. *Telif haklarına konu olan kültür endüstrilerine ilişkin mevcut kayıt, veri ve ulusal istatistikler çeşitlendirilecektir (SBB, 2019: 104).*

455.2. *Telif haklarına konu olan kültür endüstrilerinin ekonomik boyutuna ilişkin ölçüm raporu hazırlanacaktır (SBB, 2019: 105).*

457.4. *Telif haklarına dayalı kültür endüstrilerine yönelik projeler, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi de gözetilerek desteklenecektir (SBB, 2019: 106).*

458.5. *Telif haklarına dayalı kültür endüstrilerine yönelik özel destek programları geliştirilmesi sağlanacaktır (SBB, 2019: 106).*

Kültürel miras, telif hakları gibi kültüre ait evrensel konularda uluslararası standartlar çerçevesinde hareket edilmesi esas alınmaktadır. Bu bir turizm ülkesi olan Türkiye'nin kültürel mirası ve kültürel emeğe sahip çıkmada evrensel değerleri benimseyen ülkeler arasında yer almasını sağlanacaktır. Aynı durum kültür endüstrisinin önemli bileşenleri içerisinde yer alana Türk dizileri, Türk sineması, belgesel yapımlar gibi görsel işitsel eserler içinde geçerliliğini sürdürecektir.

yapıldığı, tüketici haklarının gözetildiği ve korunduğu önemli ticaret merkezlerinden biri haline getirilmesi (SBB, 2019: 120) amaçlanmıştır. Bu kapsam da Plan'da ticaretin ve tüketicinin korunmasının geliştirmesinde kültürel yakınlıkta parametre olarak değerlendirilmektedir.

4.6. Kültür ve Sanat

Umberto Eco'nun, sonsuz yoruma açık olduğunu belirttiği sanat (Bourse ve Yücel, 2017: 31) Eliot'a göre bazen adap kurallarıyla, inançlar, fikirlerle birlikte kültürle ilgilidir (Eagleton, 2019: 24). On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında kültür ile birlikte ya da ayrı olarak sanat ile ilgili politika ve tedbirler yer almıştır.

633.4. Kültür ve sanat hizmetlerinin sunumunda mahalli idareler, özel sektör ve sivil toplumun rolü güçlendirilecektir (SBB, 2019: 149).

634. Klasik Türk Sanatlarını yaygınlaştırmaya yönelik faaliyetler düzenlenecektir (SBB, 2019: 149).

Türk-İslam tarihinin farklı dönemlerine ait kültürel mirasımıza öncelik verilmek suretiyle, kültürel mirasımızın araştırılması, korunması, günümüz toplumuna ve gelecek kuşaklara aktarılması sağlanacaktır (SBB, 2019: 149).

Bu politika ve tedbirler yerelden ulusala, ulusaldan küresele çalışmalar yürüten mimarlar, ressamlar, tasarımcılar, musikişinaslar gibi sanatın farklı dallarında faaliyet gösterenlerin çalışmaları için önemli referans kaynağı olabilir. Ayrıca yerel yönetimlerin, merkezi idarenin ve sivil toplum kuruluşlarının desteğiyle kültürel ve sanatsal mirastan faydalanan sinema, dizi film, fotoğraf, tiyatro, müzik, reklam üretimleri vb. yoluyla Türkiye'nin yumuşak gücünün uluslararası alanda sunumuna olanak sağlanabili Kalkınma Planlarından daha çok ekonomik gelişme için hedeflerin belirlenmesi akla gelmektedir. Siyasetin giderek bir imaj, ikon, tarz ve gösteri meselesine dönüştüğü günümüzde, ticaret ve üretim; tasarıma, markalaşmaya, reklamcılığa ve halkla ilişkilere gün geçtikçe daha çok yaslanmaya başlamıştır (Eagleton, 2019: 127). Bu noktada Türkiye Cumhuriyeti'nin On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında yer alan politika ve tedbirler dikkate alındığında "kültür" ile ilgili önemli hedeflerin olduğu görülmektedir.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişten sonra hazırlanmış olan ilk kalkınma planı özelliği taşıyan, 2019- 2023 yılları arasındaki beş yıllık dönemi kapsayan On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında "kültür" ve kültürel konularla ile ilgili alanlarda önemli politika ve tedbirlerin detaylı ve kapsayıcı şekilde yer alması önemlidir. Zira Türkiye'nin kalkınmasının sadece piyasa odaklı değil aynı zamanda sosyal ve kültürel olmasının hedeflendiği, Plan'da ortaya konulan tedbir ve politikalardan anlaşılmaktadır. Plan'da genel olarak toplumun kültürel sermaye ve estetik yatkınlık bakımından gelişmesi yönünde temel perspektif ortaya konmuştur. Artık Plan'dan istenilen çıktıların elde edilmesi için Plan'da yer alan tedbir ve politikaların uygulanmasıyla ilgili ve ilişkili kurumlara ciddi görev düşmektedir. Çünkü kültürlü habitusun oluşturucu yatkınlıkları ancak bir alan içinde, bir alanla ilişki içinde oluşur, işler, geçerlidir (Boudieu, 2017: 147). Bu alanın oluşmasında Plan'ın ekonomik, sosyal ve kültürel hedeflerinin bütüncül olarak ele alınmasının gerekliliği açıktır.

Çalışmada “kültür” anahtar kelimesi üzerinden betimsel analiz yapılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda Türkiye’nin yakın geleceği için önemli bir strateji belgesi olan On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile ilgili daha detaylı çalışmalar yapılabilir. Farklı araştırma yöntem ve teknikleri ile kültür veya diğer alanlarda yapılacak çalışmaların Plan’ın uygulanmasında ve hedeflerine ulaşması bakımından yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Bütün bu akademik çalışmalar Plan’dan istenilen sonuçların alınmasına katkı sunacaklardır.

ТУРИЗМ МАҲСУЛОТЛАРИ ТАРҒИБОТИ ВА МАМЛАКАТ ИМИЖИНИНГ ҲАМОҲАНГЛИГИ МАСАЛАСИ

Алимов Беруний Султонович
Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети доценти
beruniyalimov@gmail.com

Аннотация. Ушбу мақолада мамлакат имижининг ўлчов мезонлари қаторида туризм соҳаси алоҳида ўрин тутиши ҳақида фикр юритилади. Шу сабабли халқаро медиа муҳитда миллий туризм маҳсулотлари тарғиботини тизимли равишда йўлга қўйиш, уни янги босқич олиб чиқиш зарурлиги қайд этилади.

Калит сўзлар: *туризм тарғиботи, PR, имиж, бренд, қонунчилик, медиа муҳит, шиор, оммавий ахборот воситалари*

Британиялик профессор Ш.Акинер фикрига кўра, «туризим миллий имижни ривожлантириш мумкин бўлган тармоқлардан бири ҳисобланади. Чунки у хорижликларни маҳаллий аҳоли билан тўғридан-тўғри алоқага киритади. Натижада ана шу сайёҳлар онгида улар ташриф буюрган жамиятлар ҳақида ўз шахсий таассуротларининг шаклланишига сабаб бўлади» [Акинер Ш. Ўзбекистон брендинги. https://journal.fledu.uz/uz/%D1%9Ezbekiston-brendingi/]. Муҳими, келаётган туристлар учун янги қулайликлар яратилмоқда. Жумладан, республикага виза олиш жараёни бир мунча енгиллаштирилди.

«Дунё» ахборот агентлиги ўзининг Telegram канали ва Facebook саҳифасида ўзбек, рус ва инглиз тилларида қайд этганидек, «2020 йил - Ўзбекистонга саёҳат қилиш учун айни қулай фурсат! Ушбу сайёҳлик йўналишини National Geographic, The Lonely Planet, CNN Travel, Financial Times, The Global Muslim Travel Index, Titan Travel ва Bild каби машҳур нашрлар ҳам тавсия этмоқда. Эътибор қилинг, дунёнинг 86 мамлакати фуқаролари учун визасиз тартиб жорий қилинган» [Мурожаат қилинган сана: 03.01.2020]. Ўзбекистонда туризмни тезкор ривожлантириш бўйича қўшимча чора- тадбирлар

тўғрисидаги Президент фармони қабул қилинди [«Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентиниг Фармони. http://lex.uz/docs/4143188]. Ушбу ҳужжат билан мамлакатда 2019-2025 йилларда Туризмни ривожлантириш концепцияси ва чора- тадбирлар режаси тасдиқланди.

Бундан ташқари фармонга кўра, 2019 йилнинг 1 февралидан 45 та давлат фуқаролари учун 30 кунлик муддатга визасиз режим жорий қилинади. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни 2019 йил 16 апрелда Қонунчилик палатаси томонидан қабул қилинди ва 2019 йил 21 июнда Сенат томонидан маъқулланди [Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни. http://lex.uz/docs/4428097].

Мазкур қонуннинг 6-боби «Туристик маҳсулотни шакллантириш, тарғиб этиш ва реализация қилишнинг ўзига хос хусусиятлари» деб номланади. Шу боб таркибидаги 25-моддада «Туристик маҳсулотни шакллантириш ва тарғиб этиш» ҳақида сўз боради. Жумладан, туристик маҳсулотни реализация қилишга, яъни реклама қилишга, ихтисослаштирилган кўргазмалар ва ярмаркаларда иштирок этишга, каталоглар, буклетлар нашр этишга ва бошқаларга қаратилган чора- тадбирлар мажмуи туристик маҳсулотни тарғиб этишдан иборат эканлиги қайд этилган.

Туристик маҳсулотни тарғиб этиш чоғида туроператор ва турагент туристик маҳсулот тўғрисидаги ахборотнинг ишончлилиги учун жавобгар бўлиши, турагент туристик маҳсулотни тарғиб этишни туроператор билан тузилган шартнома асосида амалга ошириши, туристик маҳсулотларни кириш туризми ва ички туризм ҳамда жойлаштириш воситалари тарзида реклама қилиш чоғида туризм соҳасида белгиланган миллий танитиш белгисидан фойдаланиш мажбурий эканлиги кўрсатилган.

27-моддада эса Ўзбекистоннинг Миллий туристик бренди масаласига алоҳида эътибор қаратилган. Хусусан, «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасидаги танитиш белгиси ва шиори Ўзбекистоннинг Миллий туристик брендидир» дейилган.

Шунингдек, Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасидаги танитиш белгисининг шакли, рангли тасвири ҳамда шиорнинг мазмуни ваколатли давлат органи томонидан тасдиқланиши, Ўзбекистоннинг Миллий туристик брендидан товарларни (ишларни ва хизматларни) тарғиб этишда фойдаланилиши мумкинлиги, Ўзбекистоннинг Миллий туристик брендининг элементларидан бошқа мақсадларда фойдаланишга йўл қўйилмаслиги белгилаб қўйилган.

Айни маънода таъкидлаш ўринлики, Ўзбекистонда туризим соҳасига доир қонунчилик базасининг такомиллаштириилиши баробарида унинг таркибий жиҳатдан пухта ривожланиши ва зарур инфратузилманинг такомиллашуви масаласига давлат томонидан жиддий эътибор қаратилмоқда. Британиялик профессор Ш.Акинер ўз мақоласида эътироф этганидек,

«Ўзбекистон ҳукумати туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида зарур

бўлган молиявий ёрдамни амалга оширмоқда. Бу нафақат мавжуд инфратузилмани тараққий эттириш масалалари, балки гидлар ва бошқа хизмат кўрсатувчилар малакасини ошириш дастурларини ҳам қамраб олмоқда. Давлат туризм органи фаолият юритмоқда, шу билан бирга хусусий туризм компаниялари ва кичик меҳмонхоналар тизими тобора ривожланмоқда.

«Мамлакат ва халқнинг чэт эллардаги образи биринчи навбатда унга келиб кетувчилар, қайсидир маънода, туристларнинг муносабати билан шаклланади» - дейди Россиянинг Sputnik халқаро ахборот агентлигининг Ўзбекистондаги мухбири Дилшода Раҳматова («Ўзбекистон Республикасининг халкаро имижини мустахкамлашнинг долзарб масалалари» мавзуидаги давра суҳбатидаги маърузадан. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси, 2019 йил 26 июль).

Бироқ Д.Раҳматованинг қайд этишича, «Туристларга эътибор анча яхшиланиб, уларнинг ҳурмат-иззатини жойига қўйишга ҳаракатлар бўлаётганига қарамай, ҳалигача бу соҳани ёғлик жой сифатида кўрувчилар талайгина. Нолегал таксичилар, музейлар ва қадимий обидалар атрофида ўралашиб, «бизнес» қилувчилар, бозорлардаги «эпчил» сотувчилар бунга мисол. Бундайлар туристларнинг вазият ва нарх-наводан беахабарлиги орқасидан фойдаланиб қолиш илинжида бўлади. Натижада Ўзбекистон ҳақида нотўғри муносабат шаклланишига сабаб бўлади». Қайд этиб ўтиш керак, ҳар қандай мамлакат имижига баҳо берилганда туризмдан ташқари яна бешта компонент мавжуд. Булар – мамлакат одамлари, уларнинг меҳмондўстлиги; ҳудуднинг ўзига хос маданий меросга эгалиги; ҳукуматнинг очиқлиги, халқ билан муносабати; мамлакатнинг хорижга сотаётган маҳсулотлари сифати; сармоявий ва имиграцион шароитлар.

Шу ўринда «Тараққиёт стратегияси» марказининг ижрочи директори Элдор Туляковнинг қуйидаги фикрини келтириб ўтиш мумкин: «албатта, давлатнинг имижига ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва товарлар, кўрсатилаётган хизматларсифатиҳам таъсир қилади. Шу боис бугун юртимизда жадал суръатларда ривожланаётган хусусий сектор соҳасида жаҳон стандартларига жавоб берувчи рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва юқори даражада сервис хизматлари кўрсатишни йўлга қўйиш бўйича чора-тадбирлар белгиланган. Мақсад “Made in Uzbekistan” брендини дунёга танитишдир» [http://uza.uz/oz/society/zbekiston-khal-aro-maydondagi- imizhini-musta-kamlamo-da-24-07-2019. Мурожаат қилинган сана: 12.11.2019]. 2018 йил 3 февраль куни эълон қилинган «Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонидамамлакат туризм салоҳиятини тарғиб қилиш масаласи алоҳида вазифа сифатида қайд этилган [http://uza.uz/oz/documents/zbekiston-respublikasi-turizm-salo-iyatini-rivozhlantirish-u-05-02-2018. Мурожаат қилинган сана: 09.03.2019].

Жумладан ушбу ҳужжатнинг 4-бандида «Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ҳузуридаги «Миллий туризм маҳсулотини тарғиб қилиш маркази» ДУК Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ҳузуридаги «Миллий PR-маркази» ДУК этиб қайта ташкил этилсин, унга республиканинг туризм салоҳиятини тарғиб қилишни ташкил этиш бўйича вазифалар юклатилиши» қайд этилган. Фармонда Ўзбекистоннинг туризм салоҳиятини тарғиб қилиш бўйича материалларни тайёрлайдиган ижодий гуруҳлар фаолиятини доимий асосда, шу жумладан аутсорсинг орқали молиялаштирилиш кўзда тутилган.

Мазкур ҳужжатнинг 12-бандида туризмни тарғибот қилиш билан боғлиқ яна бир муҳим масалага эътибор қартилган. Хусусан, Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг «Dunyo Bo‘ylab» телеканали Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг ички туризм, дам олишнинг фаол турлари ва спорт туризмини ривожлантириш, маданий мерос объектлари ва табиий бойликлар, шу жумладан муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларни сақлаш ва улардан фойдаланиш бўйича ўтказиладиган тадбирларни ёритиш масалалари бўйича бош ахборот ҳамкори сифатида белгилаб қўйилган.

Мамлакат имижи тушунчаси турли ахборот оқимларининг кенгайиши баробарида журналистика фанининг олдига янги вазифаларни қўя бошлади. У эндиликда назарий ва амалий масала сифатида жиддий тадқиқот объектига айланди.

Умуман олганда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармони [http://uza.uz/oz/documents/zbekiston-respublikasini-yanada-rivozhlantirish-b-yicha-arak-07-02-2017; http://lex.uz/docs/3107036. Мурожаат қилинган сана: [08.03.2019] ҳамда юқорида таҳлилқилинган соҳага тегишли меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгилаб берилган вазифаларни амалга оширишда ушбу йўналишда олиб борилаётган янги тадқиқотлар ҳам муайян даражада хизмат қилади.

Айниқса, Ҳаракатлар стратегияси тўғрисидаги фармонда назарда тутилган «мамлакатимизнинг халқаро нуфузини мустаҳкамлаш», шунингдек, жаҳон медиа маконини республикамиз ҳақидаги холис маълумотлар билан таъминлаш масаласига алоҳида эътибор қаратилганлиги муҳим аҳамият касб этади. Мустақиллик йилларида Ўзбекистоннинг минтақавий имижи географияси кенгайди. Чунончи, Тошкент ислом маданияти пойтахти, Элликқалъа кўҳна маданият ўчоғи, Сурхондарё (Термиз) цивилизация бешиги, Асака автосаноат маркази, Навоий замонавий халқаро ҳаво дарвозаси сифатида хорижий ОАВда тилга олинмоқда. 2019 йилнинг 30 ноябрь куни Халқаро туркий маданият ташкилоти – ТУРКСОЙ доимий кенгашининг 37-мажлисида 2020 йилда Хива шаҳри турк дунёсининг маданий пойтахти, деб эълон қилинди . Қадимий Хива шаҳрига ушбу мақомни бериш таклифи 2018 йил сентябрь ойида Қирғизистонда

ўтказилган Туркий тилли давлатлар ҳамкорлик кенгашининг VI саммитида билдирилган эди.

Шуни алоҳида қайд этиш ўринлики, 2019 йил 14 сентябрда Ўзбекистон Республикаси Туркий тилли давлатлар ҳамкорлик кенгашини тузиш тўғрисидаги Нахичеван битимини ратификация қилди. 15 октябрь куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Озарбайжон пойтахти Боку шаҳрида бўлиб ўтган Туркий тилли давлатлар ҳамкорлик кенгашининг VII саммитида иштирок этиб, 2020 йилда Хива шаҳри "Туркий дунёнинг маданият пойтахти" деб эълон қилиниши қардош халқларимизни янада яқинлаштиришга, абадий дўстлигимизни мустаҳкамлашга катта ҳисса қўшишини таъкидлаган эди.

Бухоро шаҳри 2020 йил 1 январдан эътиборан Ислом маданияти пойтахти деб эълон қилинди. Ислом ҳамкорлик ташкилоти ҳар йили мусулмон мамлакатларидаги 3 та шаҳарни Ислом маданияти пойтахти деб эълон қилади. Уларнинг бири араб давлатлари, бошқаси Осиё ва учинчиси Африка мусулмон мамлакатларидаги шаҳарлардир. Ташкилот маданият вазирлари IX Ислом конференцияси томонидан 2020 йилда Бухоро, Қоҳира (Миср) ва Бамако (Мали) шаҳарлари Ислом маданияти пойтахтлари сифатида тасдиқланган.

Ҳар қандай бренд слогани, яъни шиори одамларнинг хотирасида қоладиган, когнитив таъсир кучига эга бўлгандагина маълум мақсадга эришишга хизмат қила олади. Назаримизда Ўзбекистоннинг туристик шиорлари олдин – «Табиий бетакрор!» (инг. Naturally irresistible!) ёки ҳозир – «Сеҳрли Шарқнинг рамзи» («Symbol of the Magic East») кутилган натижани бера олмаслиги мумкин. Чунки у бошқа мамлакатлар шиорлари билан солиштирганда ўйлаб топилган, ғализ, нотабиий тушунчага ўхшайди.

Ваҳоланки, Ҳиндистон (Incredible India), Туркия (Be our guest) ва Хитой (China Like Never Before) шиорлари бир мунча мафтункор эшитилади.

Фикримизча, яхши танланган ҳар қандай шиор ушбу диссертация доирасида тадқиқ қилинаётган имижнинг когнитивлигини оширишга бевосита хизмат қиладиган элементлардан ҳисобланади.

Бундан ташқари яхши тарғибот мезбон жамоалар учун қўшимча даромад манбаи бўлиб хизмат қилади. Шу боисдан ҳозирги даврда жуда кўп мамлакатлар ўзларининг туризм саноатини ривожлантириш учун зарур имкониятларни ишга солмоқда.

Айни даврда мамлакатимиз туристик салоҳиятини янада самарали тарғиб қилиш, мавжуд имкониятлардан унумли фойдаланишга қаратилган чора-тадбирлар соҳани сифат жиҳатидан янги босқичга кўтаришга хизмат қилмоқда. Бунда Президентнинг 2016 йил 2 декабрдаги «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги фармони [http://lex.uz/docs/3083792?twolang=1. Мурожаат қилинган сана: 07.03.2019] ҳамда 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган

вазифалар муҳим дастуриламал бўлмоқда. Ўзбекистон туризм саноатини ривожлантириш, иқтисодиётнинг тез ўсишини таъминлашда унинг ролини ошириш, янги иш ўринлари яратиш, дунё бозорида миллий туристик маҳсулот салоҳиятини юксалтиришга хизмат қилувчи барча шароитлар яратилмоқда.

Мазкур фаолият миллий туризм соҳасини ахборот билан таъминлаш, туристик операторлар учун замонавий ахборот технологиялари ечимлари ва компьютер дастурларини ишлаб чиқиш, ахборот бозори субъектларига уйғунлашган ҳолда ишлаш, халқаро миқёсда мамлакатимиз нуфузини ошириш бўйича оммавий ахборот воситаларида кенг тарғибот ишларини олиб боришни тақозо этади.

Жумладан, Ўзбекистоннинг туристик жозибадорлиги ошишига хизмат қилувчи долзарб ахборот ресурсларини, жумладан Ўзбекистоннинг ноёб тарихи, ўтган буюк алломалари ва олимлари, диққатга сазовор жойлари, миллий таомлари, анъаналари ҳақида ҳужжатли фильмлар ва телекўрсатувлар яратиш ва тарқатиш зарур. Назарий жиҳатдан олиб қаралганда, мамлакатнинг ёки исталган ҳудуднинг туристик имижини қуйидаги босқичлар орқали шакллантириш имконияти мавжуд. Бунинг учун PR назариясидан мустаҳкам ўрин олган америкалик тадқиқотчи Г.Ласвеллга тегишли коммуникация моделидан фойдаланиш мумкин [https://zaochnik.com/spravochnik/menedzhment/modeli- kommunikatsii/. Мурожаат қилинган сана: 07.03.2019]

1) чет эл жамоатчилиги мамлакатдан нима кутаётганлигини аниқлаш;
2) ҳудуднинг туризм соҳасидаги ўзига хослик ва устунлик жиҳатларини юзага олиб чиқиш;
3) хорижликлар истаган ҳудуд образи билан мавжуд реал имижни солиштириш;
4) чет эл жамоатчилиги билан мамлакат ўртасидаги устувор комммуникация каналларини белгилаб олиш: Интернет (блоглар, форумлар); ОАВ; махсус тадбирлар; шахсий учрашувлар; воситачилар (турагентлар);
5) турли субъектлар манфаатларини инобатга олган ҳолда тегишли ҳаракатлар дастурини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш;
6) туризм имижини ривожлантириш борасида олиб борилаётган ишларни таҳлил қилиш ва тегишли хулосалар чиқариш. Бунда туристларни нафақат жалб этишга эътибор қаратиш зарур. Токи улар мамлакатга яна мунтазам равишда ташриф буюришсин ва ўз давлатларидаги дўстларига ҳам буни тавсия этишсин. Келаётган ҳар бир сайёҳ диққатга сазавор жойларни томоша қилишдан ташқари тўлақонли туристик маҳсулотлардан баҳраманд бўлишга ҳақлидир.

Бунинг учун ҳудуд имижини шакллантириш бўйича алоҳида дастурларни имкониятларидан ва янгича мультимедия форматлардан кенг фойдаланиш; Хорижлик туристларга мўлжалланган Ахборот марказлари тармоғини ташкил этиш; Чет эллик журналистларнинг Ўзбекистонга танишув ташрифларини амалга

ошириш; Мамлакат туризм салоҳиятининг турли оммабоп медиа платформалардаги тақдимотларини янада жонлаштириш керак.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармони http://uza.uz/oz/documents/zbekiston-respublikasini-yanada-rivozhlantirish-b-yicha-arak-07-02-2017; http://lex.uz/docs/3107036. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни. http://lex.uz/docs/4428097
2. «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги фармони. http://lex.uz/docs/3083792?twolang=1.
4. «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. http://lex.uz/docs/4143188.
5. Акинер Ш. Ўзбекистон брендинги. https://journal.fledu.uz/uz/%D1%9Ezbekiston-brendingi
6. Туляков Э. Ўзбекистон халқаро майдондаги имижини мустаҳкамламоқда. http://uza.uz/oz/society/zbekiston-khal-aro-maydondagi- imizhini-musta-kamlamo-da-24-07-2019
7. Раҳматова Д. маърузаси. «Ўзбекистон Республикасининг халкаро имижини мустахкамлашнинг долзарб масалалари» мавзуидаги давра суҳбатидаги маърузадан. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси, 2019 йил 26 июль.
8.Справочник. Модели коммуникации. https://zaochnik.com/spravochnik/menedzhment/modeli-kommunikatsii

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ
(на примере филологических дисциплин)

Каюмова Венера Фаварисовна Кандидат филологических наук, доцент
Электронный научно-методический журнал
«Иностранные языки в Узбекистане» (fledu.uz)
venerakayumova@mail.ru

Аннотация. В докладе рассматривается история зарождения научного

туризма, дается ему определение, выделяются основные направления научного туризма, а также говорится о перспективах развития научного туризма в Узбекистане на примере филологических дисциплин.

Ключевые слова: *научный туризм, разновидности научного туризма, условия для осуществления туризма, научный потенциал.*

Наша страна известна не только выращиваемыми сельскохозяйственными культурами, промышленностью, прекрасными произведениями ручной работы, архитектурой, вкусной едой, замечательным климатом и красивыми картинами гор, долин, степей и песков. Узбекистан – страна огромной научной культуры и знаний, которые формировались на протяжении многих веков под пером выдающихся ученых самых разных направлений. Эти и еще ряд особенностей нашей страны создают условия для развития научного туризма. Этот вид туризма возник сравнительно недавно и в существующей литературе еще четко не определены его границы. Одни авторы называют его в составе экологического туризма [1], другие рассматривают его как самостоятельный вид [3]. Более того, и временные его границы также определяются неоднозначно. Некоторые исследователи называют его зарождение еще в период античности, когда совершались разного рода путешествия с целью открытия новых земель и рынков. В частности, С. Голубев, председатель комиссии научного туризма Русского географического общества отмечает, что «в завоевательных походах и мореплаваниях, торговых вояжах принимали участие не только армии, вооруженные группы людей и купцы, а так же ученые (Аристотель, Геродот, Страбон…), да и просто непоседы, отправлявшиеся в путешествие на свой страх и риск (Пифей из Массалии…).

В не так далекую эпоху «Великих географических открытий» в торговых и разведывательных плаваниях, например: Кука – участвовал ученый Бенкс, Беринга – Стеллер, с Крузенштерном – Горнер, Тилезиус и Лангсдорф и т.п.» [2].

В.П. Павлов в статье, посвященной научному туризму, сообщает, что «американец Дюэйн С. Никель в 80-е годы прошлого столетия разработал и опубликовал «Путеводитель для научного путешественника: посещая места, связанные с астрономией и изучением космоса на территории Америки»» [3].

По мнению другого автора, «основа научного туризма была заложена в конце 80-х годов американским исследователем аномальных явлений Гленном Кемпбеллом, который обрёл всемирную известность после постройки в штате Невада первой мониторинговой станции наблюдения за НЛО… Построив мониторинговую станцию, Гленн Кемпбелл также разработал и запустил Интернет-портал (www.ufomind.com), на котором публиковал как результаты своих исследований, так и результаты исследований других энтузиастов непознанного. В течение последующих двух лет этот портал стал настолько

популярным, что по исследованиям американского научно-популярного журнала «OMNI» занял одно из первых мест по посещаемости в мире» [4].
С. Голубев утверждает, что в 1980 г. в Географическом обществе Союза по инициативе академика Трешникова была образована Комиссия научного туризма [2].
Кто бы ни считался «отцом» научного туризма, понятно, что его зарождение относится 80-м годам XX в.
Эта сфера туризма активно развивается в настоящее время. На основании оценок экспертов ЮНЕСКО, «доля научного туризма к 2020 году составит 25% от общих показателей мирового туризма или около двух триллионов долларов США в год, что фактически завершит процесс превращения туризма в ведущий комплекс мирового научного и культурного развития» [3].
Так что же такое научный туризм? В литературе можно выделить широкое и узкое его толкование. Рассмотрим первый его вариант.
«Принятая ЮНЕСКО и Всемирной туристской организацией (ВТО) Хартия научного и культурного туризма, Манильская декларация по мировому туризму дают следующее определение: «Научный и культурный туризм имеет своей целью inter alia – личное познание научных достижений и открытие исторических мест и памятников». ЮНЕСКО на передний план в отношении научного, культурного и природного наследия выдвигает туризм как эффективное средство массовой востребованности, широкой доступности научных, культурных и рекреативных ценностей, как действенный канал и источник сохранения и познания наследия через его использование в интересах нации, мира и развития.» [3]. На наш взгляд, в этом смысле научный туризм не будет отличаться от обычного познавательного наиболее массового вида туризма. Более точное определение дает Ю.Е. Холодилина: «научный туризм – это осуществление исследовательской (научной) деятельности, на конкретной территории, не являющейся местом постоянного проживания туриста в период от 24 часов до 6 месяцев подряд без извлечения материальной выгоды» [5, 500]. Хотя в данном случае научный туризм не будет отличаться от научных командировок сотрудников. По всей видимости, основными чертами научного туризма должны быть:

— передвижение по определенной местности
— познавательная и/или научная деятельность;
— открытие новых фактов в результате обсуждения увиденного и др.

Таким образом, научный туризм может сопровождаться чертами, характерными и для познавательно-культурного туризма, поэтому в определяющим является научно-исследовательская деятельность. Обобщая данные научных исследований в области туризма, можно научный туризм разделить на три направления:
1. Ознакомительный научный туризм: туристам демонстрируются природные и антропогенные объекты и образцы и даются квалифицированные пояснения по

ним и проблемам, с ними связанным.
2. Вспомогательное участие: туристы принимают участие в научных и сопутствующих работах в качестве вспомогательного персонала (участие в реставрационных работах, работах в заповедниках по сохранению редких животных,полевых научныхисследованиях).
3. Самостоятельные исследования туристов в сотрудничестве с научным персоналом[2].
4. Участие в научных конгрессах, симпозиумах,конференциях.
Какие необходимы условия для осуществления научного туризма филологической направленности?
– интересная история края в отношении литературы, культуры, истории людей и науки в целом.
– наличие артефактов, свидетельствующих об этой истории;
– специалисты, которые могли бы дать профессиональную оценку и комментарий наблюдаемым артефактам;
– необходимая инфраструктура и материальная база для осуществления этого вида туризма.
Дополнительно могут быть привлекательными для участников научных маршрутов такие факторы, как разнообразные ландшафтные и биосферные заповедные зоны, центры национальных народных промыслов, вкусная и доступная еда и т.п. Необходимо подчеркнуть, что все названные условия имеются в нашей стране. В октябре 2020 года наш портал и электронный журнал «Иностранные языки в Узбекистане» планирует провести международную конференцию, посвященную деятельности Е.Д. Поливанова. Хотелось бы до начала конференции организовать виртуальный музей Поливанова, а после конференции – провести научную поездку с участниками конференции по местам работы ученого.
Расскажу немного об этом ученом. Евгений Дмитриевич Поливанов – это ученый-лингвист, ученый с мировым именем, основоположник многих научных направлений в области языкознания и методики преподавания языков. Он внес важный вклад в изучение японских диалектов, написал учебник японского языка, предложил транскрипцию японского языка, которая используется и в настоящее время. Е.Д. Поливанов в соавторстве написал учебник китайского языка. Но что наиболее ценно для нас – он описал многие диалекты узбекского языка, составил учебники узбекского языка, словари. Он принял непосредственное участие в языковом строительстве и разработал латинизированные алфавиты некоторых тюркских языков, в т.ч. и узбекского. Он работал в качестве профессора в Самарканде и в Ташкенте. В архивах названных городов имеются интересные материалы, рассказывающие о деятельности этого ученого в Узбекистане. Другая интересная для филологов фигура – Юрий Николаевич Завадовский (1909–1979), востоковед, исследователь диалектов арабского языка. Волею судеб он оказался в Узбекистане. С 1951 по 1960 г. Ю.Н. Завадовский работал в Ташкенте, в Институте востоковедения, где опубликовал

множество трудов по творческому наследию Ибн-Сины, Бируни и Аль-Фараби. Жизнь этого известного ученого, как и Е.Д. Поливанова, не только интересна научными открытиями, но и внешними событиями, которые показывают мощь человеческого духа и разума.

Другими примерами научного туризма в Узбекистан могут быть поездки, связанные с изучением узбекского языка. Причем, можно организовать проживание обучающихся в семьях, где можно будет не только практиковаться в изучении языка, но и изучать традиции узбекского народа.

В нашей стране есть множество замечательных литературных музеев, например, Дом-музей Ойбека, С. Бородина, С. Есенина и многих других писателей и поэтов с удивительно интересными экспонатами, музей восточных рукописей и многое другое, что может привлечь ученых разных стран для совершения научного туризма в Узбекистан.

Использованная литература

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2008. 117 с.
2. Голубев С. Научный туризм// https://ntour.ucoz.ru/news/2009-01- 31-11 (дата обращения 1.06.2020)
3. Павлов В. П. Научный туризм: накопленный опыт и перспективы развития// http://www.intacadem.ru/statji/nauchnyy-turizm-nakoplennyy-opyt- i-perspektivy-razvitiya.html (дата обращения 25.05.2020)
4. Субботин Н.В. Русский Бермудский треугольник. *Глава Научный туризм*// https://document.wikireading.ru/36391 (дата обращения 28.05.2020)
5. Холодилина Ю.Е. Теоретические аспекты развития научного туризма в регионе// Вестник ОГУ, № 13 (132), декабрь, 2011, С. 500–506.

TARJIMONNING KOMMUNIKATIV KOMPETENSIYASI

Sayfullayev A.I.
(PhD, ToshDO'TAU)

Ushbu maqolaning maqsadi tarjimonning kommunikativ mahoratini o'rganish bo'lganligi sababli, kompetensiya tarkibiga kiruvchi bir qancha qismlarning qisqacha ma'lumotlarini taqdim etishga qaratilgan. Shuningdek, maqolada har bir kompetensiya qismlarini batafsil muhokama qilinib, misollar bilan yoritiladi.

Kalit so'zlar: kommunikatsiya, kompetensiya, lingvistik, sotsiolingvistik, pragmatik, diskursiv.

Ingliz tili darslariga sodda ixtisoslashgan matnlarni kiritish tarjima sohasini o'rganish uchun muhimdir. Shunda talabalar yoki bo'lajak tarjimonlar nafaqat tilni

o'rganishadi, balki haqiqiy matn turlaridan tashkil topgan uning og'zaki va yozma ifodalariga ham duch kelishadi. Fikrimcha, ushbu chet tilni tarjimaga qo'llashning eng maqbul usuli - boshlang'ich davrdan boshlab ingliz tilini o'rgatish va talabalarga o'z kelajaklariga ko'ra sohaviy tarjimon mutaxassisi sifatida o'qitish uchun bir qator matn turlaridan foydalanish (ixtisoslashgan matnlar) bir tomondan ma'lum darajada ixtisoslikni talab qilsa, ikkinchi tomondan esa diversifikatsiya qilishni talab qiladi. Tarjimonning kommunikativ kompetentsiyasi ikki ishchi tilda samarali muloqot qilish uchun zarur bo'lgan bilim va ko'nikmalarning asosiy tizimi sifatida belgilanadi. Kommunikativ kompetentsiya modellari, yozma va og'zaki tarjimani o'qitish va tarjimonning kommunikativ kompetentsiyasini rivojlantirish uchun qo'yilgan tadqiqotlar va maqsadlarga asoslanib, men ushbu tizim quyidagi vakolatlarga ega bo'lishi kerakligini taklif qilaman.

- *lingvistik kompetensiya;*
- *sotsiolingvistik kompetensiya;*
- *pragmatik kompetensiya;*
- *diskursiv kompetensiya.*

Ammo, *Beebi* aniq ta'kidlaganidek, har xil kompetensiyalar doimiy ravishda pastdan yuqoriga /yuqoridan pastga qarab o'zaro bog'liqdir. Amaliyotda ham tildan foydalanish, ham tilni o'rgatishni mutlaqo ajratib bo'lmaydi. Buning o'rniga har bir o'quv kursida faqat bitta yoki bir nechta kompetentsiyani ta'kidlash mumkin. Masalan, matn ichidagi havolalar nutqning ravonligini ta'minlaydi. Ammo ma'lumot til grammatikasining bir qismi bo'lgan (grammatik kompetentsiya) va shu til tizimiga qarab o'zgaradigan olmoshlar, valentliklar va boshqalardan foydalanishga bog'liq [1, 95].

Shuning uchun kommunikativ kompetentsiya ichidagi vakolatlar alohida ravishda rivojlantirilmaydi. Aksincha, o'zaro bog'liqlik mavjudligi sababli ular bir- biri bilan o'zaro munosabatda bo'ladi, bu esa har qanday kompetentsiyani egallashga yordam beradi. Buni yodda tutgan holda, amaliy sabablarga ko'ra va ushbu tezisning maqsadlari, ushbu vakolatlar nimani anglatishini hisobga olish uchun uning asosiy tarkibiy qismlariga bo'linadi. Har bir kompetensiyaning tarkibiy qismlari quyidagi qismlardatavsiflanadi.

1. Lin gvistik kompetentsiya

Lingvistik kompetentsiya til tizimning grammatika, leksika, talaffuz va ortotipografiyani tartibga soluvchi umumiy qoidalar nuqtai nazaridan bilimlarni o'z ichiga oladi. Grammatikaga morfologiya (nutq va so'z shakllanishi qismlari), sintaksis (paradigmatik va sintagmatik munosabatlar, jumla turi, iboralar va gaplar) kiradi. Ortotipografiya tinish, imlo, bosh harflar, belgilar va hokazolarni tartibga soluvchi qoidalarga taalluqlidir. Ushbu kompetentsiya semantika haqida, aniqrog'i, til leksikasi haqida bilimlarni o'z ichiga oladi, ularni bir xil semantik sohaga tegishli individual so'zlarga va bu so'zlarning leksik-semantik va assotsiativ munosabatlar nuqtai nazaridan qanday bog'liqligi va ma'lum darajada qat'iylik va iboraviylikni ko'rsatadigan so'z birikmalari, ya'ni frazeologiyalar (masalan, iboralar, formulalar, qo'shma va iboraviy fe'llar). Va nihoyat, ushbu kompetensiya

fonetika va fonologiya, ayniqsa segmental (masalan, fonemalar, minimal juftliklar va allofonlar) va standart ingliz tilining suprasemental xususiyatlari (masalan: urg'u, ritm va intonatsiya) haqidagi bilimlarni o'z ichiga oladi.

Ushbu kompetentsiya alohida ahamiyatga ega, chunki u boshqa kompetentsiyalarni rivojlantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Avvalambor, tarjimonlar grammatikani mukammal o'zlashtirishi, so'z birikmalarining keng doirasiga ega bo'lishi va ingliz fonologiyasi bilan ilg'or darajada tanishishi kerak (ayniqsa, yozma tarjimonlardan farqli o'laroq, og'zaki tarjimonlar). Keyin esa ular tilning ushbu jihatlari kontekstga yoki boshqa ijtimoiy mezonlarga qarab farq qilishi mumkinligini o'rganishga kirishishlari mumkin [1,95].

1. Sotsiolingvistik kompetentsiya

Sotsiolingvistik kompetentsiya deganda men tilni turli xil ijtimoiy kontekstlarda uni to'g'ri tushunish va ishlab chiqarish uchun bilishni nazarda tutaman. Binobarin, til o'zgaruvchanligining turli jihatlariga, ya'ni diatopik o'zgaruvchanlikka (geografiyaga asoslangan), diastratik o’zgarishga (ijtimoiy sinfga, jinsga va boshqalarga asoslanib) va diafazik o'zgarishga (kontekst bo'yicha, turli xil uslublarga olib keladigan) alohida e'tibor qaratish lozim. Bu turlar orasidagi fonologik, leksik va grammatik tafovutlar so'zlovchi, ham tinglovchi uchun aloqaning ta'sirini bilishni anglatadi. Bundan tashqari, ushbu kompetentsiya xushmuomalalik, proksemika, noverbal til va boshqalarni o'z ichiga olishi kerak va ushbu jihatlar tilga yoki leksik xilma-xillikka qarab farq qilishi mumkin.

Ushbu kompetentsiya juda muhim, chunki biz ma'lum bir kontekstda muayyan auditoriya uchun tarjimalar qilinishi kerakligini yodda tutishimiz kerak. Shuning uchun til har xil grammatik va leksik tanlovlarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan muayyan vaziyatga moslashtirilishi kerak. Bundan tashqari, ba'zida fonologiya, ayniqsa audiovizual tarjimada ham ahamiyatli bo'lishi mumkin. Shu ma'noda yozma va og'zaki tarjimonlar uchun fonetika va fonologiya bo'yicha mutaxassis bo'lish shart emas, balki fonologik tizimni umumiy bilish va turli urg'ular va ularning jamiyatdagi ta'siri bilan tanishish kifoyadir.

2. Pragmatik kompetensiya

Pragmatik kompetentsiyaga kelsak, menimcha, tarjimonlikni o'rganayotgan talabalar shunchaki til tizimini bilishdan nariga o'tib, tilning haqiqiy kontekstda qanday ko'rinishi va til foydalanuvchilari o'zlarining ma'nolarini yetkazishda tildan qanday foydalanishlarini batafsil o'rganishlari kerak. Shu maqsadda talabalar nutq aloqalari va til funksiyalarini aniq o'zlashtirib olishlari kerak, shu bilan birga ularning murakkabliklari, hamkorlik tamoyillari va tilning istehzo, hazil, metafora va metonimiya kabi maxsus qo'llanmalari bilan tanishishlari kerak [2. 47].

Bu kompetensiya, shuningdek, haqiqiy tildan foydalanish deganni o'z ichiga oladi, ya'ni ona tibia so'zlashadiganlar tilidan foydalanishni anglatadi. Til tomonidan taklif etilgan barcha lingvistik manbalar orasida biz tez-tez ishlatiladigan va shu tariqa eng keng tarqalganini tanlaymiz. Biz amalda haqiqiy til bilan shug'ullanayotganimiz sababli, biz o'quvchilarimizga nafaqat grammatika tomonidan taklif qilingan tilning yozma shakllarini (ya'ni gaplarning grammatik jihatdan to'g'riligini), balki ma'ruzachilarning tilni qanday ishlatishini va ularning

eng keng tarqalgan so'zlari va iboralarini nimalardan iboratligini o'rgatmoqchimiz. Oxir oqibat, tarjima xabarni manba tilida sodda va tabiiy ko'rinadigan qilib boshqa tilga yetkazishdir. Ushbu haqiqiy tildan foydalanish ikkala yo'nalishda ham muhimdir (to'g'ridan-to'g'ri va teskari tarjima), chunki bu nafaqat tarjimaning tabiiyroq va maqsadli bo'lib, balki o'quvchi matnni tushunishini ta'minlaydi. Ushbu kompetentsiya juda muhimdir, chunki tarjimonlar til shakli va funktsiyasini, kommunikativ voqea va ishtirokchilarning o'zaro ta'siriga qarab shakl va ma'no qanday farq qilishi va ma'noni turli vositalar orqali qanday yetkazish mumkinligiga bog'liq. Chunki talabalar har doim ham ma'noni bir xil tarzda yetkazishlari shart emas. Ehtimol, ushbu kompetentsiya sotsiolingvistik kompetentsiya bilan chambarchas bog'liqdir, chunki kontekst ijtimoiy munosabatlarda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

3. Diskursiv kompetensiya

Tegishli kommunikativ kompetensiya shuningdek, turli janrlar va matn turlari bo'yicha joylashtirilgan diskursiv qurollarning mahoratini anglatuvchi diskursiv kompetensiyani ham rivojlantirishi kerak, bu esa ushbu kompetentsiyani tarjima uchun ayniqsa dolzarb qiladi, chunki so'nggi paytlarda matn eng maqbul tarjima birligi sifatida tan olingan. Ushbu kompetensiya turli xil matn turlari va janrlari, diskurs markerlari va matnlilikning yettita standartlari, ya'ni uyg'unlik, moslik, maqsadlilik, maqbullik, ma'lumotlilik, holat va intertekstuallikni o'z ichiga oladi [3.123]. Bu yerda ba'zi bir mualliflar "diskursiya" va "matn" so'zlarini bir-birining o'rnida ishlatgan, boshqalari esa ularni qat'iy farqlagan. Bu esa terminologik chalkashlikka olib kelgan.

Garchi ba'zi tilshunoslar diskursdan foydalanmaslikka harakat qilishlariga qaramasdan, ushbu atama og'zaki hamda yozma shakl doirasi ishlatilayotgan tilning barcha holatlari uchun matn deb yuritilgan. Men duskurs muayyan kontekstga va kommunikativ funksiyaga ega bo'lgan tilning (yozma yoki og'zaki) tabiiy ravishda paydo bo'lishi uchun kengroq tushuncha deb hisoblayman. Shunga ko'ra, men matnli kompetensiya o'rniga diskursiv kompetensiya atamasini ishlatgan bo'lar edim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Beeby, A. (1996a). La traducción inversa. In A. Hurtado (Ed.), La enseñanza de la traducción. Castelló de la Plana, Spain: Universitat Jaume
2. Mackenzie, R. (1998). The place of Language Teaching in a Quality-Oriented Translators' Training Programme. In K. Malmkjaer (Eds.), Translation and Language Teaching. Manchester, UK: St. Jerome
3. Delisle, J. (1980). L'analyse du discours comme méthode de traduction: Initiation à la traduction française de textes pragmatiques anglais, théorie et pratique. Ottawa, CA: University of Ottawa Press

КУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ В СВЕТЕ КОГНИТИВНОЙ И ДИСКУРСИВНОЙ ПРОПОЗИЦИИ: НАЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ, МЫШЛЕНИЕ И КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА

Нозлия Нормуродова Зариловна
К.ф.н., доцент Ташкентский государственный университет узбекского языка и литературы им.А.Навои
nozliyanormurodova1@gmail.com normurodovanozliya@navoiy-uni.uz

С позиции антропоцентризма культурный концепт рассматривается как когнитивно-пропозициональная структура, компонентами которой являются субъект, объект, предикат и атрибут. Основными свойствами когнитивно-пропозициональной структуры концепта являются его антропоцентричность, динамичность и открытость в художественном дискурсе. В художественном дискурсе антропоцентричность концептов проявляется в их соотнесенности к ДЛ автора и персонажа. Динамичность концептов определяется системой предикатов, которые по мере развития сюжетной линии повествования подвергаются различным изменениям и преобразованиям. Открытость концептов проявляется в возможности расширения и обогащения их концептуального пространство за счет включения новых концептуальных смыслов.
Ключевые слова: *культурный концепт, пропозиция, модальность, концептуальные, субъект, объект, предикат, атрибут.*

В настоящей статье в аспекте антропоцентрических положений мы рассмотрим когнитивно-пропозициональную структуру концептов «Greatness» и «Dream» на материале текста произведения Ф.Фицджеральда «Great Gatsby». Рассмотрение в тесной взаимосвязи этих двух концептов в американской культуре обусловлено особенностями, в которой эти концепты являются взаимообусловленными и входят в единую концептосферу. Концепты «Greatness» и «Dream» по сути своей являются антропоцентричными, так как отражают общие свойства человеческой природы. Более того, они этноцентричны, то есть, ориентированы на американскую культуру. Заглавие произведения “The Great Gatsby” ассоциируется с многочисленными знаковыми американскими реалиями: Great Seal of the United States (герб США); Great Awakening («Великое пробуждение», религиозное движение XVIII в.); the Great Society (Великое общество, США); the Great Land (Великая Земля, Аляска); the Great Central State (Великий Центральный штат, Северная Дакота); the Great Lakes region (район Великих озер) и др. Это свидетельствует о том, что концепт коррелируя с вышеназванными выражениями, обозначающими реалии

американской жизни, является по своей сути интертекстуальным и передает определенные структуры знания национально-культурного характера.
Что касается концепта Dream, то в широко известном сочетании “American Dream”, он представляет этноспецифическую лингвокультурему, отражающую культурные ценности американского народа. Подтверждением этому могут служить следующее высказывание (*….but there has been also the American dream, that dream of a land in which life should be better and richer and fuller for every man, with opportunity for each according to his ability or achievement* - James Truslow Adams “*Epic of America*”). Интересно отметить, что по мотивам произведения J.Adams снят художественный фильм, а также мультипликационный фильм под названием “American Dream”. Этот факт еще раз подчеркивает этнокультурную специфику данного концепта.
Анализ всех контекстов, обнаруживающих индивидуальные авторские представления о «Greatness» и «Dream», позволяет их обобщить и представить в виде когнитивно-пропозициональной структуры концепта. В этом плане, лингвоконцепт рассматривается как когнитивно-пропозициональная структура, компонентами которой являются субъект, объект, предикат и атрибут, что позволяет анализировать его в сложном комплексе и взаимодействии пропозициональных и атрибутивных характеристик. Субъект, как правило, представлен человеком. Объект выражен в отношениях: “человек-человек”, “человек – общество”, “человек – природа”, “человек – предметный мир”. Предикат обозначает действия, поступки, поведение человека. Атрибут – это эксплицитные и имплицитные концептуальные признаки, приписываемые субъекту, объекту и предикату. Отличительной особенностью атрибута как компонента когнитивно-пропозициональной структуры, является, как подтверждает наш материал, его включенность в состав субъекта, объекта и предиката. Другими словами атрибут может быть использован как самостоятельный компонент структуры концепта, так и в составе других компонентов когнитивно-пропозициональной структуры концепта. Что касается объекта, его отличительной особенностью является двусторонняя направленность в пропозициях “человек-человек”, “человек-общество”. Это означает, что объект представлен двусторонними отношениями человека к человеку, человека к обществу, и общества к человеку. Следует отметить, что в художественном дискурсе может быть представлена совокупность целого ряда концептов – универсальных, национально-культурных, а также собственно индивидуально-авторских. В тексте романа Ф. Фитцджеральда «Great Gatsby» концепт «Greatness», прежде всего, является национально-культурным, и в плане освоения идейно-эстетической, смысловой информации художественного произведения имеет первостепенное значение. Художественный текст занимает особое место в системе речевых реализаций концепта, так как является выражением индивидуально-авторской позиции, задающей смысловую направленность художественного произведения [2.3].

Факт включения лексемы “Great Gatsby” в название произведения служит первым сигналом ее особой когнитивно-концептуальной значимости, а, главное, предстает в качестве отправной точки в процессе последующей обработки информативного содержания всего текста. Итак, как видим, в соответствии с определенными индивидуально-авторскими установками когнитивного характера концепт «Greatness» актуализирован посредством его презентации в сильной позиции, текста, т. е. в его заглавии, что в итоге выражает целый комплекс ведущих признаков – эмоциональность, эмфатическая акцентированность, модальность, и оценочность. Следует также отметить, рекуррентное использование лексемы great в пространстве всего текста, что также способствует ее акцентированности и усилению передаваемых этой лексемой значений эмотивности, оценочности и модальности. Все сказанное свидетельствует о значимости данного концепта в передаче авторской интенции, направленной на выражение наиболее важных для американской культуры ценностей. Одновременно подчеркивается роль культурных концептов используемых в ХД в выражении эстетико-концептуальной информации всего произведения. Как уже отмечалось, концепт *Greatness* относится к этноспецифическим концептам американской культуры, так как выражает стремление американского народа к богатству и величию. И в этом плане формируется особая модель поведения и поступков. Образ Гетсби представляется идеалом, достойным подражания, что свидетельствует об обобщенно знаковым характере данного персонажа. Рассмотрим когнитивно-пропозициональную структуру вышеуказанных концептов в художественном дискурсе. Позиция субъекта отводится главному герою Джею Гэтсби, обозначение которого в тексте произведения представлена разными номинациями (*Great Gatsby, honorable Gatsby, weather man, ecstatic patron of recurrent light, regular tough, proprietor, Mr. None from Nowhere*).

Как явствует из примеров, субъект концепта представлен различными номинациями, выраженный перифразом, который не только номинирует субъект, но и одновременно характеризует его. Другими словами, в состав субъекта включается и атрибут (*Great Gatsby, honorable Gatsby, weather man,*), выраженный как положительными (*great, honourable, ecstatic patron of recurrent light*) так и отрицательными (*regular tough, weather man, scorn, Mr. None from Nowhere*) характеристиками. Особенно следует отметить, использование различных стилистически маркированных единиц и интенсификаторов. В лингвистике под интенсификаторами понимается мера экспрессивности, ее степень, все слова со значением усиления и ослабления или даже оценки степени и качества [1,14]. Так, например, в тексте произведения в силу своего акцентированного использования отчетливо выявляется **интенсификатор, создаваемый редупликацией –** the great of greatest:

«…he, too, seemed to come out of the great of greatest, ruddy, strong, with a certain crude, passionate quiescence and a hawthorn robustness…» [4,142].

В целом, следует учесть, что при выявлении концептуальных признаков концепта «Greatness» все эпитеты как составная часть системы атрибутов выражают авторскую модальность, эмоциональное оценочное отношение автора к субъекту когнитивно-пропозициональной структуры, т.е. основному персонажу произведения. В ряду перечисленных признаков особое место занимает редупликация представленная в выражении *great of greatest*, что также усиливает эффект эмоциональной оценки.

Позиция предиката концепта Greatness заполняется глагольными словосочетаниями, которые по мере развития сюжетной линии приобретают новые концептуальные смыслы, характеризующие поведение персонажа с одной стороны и эмоциональное оценочное автора - с другой. В этом плане система предикатов, представленных в тексте, можно разделить на три содержательные части. В первой части концепта представлены предикаты, выражающие стремление Гэтсби к достижению успеха и богатства во имя его любви к Дэзи. Это подтверждается следующими примерами:

*He **had thrown himself into it with a creative passion,** adding to it all the time, decking it out with every bright feather that drifted his way. No amount of fire or freshness can **challenge** what a man will store up in his ghostly heart.*

*Gatsby **was overwhelmingly aware** of the youth and mystery that wealth imprisons and preserves, of the freshness of many clothes, and of Daisy, **gleaming like silver, safe and proud above the hot struggles of the poor**. **He stood for the difficulties.***

*He **did extraordinarily well** in the war. **He was a captain** before he went to the front, and following the Argonne battles he **got his majority and the command of the divisional machine-guns.** She didn't see why he couldn't come! She was feeling the pressure of the world outside, and she wanted to see him and feel his presence beside her and be reassured that she was doing the right thing after all!*

*….. He went out to the open vestibule and sat down on a folding-chair, and the station slid away and the backs of unfamiliar buildings moved by….**His dream made him strive in his life [4, 145]**.*

В этих примерах отчетливо прослеживается мысль о том, что Гэтсби ценой больших усилий стремится добиться своей цели стать богатым и тем самым завоевать сердце своей возлюбленной. Смысл величия, по его мнению заключается, прежде всего, в материальном благополучии. Используемая в данных фрагментах конвергенция стилистических средств, включающая метафоры (*thrown himself into it with a creative passion, adding to it all the time, decking it out with every bright feather that drifted his way, dream made him strive in his life, frantically);* восклицательные предложения (*She didn't see why he couldn't come! She was feeling the pressure of the world outside, and she wanted to see him and feel his presence beside her and be reassured that she was doing the right thing after all!*), эпитеты (*pale magic of her face; bright feather)* способствуют наглядно-образному воспроизведению и изображению образа Гэтсби, стремящегося быть частью аристократического общества. Дискурсивная личность автора в данных примерах проявляется, прежде

всего, в его оценочных суждениях о поступках Гэтсби, его стойкости и целеустремленности.

Во второй части система предикатов выражает “величие Гэтсби”, которое проявляется в роскоши его дома, автомобилей, одежды, а также торжественных приемов, что, по мнению Гэтсби, являлось доказательством успеха и “величия”, так как его идеалы жизни с детства были навязаны буржуазным обществом. Рассмотрим примеры, иллюстрирующие вышесказанное:

*"I **made the pleasure of his** acquaintance just after the war. But I knew I had discovered a man of fine breeding after I talked with him an hour. I said to myself: There's the kind of man you'd like to take home and introduce to your mother and sister, he **did his fortune** by his hard work.'"*

*“He **achieved he wanted** – he had power, richness, and wealth”.*

*Or, rather, as I didn’t know Mr. Gatsby, it was a mansion **inhabited** by a gentleman of that name, who **did himself by his own strength**.*

*It was **a yellow car in its monstrous length with triumphant hat-boxes and supper-boxes and tool-boxes, and terraced with a labyrinth of wind-shields** that mirrored a dozen suns. Sitting down behind many layers of glass in a sort **of green leather conservatory**, we started to town [4,87].*

Вышеприведённые примеры включают предикаты (*did his fortune, achieved he wanted – he had power, richness, and wealth, did himself by his own strength*) описывающие успешность и богатство Гэтсби. Интересно отметить, что авторская модальность в данных примерах направлено на выражение положительной оценки персонажа, который сумел достичь своей цели и стать богатым путём собственного труда и невероятных усилий (*hard work, by his own strength, fortune*). Таким образом, навязанная буржуазным обществом представление о величии человека, на самом деле не является таковым и, по мнению автора, несет в себе разрушительную для человека силу.

В следующем высказывании содержится прямо противоположная оценка Гэтсби.

*He smiled understandingly – much more than understandingly. It was one of those rare smiles with a quality of **eternal reassurance** in it, that you may come across four or five times in life. It faced-or seemed to face-the whole external world for an instant, and then concentrated on you with an **irresistible prejudice** in your favor. It understood you just as far as you wanted to be understood, believed in you as you **would like to believe in yourself, and assured you that it had precisely the impression of you that, at your best, you hoped to convey.***

***He might have despised himself, for he had certainly taken her under false pretenses.** He had intended, probably, to take what he could and go — but now he found that **he had committed himself to the following of a grail**.*

Авторская модальность, отражающая ценностные воззрения и суждения автора, в данных примерах направлена, прежде всего, на выражение насмешливо-ироничного отношение автора на существующие в высшем

обществе стереотипы о значимости материальных ценностей в достижении успеха в любви (*It understood you just as far as you wanted to be understood, believed in you as you would like to believe in yourself, and assured you that it had precisely the impression of you that, at your best, you hoped to convey).*

Вместе с тем автор выражает свою симпатию к Гэтсби как к человеку, который сумел достичь своей цели и стать богатым путём собственного труда и невероятных усилий (*hard work, by his own strength, fortune*).

В финальной части произведения система предикатов меняется, обозначая крах жизненных позиций персонажа, его разочарования в любви и в жизни, иллюзорность его мечты, которая, в конце концов, привела к его гибели. Следующие примеры подтверждает вышесказанное:

There must have been moments even that afternoon when Daisy ***tumbled short of his dreams****—not through her own fault but because of the colossal vitality of his* ***illusion.*** *It* ***had gone beyond her, beyond everything****.*

It was this night that he told me the strange story of his youth with Dan Cody-told it to me because "Jay Gatsby" ***had broken up like glass against Tom's hard malice****, and the long secret extravaganza was played out.*

When they met again, two days later, it was Gatsby who was breathless, who was, somehow, ***betrayed.***

His life had been ***confused and disordered*** *since then, but if he could once return to a certain starting place and go over it all slowly, he could find out what that thing was…. …*

He ***broke off*** *and began to walk up and down a desolate path of fruit rinds and discarded favors and crushed flowers.*

Possibly it had occurred to him that the colossal significance of that light had now ***vanished*** *forever. Compared to the great distance that had separated him from Daisy it had seemed very near to her, almost touching her. It had seemed as close as a star to the moon. Now it was again a green light on a dock. His count of enchanted objects* ***had diminished*** *by one.*

I have an idea that Gatsby himself didn't believe it would come, and perhaps he no longer cared. If that was true he must have felt that ***he had lost the old warm world, paid a high price for living too long with a single dream [4, 156]****.*

В данныхпримерах использованы предикаты отрицательной оценки (*confused, disordered, broke off, had gone beyond her, had thrown, vanished, diminished, he had lost the old warm world, paid a high price for living too long with a single dream*), которые отражают динамику развития событий, приведшие Гэтсби в конечном итоге к духовному краху и физической гибели. Вышеприведённые примеры свидетельствуют о концептуальной значимости предикатов в составе когнитивно пропозициональной структуры концепта Greatness, характеризуемого антропоцентричностью, а также влиянием различных национально-культурных стереотипов, репрезентируемых в сфере языковых представлений о величии человека с одной стороны и разрушения этих стереотипов, представленная в индивидуально авторском восприятии данного концепта.

Таким образом, процесс декодирования информации, адекватная интерпретация объекта пропозиции способствует выявлению с одной стороны, авторской модальности и интенциональности, проявляющиеся в отрицательной оценке буржуазного общества и иллюзорности американской мечты, а с другой, смысловых, мыслительных, психологических характеристик персонажа, способствующих раскрытию концептуальной информации всего произведения.

При рассмотрении концепта Dream мы ограничиваемся анализом его атрибутивных характеристик, которые на наш взгляд, представляют наиболее значимые концептуальные смыслы данного концепта. Атрибутивные параметры позволяют отчетливее выявить специфику индивидуального авторского представления об американской мечте: *well-forgotten dreams; his incorruptible dream; a single dream; dreams like air ; the last and greatest of all human dreams, the dead dream ;*

Из примеров видно, что МЕЧТА в представлении автора и персонажа абсолютизируется как единственная, непорочная, необходимая как воздух, величайшая из всех свойств, присущих человеку. Вместе с тем в семантике данного концепта наблюдается прямо противоположные смыслы, выраженные словосочетанием dead dream, что обусловлено амбивалентностью лексемы Dream, суть которой состоит в трансляции в рамках одного смыслового содержания двух противопоставленных начал.

It [the set of his face] passed, and he began to talk excitedly to Daisy, denying everything, defending his name against accusations that had not been made. But with every word she was drawing further and further into herself, so he gave that up, and only ***the dead dream*** *fought on as the afternoon slipped away, trying to touch what was no longer tangible, struggling unhappily, undespairingly, towards that lost voice across the room.*

Эмоционально-оценочные компоненты значения представлены в размышлениях автора о том, что мечты персонажей несбыточные, а потому неосуществимы в современном им обществе, где сама реальность иллюзорна.

A new world, material without being real, where poor ghosts, breathing dreams like air, drifted fortuitously about ... like that ashen, fantastic figure gliding towards him through the amorphous trees. –

В приведенном отрывке, характеризуемом насыщенностью стилистических маркированных единиц, использована когнитивная метафора Dream-Illusion, выраженная следующими языковыми единицами - существительными (*a dream; ghosts, dreams like air*) прилагательными (*a grotesque thing; material without being real, fantastic figure; the amorphous trees*). Эти лексические единицы создают образ окружающего мира как фантастического пространства, населенного призраками, а мечты оказываются пустыми как воздух. Напомним, что основным свойством когнитивной метафоры в художественном дискурсе является ее соотнесенность с концептуальным содержанием всего произведения. В данном случае когнитивная метафора *Dream – Illusion* выражает основную идею произведения, которая

заключается в следующем: мечта о величии, о материальном благосостоянии является на самом деле бесполезной, ничтожной, беспочвенной и иллюзорной.

Таким образом, проделанный концептульный анализ атрибутивных компонентов позволяет сделать вывод о том, что концепт DREAM является индивидуально-авторским концептом и, на наш взгляд, определяет сверхконцепт всего произведения. В американской лингвокультуре концепт DREAM ассоциируется с богатством, процветанием и счастливой благополучной жизнью, но для автора эта идея представляется ошибочной, иллюзорной и порочной. Как показал лингвистический материал, концептуальный анализ художественного дискурса предполагает выявление и реконструирование его концептосферы, т.е. индивидуально-авторской художественной картины мира, воплощенной в произведении. В результате такого анализа создается своеобразная модель текста в виде концептосферы, в центре которой находится базовый концепт или концепты, выделенные языковым сознанием дискурсивной личности автора. Выбор концепта в качестве единицы исследования, обусловлен его лингвоментальной природой, поскольку для создания адекватного анализа необходимо решить проблемы понимания и интерпретации, что становится возможным при попытке моделирования языкового сознания дискурсивной личности автора.

Таким образом, исходя из конкретных примеров актуализации концепта в художественном дискурсе, с целью выявления его когнитивно-стилистического потенциала важно учитывать следующие ключевые особенности:

- концепты помимо признаков, зафиксированных в лексикографических источниках, получают дополнительные концептуальные смысли, являющиеся центральными в когнитивно- пропозициональной структуре данных концептов.
- когнитивно-пропозициональная структура концептов Greatness, Dream включает следующие позиции: позиция субъекта, позиция объекта, позиция предиката и атрибутивные характеристики. Эта когнитивно - пропозициональная структура составляет ядро концепта, которые в процессе развертывания сюжетной линии повествования дополняется и обогащается новыми концептуальными признаками и смыслами, что свидетельствуют о дискурсивном характере концепта, проявляемом в его открытости и динамичности.

Список использованной литературы

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Яз. рус. культуры, 1999. – 895 с.

2. Ашурова Д.У. Развитие когнитивной лингвистики в Узбекистане//Хорижий филология: тил, адабиёт, таълим. – С., 2016 -№3,54-58 с.

3. Джусупов Н.М. Когнитивная стилистика: теория и практика стратегии выдвижения в художественном тексте. Ташкент, 2019 – 464 с.
F. Scott Fitzgerald. Great Gatsby. - Scribner ISBN : 0743273567, 2000, . – 194 p.

THE PECULIARITIES OF TRANSLATION IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

Abdiyev Akmal Urakbayevich
Alisher Navai' university of uzbek language and literature
aabdiyev@navoiy-uni.uz

The article reveals the importance of studying the peculiarities of translation in intercultural communication. In addition to the language used in translation studies, it is important to pay attention to the influence of the culture of that language on the translation.
Keywords*: communication, intercultural, translation, interpretation, influence, tradition, component.*

Communication in any society has always been of great importance. Since ancient times it was carried out in a variety of ways: in the form of drawings on the walls of caves, with using the signals of drumming and smoke through messages via pigeon mail. Later letters and a phone appeared. At the present stage, the main way of communication is the internet.
First, let's clarify what is the meaning of intercultural communication. Intercultural communication is a principle that studies communication through varied cultures and social groups, or how culture influences communication. It also includes understanding the different cultures, languages and traditions of people from different countries. Therefore, now we talk about translation in communication. Translation is the way of communicating with the help one language into target language. Translation regards to verbal information, whereas interpretation refers to spoken information. Humans have used translation for centuries, starting after the appearance of written literature. When it comes to intercultural communication, then a lot more problems arise because communication takes place between people with different cultural backgrounds. Each participant in the conversation can interpret the speech of someone from different background according to his or her cultural customs and expectations. If the difference between cultural the customs of those who communicate is significant, then probably the misinterpretation of thoughts and their misunderstanding, which can even disrupt communication. Intercultural communication is the subject of a study of science, which examines how people with different cultural backgrounds communicate and how they behave in such communication.

What are the issues in intercultural communication?

Since every culture has its own aspects, intercultural communication could be the case of conflict and disorder. There are three important problems, which are at the base of the issues of intercultural miscommunication: language as a barrier, cultural diversity and ethnocentrism.

What are the benefits of intercultural communication?

Effective intercultural communication produces advantages such as employee productivity and teamwork. Intercultural communication helps employees from different ethnic backgrounds to communicate effectively. Global inter connectivity has made intercultural communication critical for any organization. When communicating with multilingual people, a certain common language is needed that would help they understand each other. In such cases, translation is a possible way of communicating. The translation process is similar to driving a car, for which a good driver is important in order to move in the right direction. Translator, owning not only both languages, but knowing both cultures, is not only "bilingual", but also "bicultural". An interpreter in his work, like a driver, follows road signs. The translator needs to analyze cultural elements when

In preparation for the transfer, as well as the driver, it is necessary to check the oil level and antifreeze before driving. The term "translation" has many meanings; a unified definition of the concept of "translation" does not exist. A.V. Fedorov considers the translation, first, as "a speech work in his correlation with the original and in connection with the features of two languages and with affiliation material to certain genre categories". The author explains that "to translate means correctly and fully express by means of one language what has already been expressed by means of another language" [5, p. 10].

Y.I. Retsker believes that: "The task of the translator is to convey by means of another language holistically and accurately the content of the original, preserving its stylistic and expressive features. By "integrity" of a translation, it is necessary to understand the unity of form and content on a new language basis. If the criterion for accuracy of translation is identity information communicated in different languages, then integral can only be recognized as a translation that transfers this information by equivalent means. In other words, unlike retelling, translation should not transmit only that which is expressed by the original, but also as it is expressed in it. This requirement applies both to the entire translation of this text as a whole, and to its individual parts ". [2, p. 10]

A.Alekseeva defines the concept of "translation" as "an activity". "It consists in varied re expressing, recoding a text generated in one language into a text in another language. This is carried out by a translator who creatively selects an option depending on the variable resources of the language, type of translation, type of text and under the influence of one's own personality. Translation is also the result of the above activities". [1, p. 7]. Translation is not only a linguistic act, but also a cultural one, an act of communication on border of cultures. The translation process always has two aspects - language and culture, since they are inseparable. Language and culture are interconnected: language not only expresses

cultural reality, but also gives it form. The meaning of the translation is understandable only if it consistent with the cultural context in which it is used. When translating, knowledge of the characteristics of the cultural systems of partners is a condition the effectiveness of the translation process, since "culture is a collection of meanings, values and norms owned by interacting individuals, and the totality of carriers that objectify and disclose these values "[3, p. 218]. In the process of translation as intercultural communication, this is summation of knowledge, values and norms are achieved through social regulation of translation activities. Which is carried out, firstly, from non-speech activity, in the structure of which flows through speech communication, and, secondly, from the side of social conditions "arising from the interaction of" socially organized individuals, i.e. speech activity is controlled by the so-called ethical rules governing the social interaction of individuals [4, p. 8].

In order for the partners to understand adequately each other, as well as the content of the source text and its interpretation, it is not enough to know only the norms of the second language, it is necessary to have a joint sociocultural experience. Components of sociocultural experiences are rules of behavior, norms, and stereotypes. Translation is the process of replacing text in one language with text in another language. Text is not a simple set of elements: words and sentences that we use in communication process can have different meanings, if you change their combination. Therefore, it is necessary to translate the text as a whole, and not in separate sentences and words. When translating a communicative text, it is necessary to preserve its cultural features. To achieve the adequacy of the translation, the linguist must know the purpose of communication and the target audience. Text translation can only be done approximately. The more similar the systems and cultures of the two languages, the more productive the translation will be in intercultural communication. From the foregoing, it follows that in modern conditions for successful implementation translator of his intermediary functions to him, in addition to the actual linguistic knowledge and corresponding professional skills, knowledge of the elements of the "cultural thesaurus" of both linguistic communities in contact in the act of communication is required. The most difficult problem for a translator is the assimilation of culture, since a person who grew up in a different environment, simply could not acquire elementary cultural–behavioral stereotypes. To achieve this, it is necessary to provide mastery of two interconnected complexes of knowledge and skills, which can conditionally be designated as behavioral-procedural and material-substantive. First of all, the norms adopted in a foreign language culture communicative behavior - the specifics of establishing and maintaining visually voice contact, facial expressions, gestures, poses, voice modulations, etc. Important a place in this complex is occupied by the tactics of dialogue - admissibility of replicas and objections during the interlocutor's speech, as well as ways of non-verbal expression of attention, consent, doubt and more. The stereotypes of general communicative purpose - greetings, addresses, question-answer, act as a link between both complexes models, standardized ways of expressing "conditional"

emotions (eg, satisfaction, joy, regret, disappointment, surprise), as well as design tools requests, orders, submissions, refusals and other options for pragmatic impact. The main content of the second complex is knowledge regarding specific objects, phenomena and processes characteristic of the lifestyle and intellectual arsenal of speakers of the language being studied, and this knowledge involves not only assimilation of the semantics of the corresponding units, but also the connotations associated with them, their "Conceptual core". In other words, here we should talk about linguistic and geographical realities in the broadest sense - everyday, historical, folklore–literary, socio-political, religious-ethical, not excluding, of course, natural-geographical.

In conclusion, I would like to add that the translator must not only translate sentences, but also know the culture foreign language countries. He will serve as an intermediary for both sides, explaining them the main rules of conduct and customs of the country, as well as the translator should will pick up an equivalent for a linguistic phenomenon that directly reflects a foreign culture. The basis for achieving mutual understanding with intercultural empathy serves as communication - substituting oneself in the place of another person, an attempt to see the world through his eyes. If the translator succeeds, then the translation process can be considered successful.

References

1. Alekseeva, I.S. Introduction into translation / I.S. Alekseeva. –SPb., 2008. – 347 p.
2. Retsker, Y.I. The theory of translation and translation practice / Y.I. Retsker. – M., 2007. –244 p.
3. Sorokin, V.N. Synthesis of speech / V.N. Sorokin. – M.: Science, 1992. – 392 p.
4. Tarasov, E.F. Intercultural communication – new ontology of analysis of language consciousness // Ethno cultural specifications of language consciousness: collection. P. / responsible editor N.V. Ufimtseva. –M.: Foreign language studies PAH, 1996. – 241p.
5. Fyodorov, A.V. The bases of general theory of translation / A.V. Fyodorov. – M., 1983. – 115 p.

O‘ZBEK TILI ELEKTRON KORPUSINING MORFOLOGIK ANNOTATSIYASI

Nilufar Abduraxmonova Zaynobiddin qizi
Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent v.b.

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat
o‘zbek tili va adabiyoti universiteti
anilufar@navoiy-uni.uz

Ushbu maqolada o‘zbek tilining elektron korpusi uchun lingvistik annotatsiyalash masalalaridan biriga bag‘ishlangan. Unga ko‘ra morfologik annotatsiya korpusning muhim elementlaridan bo‘lib, lingvistik analiz qilishda uning ahamiyati katta. Bu borada o‘zbek tilining elektron korpusi morfologik ma’lumotlar bazasi (TAG), morfotaktik qoidalar tizimi (MorphoTac), lug‘at (LEXICON) va grafemalar (Alphabet) kabi tarkiblardan iborat. Korpus yaratishda LOB korpusining ayrim namunalaridan o‘rinli foydalanildi. Shuningdek, morfologik teggerni yaratish texnologiyasi bo‘yicha ham muhim ma’lumotlar berilgan.

Kalit so‘zlar*: korpus, o‘zbek tili, morfologik annotatsiyalash, lingvistik tahlil, kompyuter lingvistikasi*

Kirish

Endilikda korpus lingvistikasi tilshunoslikning ajralmas qismiga aylandi. Negaki kompyuter lingvistikasi, sotsiolingvistika, pedagogika, tarjimashunoslik, diskurs analiz kabi sohalarda korpuslardan unumli foydalanilib, ijobiy natijalarga erishib kelinmoqda.

O‘zbek tilining elektron korpusini yaratishda dunyo miqyosidagi korpuslar taksonomiyasidan foydalaniladi, shu bois ishimizda ularning ilmiy tavsifiy tomonlariga e’tiborimizni qaratmoqchimiz.

Ma’lumki, korpuslar umumiy jihatdan monitor korpuslar va muvozanatlashgan korpuslarga bo‘linadi. Jon Sinkleyer tomonidan fanga kiritilgan “monitor korpus” tushunchasi ostida turli materiallarning tarkibiy qismlarini davriy jihatdan ko‘rsatuvchi korpuslar tushuniladi. Bunga namuna sifatida ingliz tili bankini (the bank of English- BoE) keltirish mumkin. Ushbu korpus 1980-yilda Birmingam universitetida yaratilgan bo‘lib, uning hajmi yarim milliard so‘zdan iborat (bundan 450 mln umumiy ingliz tiliga oid materiallar, 56 mlni esa til pedagogisiga oid materiallar). Zamonaviy Amerika ingliz tili korpusi (The corpus of contemporary American English-COCA) ham huddi shu turdagi korpus hisoblanadi. Monitor korpusdan faqrli ravishda muvozanatlashgan korpuslar ham mavjud. Muvozanatlashgan korpusda matnlar janr va uslub jihatidan o‘zaro muvofiqlashgan bo‘ladi. Istalgan korpusning umumiy funksional imkoniyatlariga qidiruv interfeysi, konkordanslar va so‘zlarning chastotasi kiradi.

Ma’lumki, 1230-yilda lotin vulgat Bibliyasi uchun ilk bor konkordans yaratilgan bo‘lib, tabiiyki, u qo‘l mehnati orqali amalga oshirilgan. Korpus tahlili uchun dasturiy ilovalarining instrumentini yaratish Roberto Busa tomonidan taklif etilib, dastlabki konkordanser (1951) yaratilgan, biroq bu ham inson yordamida amalga oshirilgan [2,37]. Dastlabki konkordanser Birmingam universitetida yaratilgan CLOC korpusi uchun kompyuter orqali yaratilgan (1978, Reed). Endilikda konkordanslarning turli ilovalari amaliyotda qo‘llanilib kelinmoqda:WordSmith,

MonoConc, AntConc, Xaira va h.k. Makkeneri tadqiqot uchun korpusning quyidagi uch ma’lumotdan iborat bo‘lishini ta’kidlaydi [2, 29]: metama’lumot, matnga oid razmetka va lingvistik annotatsiya. Metama’lumot matn haqida ma’lumot beradi. Agar korpus yozma materiallardan iborat bo‘lsa, u holda uning metama’lumoti manbaning muallifi, qachon nashr qilingani va qaysi tilda yozilganligi haqida ma’lumot beradi. Masalan, Amerika milliy korpusi (http://www.anc.org/data/masc/corpus/) (Open American National Corpus (OANC)) 1990-yildan buyon amalda qo‘llanilib kelinmoqda. Uning hajmi 15 mln. so‘zni tashkil qiladi. Korpus quyidagi birliklardan tashkil topgan: DOCUMENT NAME asosiy ma’lumot fayli uchun berilgan nom va barcha annotatsiya qilingan bog‘langan ma'lumotlar. WORD COUNT hujjatlardagi mavjud so‘zlarning miqdori, TYPE matnning yozma yoki og‘zaki shakli, GENRE matnni tasniflash uchun korpusning lug‘atidan olingan ma’lumotlarning janri, SUB-CATEGORY mavjud ma’lumotlarning qo‘shimcha tasnifi, ANNOTATIONS mantiqiy tuzilishi (matnning asosiy qismi, paragrafi, sarlavhasi)dan asosiy to‘plamdan iborat hujjatlar, lists annotations for the document beyond the basic set, which includes logical structure (body, paragraph, headings, etc.); jumlalarning chegaralari, token va so‘z turkumlari, ot va fe'l so‘z turkumini hamda nomlar (shaxs, hudud, sana va tashkilot)ni aniqlovchi annotasiyalar mavjud [3, 57].

Morfologik annotatsiyalash tavsifi

Korpus metama’lumoti korpus matnining o‘zida kodlanishi yoki alohida hujjat va ma’lumotlar bazasida saqlanishi mumkin. Matnga oid razmetka esa faol so‘zlardan iborat matnga doir ma’lumotlarni kodlaydi. Nashr qilingan yozma matnlarda matnga oid razmetka matnning tipik formati uchun qo‘llanilishi mumkin. Transkripsiya qilingan og‘zaki korpuslarda esa ushbu razmetka orqali matnni analiz qilish mumkin. Ushbu meta’malumot matnda ishtirok etayotgan so‘zlovchilarga tegishli ayrim ma’lumotlar (yoshi, jinsi haqida) beradi. Matnga oid razmetka, shuningdek, so‘zlovchining qachon suhbatni boshlab, qachon tugatganligi haqida ma’lumot beradi. Agar korpus lingvistik ma’lumot bilan kodlangan bo‘lsa, u holda ushbu korpus analitik yoki lingvistik annotatsiyalangan hisoblanadi. Har uch holatda ham standart XML tilidan foydalanish mumkin. Buning uchun maxsus belgilar yordamida ochiluvchi va yopiluvchi teglardan foydalaniladi. Masalan, otli birikma qayerda boshlansa (<np>), va tugasa (</np) qo‘yiladi: <np>**Mushtariy**</np><np>**kitob**</np> <vp>**o‘qidi**</vp>. Bu kabi annotatsiyalash uch usulda amalga oshiriladi: to‘liq avtomatik; avtomatik, lekin inson tahriri ostida hamda to‘liq qo‘l mehnati yordamida. Avtomatik tarzda annotatsiyalovchi dasturiy ta’minot tegger deb yuritiladi. Korpusni lingvistik annotatsiyalashda til haqidagi turli ma’lumotlar mashina o‘qiy oladigan formatga keltiriladi.

Endilikda bu kabi teggerlarning namularini internet tizimida qo‘llash mumkin. Penn sintaktik korpuslarning mahsuli sifatida sintaktik analiz uchun yaratilgan Fidditch teggeri, tobelanish analizi uchun uzviy grammatika tizimi, Britaniya

milliy korpusi uchun CLAWS morfologik teggeri, ko‘plab korpuslarga amal qilinadigan USAS semantik teggeri va sistemalar tarkibida yaratilgan lemmatayzer yoki morfologik stemmerlarni shular jumlasidandir [2, 31].
Ixtiyoriy korpusni morfologik jihatdan annotatsiyalash juda muhim sanaladi. Negaki uning yordamida kompyuter lingvistikasida mavjud sintaktik tahlil, mashina tarjimasi, ma’lumotlarni kengaytirish kabi ko‘plab masalalarni hal qilish mumkin.
Dastlabki morfologik (so‘z turkumlari bo‘yicha – Part-of-speech so‘zidan olingan) annotatsiyalash Britaniya milliy korpusida (Lich, 1994) foydalanilgan. Shuningdek, Penn sintaktik korpusi (treebank) (Markus, 1993), Nemis Negra sintaktik korpusi (1997)laridagi teggerlar shular jumlasidan. Morfologik annotatsiya uchun standart teglardan foydalaniladi. Biroq har bir til o‘zining til imkoniyatidan kelib chiqib, ixtiyoriy teglarning to‘plamidan foydalanish mumkin. So‘z turkumlarini teglashning dastlabki shakli Lankaster universitetining tadqiqot markazida (UCREL) 1980-yillarda Jeorey Lich rahbarligida ishlab chiqilgan. Ingliz tili uchun CLAWS (the Constituent Likelihood Automatic Word- tagging System) avtomatik teggeri 1980-yilda ishlab chiqilgan. O‘sha vaqtdagi taggerning imkoniyatlari muayyan darajada o‘zgartirilgan bo‘lsa-da, u hanuz uch bosqichini saqlab qolgan: tahriroldi, avtomatik teglash, natijani tahrirlash. CLAWS yillar davomida turli teglardan foydalangan bo‘sa-da, hozirda uning 132 asosiy tegi mavjud. Brown korpusidagi aksariyat teglar yuqorida nomi qayd qilingan korpus teglari bilan bir xil. Ushbu teggerlash tizimi matnni teglash uchun beshta alohida bosqichni amalga oshiradi [1,33]: 1) tahrir oldi fazasi – ushbu bosqich uchun yarim avtomat, yarmi qo‘l mehnati orqali matnni teglash tizimiga moslashtiriladi; 2) tegni belgilash – matnga kiritilgan har bir so‘z bir yoki bir nechta tegga ega bo‘ladi. Ushbu bosqich so‘zining kontekstdagi holatini emas, ixtiyoriy matnda qo‘llanilshi mumkin bo‘lgan holat uchun tegni aniqlaydi; 3) idiomalarni teglash – ushbu bosqichda muayyan tegga mos keluvchi kontekstdagi so‘zlarningteglari belgilanadi; 4) teglarni aniqlashtirish – ushbu bosqichda kontekstda uchragan so‘z birdan ortiq tegga to‘g‘ri kelib qolganda eng munosib varianti aniqlanadi; 5) tahrirdan so‘ng kompyuterda yo‘l qo‘yilgan ortiqcha ma’lumotlarlarga ishlov beriladi. Korpusni morfologik annotatsiyalashdan tashqari fonetik, semantik, pragmatik, diskurs, uslubiy, leksik kabi turlari ham mavjud. Korpusning nechog‘lik lingvistik jihatdan annotatsiyalanganligi til texnologiyasida matn (til va nutq) bilan bog‘liq boshqa lingvistik instrumentlarni yaratish uchun kerak bo‘ladi. Barcha annotatsiyalarning negizi morfologik baza asosiga yaratiladi.

O‘zbek tili elektron korpusining morfologik annotatsiyasi

Elektron korpusi morfologik jihatdan so‘z turkumlarining morfotaktik holati, lemmasi, grammatik atributlari va nomlarni ifodalovchi birliklardan tarkib topgan. O‘zbek tilining morfologik ma’lumotlar bazasi (TAG), morfotaktik qoidalar tizimi (MorphoTac), lug‘at (LEXICON) va grafemalar (Alphabet) kabi tarkiblardan iborat. O‘zbek tilining morfologik teglari to‘plamiga o‘zbek tilining grammatik kategoriyalarini ifodalovchi 140 ta tegi kiritilgan bo‘lib, LOB korpusi uchun

foydalanilgan ayrim teglar bizning korpus uchun saralab olingan.

№	Teg	Grammatik
1.	**&FO**	Formula
2.	**&FW**	xorijiy so‘z
3.	**ABL**	Yuklama
4.	**ABN**	numerativ so‘zlar
5.	**CC**	teng bog‘lovchi
6.	**CD**	sanoq son
7.	**CS**	ergashtiruvchi bog‘lovchilar
8.	**JJ**	Sifat
9.	**JJR**	qiyosiy daraja
10.	**JJT**	orttirma daraja
11.	**NN**	turdosh ot
12.	**NN$**	Qaratqich kelishigidagi birlikdagi ot
13.	**NNP**	atoqli ot
14.	**NNPS**	ko‘plik sondagi atoqli ot
15.	**NNPS$**	ko‘plik sondagi qaratqich kelishigidagi atoqli ot
16.	**NNS**	ko‘plikdagi ot
17.	**NNU**	o‘lchovni bildiruvchi qisqartma otlar

18.	**NP**	birlikdagi atoqli ot

Korpusning morfologik annotatsiyasi uchun barcha so‘z turkumlarining morfotaktik ma’lumoti jadvalga kiritiladi. Bunda o‘zbek tilining har ikki grafemasi hisobga olingan:

			Possesive	niki	Case	Predicativ	gacha
аллаким	allakim	1	1	1	1	1	1
алланарса	allanarsa	1	0	1	1	1	0
алланеча	allanecha	0	1	1	1	0	0
алланима	allanima	1	1	1	1	1	1
аллақачон	allaqachon	1	0	0	except ning	0	1
аллақанча	allaqancha	0	1	0	1	0	1
аллақандай	allaqanday	1	0	1	0	0	0
аллақайси	allaqaysi	1	1	1	1	1	1
ана	ana	0	0	0	0	1	0
бириси	birisi	0	0	1	1	1	1
бари	bari	0	0	1	1	0	1
бирнима	birnima	1	1	1	1	1	1
бironта	bironta	0	0	1	1	0	0
бирон-бир	biron-bir	0	0	0	0	0	0
бирор	biror	0	0	0	0	0	0
бирорта	birorta	1	1	1	1	0	1
биров	birov	1	1	1	1	1	1
битта-яримта	bitta-yarimta	1	1	1	1	0	1
биз	biz	1	0	1	1	1	1

O‘zbek tilining morfologik annotatsiyasini yaratish uchun chekli avtomat transyuteridan foydalanildi hamda uning avtomatik morfotaktik bazasi yaratildi. Ikkinchi bosqichd morfotaktik ma’lumotlar tahririlanadi. Uchinchi bosqichda yig‘ilgan korpus asosida amalga oshirilgan morfologik analizator tekshiriladi.

shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+DAT+PART:shaharlarinikigami
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+DAT+PART:shaharlarinikigaku
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+DAT+PART:shaharlarinikiga-ya
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+DAT+PART:shaharlarinikiga-chi
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+DAT+PART:shaharlarinikiga-da
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+DAT:shaharlarinikiga
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikinigachami
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikinigachaku
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikinigacha-ya
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikinigacha-chi
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikinigacha-da
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN:shaharlarinikinigacha
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikinimi
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikiniku
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikini-ya
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikini-chi

shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN+PART:shaharlarinikini-da
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ELIPT+GEN:shaharlarinikini
shahar+NOUN+PL+PP3+PSG+ACC:shaharlarining

Ishimizning morfologik bazasida atoqli otlar va iboralar ham alohida (*subdata*) baza sifatida kiritilgan. Bundan tashqari o‘zbek tilidagi ko‘makchi fe’lli so‘z qo‘shilmalari va ushbu fe’llarning har biriga qo‘shilish mumkin bo‘lgan orttirma nisbat qo‘shimchalarining morfotatktik belgilari ma’lumotlar bazasiga kiritilmoqda. Shuningdek, bizning korpusimiz muvozanatlashgan korpus sanalgani bois matnlar kontenti sport, madaniyat, ma’rifat, din, ta’lim, fan, siyosat, qonun va adabiyot kabi turli janrdagi matnlarning umumiy teng proporsiyasidan tashkil topgan.

FOYDALAsNILGAN ADABIYOTLAR:

1. Garside, R. (1987). The CLAWS Word-tagging System. In: R. Garside, G. Leech and G. Sampson (eds), The Computational Analysis of English: A Corpus-based Approach. London: Longman, P. 33.
2. Tony McEnery, Andrew Hardie Corpus linguistics: method, theory and practice, Cambridge. 2012, -P, 29, 31, 37.
3. Абдураҳмонова Н.З. Замонавий корпусларнинг компьютер моделлари // Ўзбекистонда хорижий тиллар. —2020. — № 1(30). — Б. 57.

PARKENT TUMANINING ZIYORAT TURISTIK VA MADANIY-TARIXIYOBYEKTLARI

Abduxalikov Kalmaxan Abdumalik o‘g‘li
Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti
4-bosqich talabasi
kalmaxan_geo@mail.ru

Annotatsiya. Maqolada turizm industriyasi hamda O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish maqsadida amalga oshirilayotgan islohotlar yoritib berilgan. Mualliflar Toshkent viloyati Parkent tumani ziyorat turizmini rivojlantirish imkoniyatlari, muammolar va ularni bartaraf etish yuzasidan o‘z fikr- mulohazalarini bildirib o‘tgan.
Kalit so‘zlar: *turizm, ziyorat turizmi, ziyoratgoh, tarixiy rekratsion, infratuzilma, ma’naviy-madaniy meros, viza Markaziy osiyo.*

Bugungi kunda turizm industriyasi juda ham tez sur’atlarda rivojlanib, sayohat va tarixiy turizm, ziyorat, ekoturizm, ta’lim turizmi, sport, tibbiyot turizmi kabi O‘zbekistonda turizm va rekreatsiyani rivojlantirishning geografik muammolari va imkoniyatlari. yo‘nalishlarda xalqaro turizm bozorida raqobat kundan kunga oshib bormoqda. Hozirgi paytda mamlakatimizda regional turizmni rivojlantirishga e’tibor kuchaytirildi. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 7 fevraldagi “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3514-sonli qarorining qabul qilinishi hamda Viza tizimining isloh etilishi, jumladan, 2019 yildan boshlab 45 davlatga vizasiz tizimning joriy etilishi (elektron viza tizimi hamda ta’lim turizmiga oid “Studentviza”, “Academicviza” viza turlari) O‘zbekistonda turizm industriyasini yanada rivojlanishiga yo‘l ochib berdi[1]. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2017 yilga kelib O‘zbekistonga 2 million 700 ming, 2018 yilda 5 million 300 mingdan ortiq turistlar tashrif buyurgan. Mazkur sohani yanada rivojlantirish maqsadida 2019-2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi ishlab chiqildi. Mazkur konsepsiyaga ko‘ra 2025 yilga kelib xorijlik sayyohlar sonini 9-10 million nafarga oshirish, turli ko‘rgazmalar, tanlovlar o‘tkazish, O‘zbekistonni festivallar mamlakatiga aylantirish, shu tariqa ivent-turizmni rivojlantirish rejalashtirilgan[2].

Toshkent viloyatining tog‘li va tog‘oldi hududlarini o‘z ichiga olgan Parkent tumani tabiiy, tarixiy rekreatsion obyektlarga boyligi, tabiatining takrorlanmasligi va respublika ahamiyatiga ega bo‘lgan infratuzilmalarning shakllantirilganligi bilan ajralib turadi. Bu esa tumanda ziyorat turizmni tashkil qilish va amaliyot bilan bog‘lash imkoniyatlarini yanada kengaytiradi. O‘zbekistonning ulkan turistik hamda rekreatsion salohiyatga ega bo‘lgan hududlaridan biri Parkent tumanidir. Parkent tumani tabiiy sharoitlarining rang- barangligi, ajoyib tog‘ tabiati, musaffo havosi, shifobaxsh ma’danli buloqlari, muqaddas qadamjolari bilan alohida ajralib turadi. Parkent tumani o‘zining dam olish maskanlari bilan ham mashhur. Hozirgi

kunda tumandaa 10 yaqin ziyoratgohlar mavjud bo‘lib, ular orasida Islom qadriyatlari hukmron bo‘lgan O‘rta Osiyo davlatlarining borligi mamlakatimizda ushbu tarmoqni rivojlantirish imkoniyatlari kattaligidan dalolat beradi.

Tumanning dam olish maskanlari bilan ham mashhur. Bu yerda mavsumiy va doimiy dam olish uylari, 10 dan ziyod bolalar yozgi oromgohlari va bir qancha korxonalar chorbog‘lari mavjud. Dam olish uylari yil davomida viloyatlar va xorijdan kelgan 10 mingdan ortiq kishiga xizmat ko‘rsatadi. Mazkur dam olish uylari yil davomida mamlakatimiz va xorijdan kelgan 10000 dan ortiq fuqarolarga hizmat ko‘rsatadi.

Zarkent qishlog‘i Parkent shahridan 12 km janubi-sharqda, Chotqol tog‘ tizmalarining g‘arbiy tog‘oldi mintaqasida joylashgan. Zarkent qishlog‘i “Qo‘rg‘on” maxallsai “G‘uncha” ko‘chasida joylashgan “Zarkent ota” ziyoratgohi kadastir xujatiga ega. Yer maydoni 5,6 gani tashkil qiladi.

“Zarkent ota” ziyoratgohi – IX-X asrlardan beri ziyoratgoh sifatida foydalanib keladi. Chotqol tog‘ tizimlarining g‘arbiy yonbag‘rida Zarkent qishlog‘ining yuqori qismida joylashgan. Makkai Madina shaharlari bilan fazoviy bir tug‘ri chiziqda joylashgan bu joyda avliyo Zarkent ota qabri joylashgan. Asli Suriyaning Molotiya shahrida tug‘ilgan arab millatiga mansub Sayid Jafar G‘oziy zamonasining bilimli odamlariga yaxshilik qiluvchi Islom madaniyati va dinining faol targ‘ibotchisi bo‘lgan.

Toshbosma uslibda 1324 yilda Toshkentda nashr etilgan “Said Jafar G‘oziy jangnomasi” nomli asarida bu zotning Toshkent viloyatida qilgan ishlari xususida ma’lumotlar mavjud. Asli Suryaning Molotiya shahrida tug‘ilgan arab millatiga mansub Sayid Jafar G‘ozi yer yuzasi tuzilishi past-balandliklardan iborat bo‘lib, g‘arbdan sharqqa tomon dengiz yuzasiga nisbatan 1100 - 1400 m balandliklar oralig‘ida joylashgan.

Zarkent o‘zining so‘lim iqlimi, zilol buloqlari, Zarkent ota (Avliyoota) kabi ziyoratgohlari bilan mashhur. Ziyoratgoh alohida hudud sifatida ajratilgan. 2002-2003 yillarda qayta ta’mirlangan (1-rasm). Tumanning janubi-sharqiy qismida 300 litr/soat suv sarfiga ega buloq joylashgan, shimoli-sharqiy hududida qurilish xom ashyosi sifatida ishlatsa arziydigan ohaktosh, marmar, porfir va boshqa tog‘ jinslari mavjud. Zarkent tumanning eng qadimiy qishloqlaridan hisoblanadi. Arxeologik ma’lumotlarga qaraganda, dastlabki turar joylar bu yerda taxminan 2800-3000 yillar avval paydo bo‘lgan. Nomdanak fuqarolar yig‘ini shu nomli qishloq va shirkat xo‘jaligi hududlarini o‘z ichiga olgan. Nomdanak qishlog‘i Parkent shahridan 16 km janubda, Boshqizilsoy bilan Ugamsoy irmog‘ining oralig‘ida joylashgan. Qishloqda maktab, bolalar bog‘chasi, qishloq davolash ambulatoriyasi, aloqa bo‘limi, maishiy xizmat shoxobchalari va savdo rastalari mavjud. So‘qoq qishlog‘i Parkentdan 18 km janubi-sharkda, Chotqol tog‘ tizmalarining g‘arbiy etaklarida, So‘qoqsoy daryosining sohillarida joylashgan. Yer sathi notekis, dengiz

1-rasm. Zarkent ota (Avliyoota) ziyoratgohi

yuzasiga nisbatan 940-1360 metr oralig‘ida o‘zgaradi. Qishloqdagi mavjud zilol buloqlar markazlashtirilgan ichimlik suvi tarmog‘ini va So‘qoqsoy soyni suv bilan ta’minlab turadi. Ba’zi buloqlarning suv sarfi 10 l/sek ga yetadi. Mashhur «CHashma» bulog‘i sayyohlarning sevimli joyiga aylangan. So‘qoq dam olish maskani ob-havosi, tabiiy joylashishi, shifobaxsh buloq suvlari bilan mamlakatimiz va uning tashqarisida dong taratgan. Qishloqning tog‘li qismida tog‘ meliorativ tajriba stantsiyasi, meteostantsiya hamda «Parkent» tog‘-o‘rmonchilik xo‘jaligi ish olib boradi.

“Hazrati Ali Buva” ziyoratgohi – Bu maskan o‘zining toza havosi, nafis iqlimi va go‘zal tabiati bilan O‘zbekistonda dong taratgan. Kumushkon qishlog‘i tumanning eng qadimgi aholi manzilgog‘laridan biri bo‘lib, qishloqning negizi 1946-1947 yillarda polimetall rudalari qazib olingan konning ishga tushirilishi jarayoni bilan bog‘liq va rasman 1951 yilda tashkil topgan. 1958-1960 yillarda kon ishlari tugatilgandan so‘ng, qishloqda “Kumushkon” sayyohlik maskani tashkil etilgan. Uning iqlimi astma va o‘pka kasalliklari uchun shifobaxsh hisoblanadi. Qishloqning nomi ilk o‘rta asrlarda bu yerda qazilgan kumush koni bilan bog‘liq. “Hazrati Ali Buva” ziyoratgohi Chotqol tog‘larining janubiy g‘arbiy qismida, Parkent soyining chap sohilida Kumushkon qishlog‘ining yuqori qismida joylashgan. Parkent tumanidagi ushbu ziyoratgoh Kumushkon qishlog`idagi “Chashma” mahallasining eng yuqori qismida joylashgan. Dastlab 1982-yilda Kumushkon qishlog`i aholisi tomonidan hashar yo‘li bilan 1 ta xonaqoh va 1 ta ayvon barpo etilgan. 2010 yilda mahalliy ustalar tomonidan qaytadan ta’mirlangan. Ziyoratgohda 3 ta xonaqoh, 1 ta ayvon mavjud (2-rasm).

2-rasm. “Hazrati Ali Buva” ziyoratgohi

Ziyoratgohda qadimiy chinor chashma buloqlari bo‘lib, uning atrofida ziyoratchilar uchun barcha qulayliklar yaratilgan. Bu ziyoratgoh “Kumushkon” dam olish majmuasi tarkibida bo‘lib ulkan qadimiy chinor, buloq, masjid, choyxona va katta kichik shiyponlardan iboratdir. Rivoyatlarga qaraganda Payg`ambarimiz Muhammad (s.a.v) ning kuyovlari xazrati Ali (r.a) shu yerlarga ma’naviyat- ma’rifat va islim dinini tarqatish maqsadida kelgan paytarida namoz vaqti bo`lib qolganligi tufayli to‘xtagan tahorat olishlari uchun suvlari bo‘lmaganligi sababli Alloh taolodan suv so‘rab duo qilganlarida Alloh taolo u kishiga shuni ayon etibdurki qo‘lingni yerga ur shunda Ali (r.a) shunday qilganlarida yerdan buloq chiqgan ekan. Hazrati Ali (r.a) qo‘lidagi asolarini o‘sha buloqga sanchib qo‘yib tahorat oib namoz o‘qib duo qigan ekanlar, so‘ngra o‘sh asolari chinorga aylanibdi. Bu yerga kelgan musulmonlar nima niyat bilan kelib duo qilishsa ularni niyatlariga yetkazgin deb duo qilgan ekanlar so`ngra u yerdan ketipti. Xazrati Ali ziyoratgohi 2010-yilda Parkent tumani hokimining qaroriga binoan homiylar va hashar yo‘li bilan qurildi. 2014-yilda qayta rekanstruksiya qilindi.

“Said Mavlon” (Said ota) ziyoratgohi – Parkent shahri O‘choq maxalla fuqarolari yig‘inida joylashgan, VII-XIII asrlarda barpo etilgan “Said Mavlon” (Said ota) ziyoratgohi mavjud. Ma’lumotlarga qaraganda, o‘tgan asrning 1930 yillarda barpo etilgan va tumanning diqqatga sazovor joylardan biri. “Said Mavlon” ziyoratgohining nomlanishiga sabab, ushbu ziyoratgohga birinchi bo‘lib dafn etilgan va “Said Mavlon” deb atalgan. Rivoyatga ko‘ra u kishi avliyo bo‘lgan, xalqqa halim pishirib tarqatgan. Marxumning familiya va ismi Mavlonov Said bo‘lgan. Shu sababli o‘sha davrdan boshlab qabriston nomi “Said Mavlon” deb atalgan. Ota bobolarimizdan qolgan rivoyatga ko‘ra “Said ota” avliyo bo‘lgan. U kishi xalqqa xalim pishirib tarqatgan. Pishirgan halimini bemor odamga bersa zumda shifo topgan (3-rasm).

3- rasm. "Said Mavlon" ziyoratgohi (Said ota)

"Bobomochin" ziyoratgohi – Parkent tumani Parkent shahri hududida "Bobo mochin" qabriston xududida qurilgan "Bobomochin" ziyoratgohi mavjud va u Parkent shahar ijroiya qo'mitasining 1990-yil 26-dekabr"dagi 12/80 raqamli qarori bilan ajratilgan, 0,15 ga yer maydoniga ega aholi tomonidan 1991-yilda hashar yo'li bilan qurilgan bo'lib, xozirgi vaqtda kengaytirilib bir yo'la 1500 kishi ibodat qilish imkoniga ega.

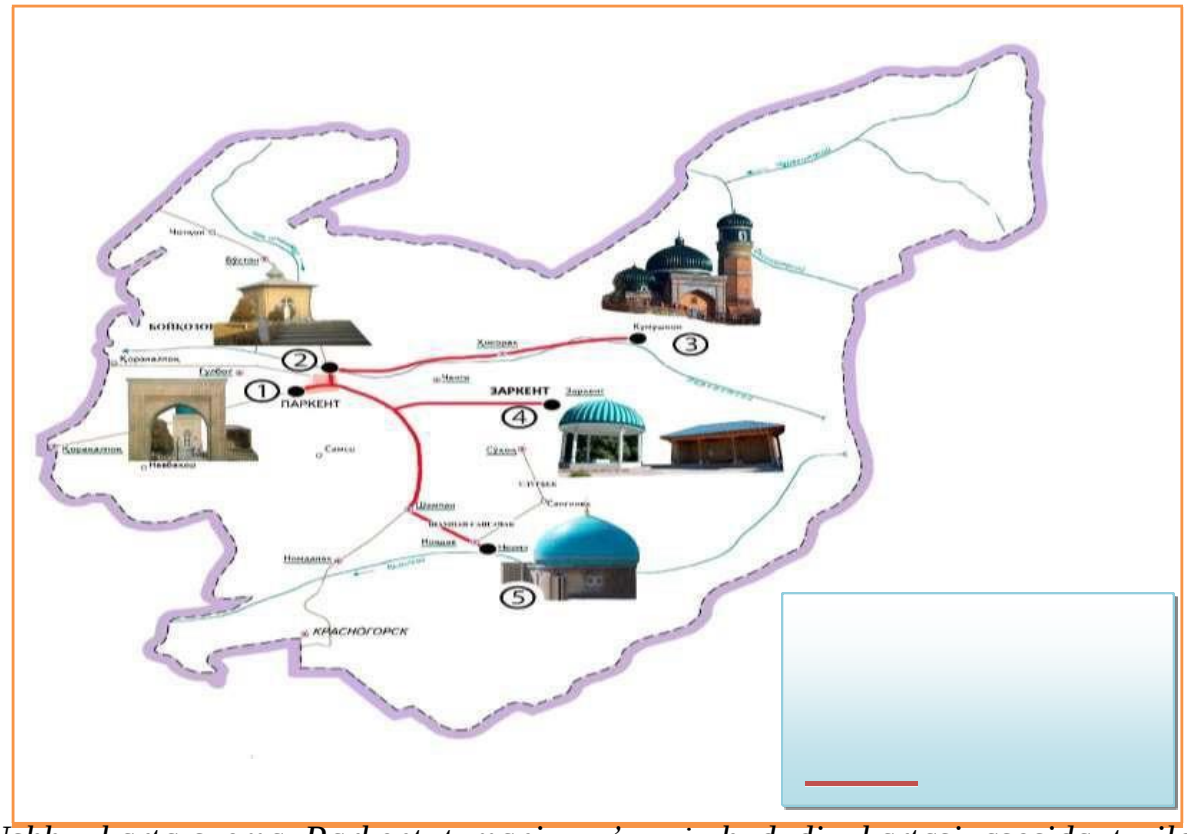
Aholi tomonidan 1991 yilda hashar yo'li bilan qurilgan bo'lib, hozirgi vaqtda kengaytirilgan 1500 kishi ibodat qilish imkoniga ega. Bunday "Bobomochin" jo'me deb nomlanishiga sabab "Bobomochin avliyo bobomiz qabrlari shu yerda bo'lgani uchun shu inson hurmatiga" masjidga shunday nom berilgan (4-rasm). Parkent tumanidagi bu kabi tarixiy obidalar va ziyoratgohlarning mavjudligi tuman umumta'lim maktablari o'quvchilari uchun tarixiy ziyorat turizm obyektlari sifatida xizmat qiladi.

4.rasm. "Bobomochin" ziyoratgohi

"Boxangar buva" ziyoratgohi – Qadimda 7 aka-uka bo'lib, ular Zangi buva, Boxangar buva, Bobo Mochin buva, Zarkat buva, Parpata buva, Oq ota buva,

Bolpushta buvalar bo‘lgan. Ular Makkai-Madina shaxridan kelib, “Bohangar buva” joylashgan manzilda yashagan. Keyinchalik aka-ukalar, uy-joy qilib tarqashgan. “Zangi buva” Zangiotada qolgan. Bobo Mochin buva Parkent tumanining “Xo‘ja” maxallasiga o‘tib, bu yerda suv yo‘q, qanday yashayman deganida. Sen shu yerda qolgin men o‘zim senga suvni yuboraman deb Zarkat buva soy yoqalab ketayotib xassasini urgan joylardan buloq suvlari chiqgan. Shu kunga qadar ushbu buloq suvlaridan aholi foydalanib kelishadi. “Zarkat buva” esa Chotqol tog‘t i z m a l a r i n i n g g‘arbiy yonboshining yuqori qismida joylashgan. “Bohangar buva” aka-ukalarining eng kattasi bo‘lib, aka-ukalari, doim “Boxangar buva” yashaydigan joyga kelib yig‘ilishib turishgan. “Bohangar buva” shox shabbalardan chayla yasab, temirchilik bilan shug‘ullangan. Xassasi bilan yurgan joylardan qayrog‘ochlar o‘sib chiqgan. Umri davomida shu yerda yashab vafot etgan. “Bohangar buva” qabristoniga farzandtalablar, turli kasalliklarga chalingalar ziyorat etishsa shifo topib ketishgan. Parkent tumani geografik joylashuviga ko‘ra tog‘, tog‘oldi hududlarini o‘z ichiga olganligi, aholi manzilgohlarining joylashuvi, geologik jinslarning yer yuzasiga yaqin joylashganligi va ayrim hududlarda ochiqligi o‘quvchilar bilan ziyorat turizmni amalga oshirish imkoniyatini yanada oshiradi.

PARKENT TUMANI ZIYORATGOHLAR YO’NALISHLARI



Ushbu karta-sxema Parkent tumani ma’muriy-hududiy kartasi asosida tuzildi. Muallif: Abduxalikov K

Bu borada tumanning tabiiy, madaniy-tarixiy obyektlarini o‘rganish orqali ta’lim jarayonida ularni ziyorat turizm obyektlari sifatida ochib berishga doir tadqiqotlar

muhim ahamiyat kasb etadi. Parkent tumani o‘ziga xosligi agroiqlimiy imkoniyatlari bilan ajralib turishi barchaga ma’lum. Jumladan, turizm rivojlashinish imkoniyatlarini belgilab beruvchi asosiy omillar sifatida quyidagilarni ko‘rsatish o‘rinlidir.

✓ tabiiy geografik xususiyatlari (geografik o‘rni, tabiiy sharoiti, rel’efi, iqlimi, suvlari) xususiyati;

✓ agroturizm xususiyati;

✓ gastronomik turizm xususiyati;

✓ qadimiy qadamjolar, ziyoratgohlar;

✓ avloddan – avlodga o‘tib kelayotgan qadriyatlar va a’nanalar kabilarni keltirishimiz mumkin.

Parkent tumanida turizmni rivojlantirish uchun hududning jozibadorligini oshirish eng avvalo, uning tarixiy-madaniy salohiyatini bilishga qiziqishni kuchaytirish. Ya’ni tumandagi tarixiy yodgorliklar, memorial ziyoratgohlar va boshqa ma’naviy-madaniy yodgorliklar, xalq hunarmandchiligi, muzeylar haqida aniq ma’luotlar berish orqali turistlarda yanada ko‘proq qiziqish uyg‘otish. Buning uchun Parkent tumanida mavjud turistik obyektlarga, ziyoratgohlarga jalb qilish uchun reklamalar beriladi, infratuzilmalar yaratilishi lozim. Turizmdan tushgan daromadga tumanda mehmonxonalar barpo etiladi. Mehmonxonalar yaratilgunga qadar oilaviy mehmon uylari faoliyatini yulga kuyish orkali mahalliy aholi ish bilan ta’minlanadi. Xalqimizning boy ma’naviy-madaniy merosini asrab-avaylash, har bir qadamjo, obida va ziyoratgohlarni talab darajasida saqlash, ta’mirlash, obodonlashtirish, ularning infratuzilmasini yanada rivojlantirish hamda ziyoratga tashrif buyuruvchilar, sayohatchilar uchun qulash shart-sharoitlar yaratish maqsadida Toshkent viloyatida joylashgan yodgorlik, qadamjo va ziyoratgohlarda 20 tasi “Oltin meros” xalqaro xayriya jamg‘armasining viloyat bo‘limi [4] va 6 tasi “Vaqf” fondi tasarrufiga berilgan [5]. Jumladan, Oltin meros” xalqaro xayriya jamg‘armasining viloyat bo‘limi tomonidan Ohangaron tumanidagi “Payg‘ambar ota” (2001 yilda), “Shoabdumalik bobo” (2009-2018 yillar), Parkent tumanidagi “Zarkent ota” (2002 yilda), “Buxangar buva”, Bugungi kunda Bo‘stonliq tumanidagi “Ansoriy bobo”, “Xazrati Mullo” ziyoratgohlarida loyihalash ishlari olib borilmokda Viloyatda joylashgan Zangiota, Hazrati Ali, Shodimalik ota, Buzruk ota, Zarkent ota, Payg‘ambar ota, Shomirqori avliyo, Parpi ota, Shayx Umar Vali Buzruk ota, Qirq qiz kabi ziyoratgohlari mashhur bo‘lib, bu yerga nafaqat respublikamizdan, balki qo‘shni respublikalar hamda Markaziy Osiyo Rossiya, Qozog’iston, Turkiya, Indoneyziya, Malayziya, Eron, Pokiston kabi davlatlardan ziyoratchilar tashrif buyurishmoqda. Amalga oshirilayotgan bunyodkorlik ishlari bilan bir qatorda viloyatda ziyorat turizmini rivojlanishiga salbiy ta’sir qiluvchi obyektiv va subyektiv muammolar ham mavjud:

- Hududning turistik resurslarini reklama, targ‘ibot va tashviqot ishlarining pastligi;
- Ziyoratgohlar joylashgan hudud infrastrukturasidagi muammolar: ziyoratgohlarga olib boruvchi yo‘llarning asosiy qismi ta’mirlashga muhtoj,

ichimlik suvi va tabiiy gaz muammolari;

- Ziyoratchilar va sayyohlarga xizmat ko‘rsatuvchi mexmonxonalar soni va xizmatlar sifati, narxini qayta ko‘rib chiqish lozim;
- Muqaddas qadamjo va ziyoratgohlarning tarixiy-me’moriy qiyofasini va tabiat bilan uyg‘unligini yo‘qotmasligi uchun rekonstruksiya, obodonlashtirish ishlarini mutaxassis olimlar bilan hamkorlikda amalga oshirishni yo‘lga qo‘yish lozim;
- Turizm sohasi bilan bog‘liq kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha dasturlar ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish lozim;
- Ziyorat turizmi yo‘nalishini qo‘shimcha yo‘nalishlar bilan boyitish ya’ni ekoturizm, gastronomik turizm, shopping va boshqalar bilan uyg‘unlashtirish;

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. 2017 – 2021- yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi. PF-4947, 2017-yil 7- fevral.
2. “O‘zbekiston respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5611-son, 2019-yil 5-yanvar.
3. “2018–2019- yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi PQ-3217-sonli qarori. 2017-yil 16-avgust.
4. Abdullayev S.I., Jankabilov I.X., Nazarov M.G. Sakral geografiya – yangi integral ilmiy yo‘nalish // O‘zbekiston Geografiya jamiyati axboroti. 49-jild. –T., 2017. – B. 81 – 85.
5. Abduxalikov K.A., Ergashev A.R., Qo’ziyev F.F., Risqiboyeva M. Parkent tumanida turizmni rivojlantirish istiqbollari “Geografiya va geografiya ta’limidagi muammolar mavzusida Respublika Ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – T.: 2018. 97-98 b.
6. Abduxalikov K.A. Mountain and Mountain Tourism in Uzbekistan: Potential and Development Factors International Journal of Academic and Applied Research (IJAAR) ISSN: 2000-005X Vol. 3 Issue – 2019, Pages: 32-35
7. Allayorov R.X., Xidirov M.Sh., Qo‘ldosheva G.M., Tursunboyeva N.Y. Qashqadaryoda ziyorat turizmini rivojlantirishning geografik jihatlari. Geografiya va geografiya ta’limidagi muammolar. Respublika konferensiya materiallari. – Jizzax.: 2018. 254 b.
8. Allayorov R.X., Ibroimov SH.I., Bo’ribekov M.F. O’zbekiston tog’-vodiylarining ekoturistik imkoniyatlari va ulardan foydalanish. Geografiya va geografiya ta’limidagi muammolar. Ilmiy-amaliy konferentsiya materiallari. – T., 2018.
9. Eraliyev B., Ostonaqulov I., Abdulahatov N. O‘zbekiston ziyoratgohlari va qadamjolari. O‘zbekiston geografiya jamiyati 3-jild. – T.: 2015. – 295 b.
10. Громов Д. Сакральная география. Энциклопедия мест силы. Екатеринбург: Ултра. Культура. 2005 – 648 с.
11. Allayorov R.X., Ibroimov SH.I., Bo’ribekov M.F. O’zbekiston tog’-vodiylarining ekoturistik imkoniyatlari va ulardan foydalanish. Geografiya va

geografiya ta’limidagi muammolar. Ilmiy-amaliy konferentsiya materiallari. – T., 2018.
12. Eraliyev B., Ostonaqulov I., Abdulahatov N. O‘zbekiston ziyoratgohlari va qadamjolari. O‘zbekiston geografiya jamiyati 3-jild. – T.: 2015. – 295 b.
13. Громов Д. Сакральная география. Энциклопедия мест силы. Екатеринбург: Ултра. Культура. 2005 – 648 с.
14. Husomiddinov S., Shermatov M. Parkent tumani. – T.: O‘qituvchi, 2006.
15. Jumayeva SH.B., Mardonova R.R. Toshkent viloyatida ziyorat turizmi: imkoniyatlar, muammolari va rivojlanish istiqbollari // O‘zbekistonda turizm va rekreatsiyani rivojlantirishning geografik muammolari va imkoniyatlari. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. Chirchiq, 2019. 77 – 80 b. Soliyev A. O‘zbekiston iqtisodiy va ijtimoiy geografiyasi. – T.: Universitet. 2014. – 404 b.
16. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari. – T.: Fan va texnologiya, 2014. – 42 b.
14.“Oltin meros” xalqaro xayriya jamg‘armasi Toshkent viloyati bo‘limi hisoboti.
15.Yakubjonova Sh. Agroturizmning tabiiy geografik jihatlari (O‘zbekiston misolida) Geografiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (Doctor of Philosophy) ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan Dissertatsiyasi T.: 2018. – 165 b.

CROSS-CULTURAL INVESTIGATION ON DECODING LINGUISTIC MARKERS

Akhundjanova Arofat Sunnatullayevna
4th year student of Theory and Practice of Translation Faculty
Alisher Navo’i Tashkent State University
of Uzbek Language and Literature
a.s.arofat.1998@gamil.com

Abstract. Authors among various linguistic forms and techniques use stylistically marked units deliberately, which play an important role in text interpretation. They verbalize stylistic information, disclose emotional, psychological state of linguistic personality, and reveal certain information about LP’s conceptual world picture. In this paper, a special emphasis is laid on such stylistic devices as metaphor, allusion, represented speech and concept.
Key words: *linguistic markers, metaphor, allusion, represented speech, concept.*

One of the new integrated disciplines, which arose in the second half of last century, is linguoculturology and the interrelation of language with the culture is claimed to be its object of research. As Ashurova states, linguoculturology is “a rapidly expanding field at the interface between linguistics and culturology. It deals with the “deep level” of semantics, and brings into correlation linguistic

meanings and the concepts of universal and national cultures." According to Maslova, "the aim of linguoculturology is to study linguistic means with the help of which language represents, stores and transfers culture" [1, 116].

In this respect, an important task of text interpretation is finding linguistic signals, stylistic markers that represent various types of knowledge structure. It is accounted for by the fact that knowledge structure and their conceptualization foster constructing "the model world" of the text and reconstructing the author's intentions. It is necessary to stress that linguistic markers regarded as means of text conceptualization serve to reveal the conceptual information the author intended to share with the reader. The textual situation in which various linguistic means act as markers is characterized by the non-verbalized content, the existence of which is uncertain due to the absence of a special language expression in the text. The presence of non-verbalized meanings in the text can be indicated by various language means, including stylistic devices, discursive, pragmatic markers and etc.

Among all the linguistic markers verbalizing knowledge structures a special emphasis should be laid on stylistic devices of emotional-evaluative, imagery and expressional character such as metaphor, allusion, represented speech and concept. We shall discuss these markers separately.

One of the most important image-bearing means in stylistics is undoubtedly metaphor. Metaphor can be defined as a figure of speech in which a comparison is made between two different phenomena that actually have something in common. Metaphor is attributed to the formation of a personal world model and emotive system. To illustrate this let us turn to the analysis of an extract from Somerset Maugham's story "The Happy Man".

*Each one of us is **a prisoner in a solitary tower** and he communicates with the other prisoners, who form mankind, by conventional signs that have not quite the same meaning for them as for himself* (Maugham, The Happy Man).

The fragment is expressive and emotional because it describes the feelings of the man who has been forced to "point the finger of other man's fate". He compares every man to "a prisoner" and life to "a solitary tower". At the beginning of the story we realize that the narrator does not like giving advice, because being a prisoner in a solitary tower, the signs we communicate with the help of can have different meaning for different people, which means we know nothing of the others. The metaphor conveys subtextual information that the prison we find ourselves arrested is the society, where we are deprived of our freedom to lead the life we want.

Imagining oneself as a prisoner in a tower (of the world of imaginary and in the society of the world of reality), the reader affected by the philosophical digression of the writer, ponder about the attitude to life. The message of the author behind the metaphor is that everyone is an architect of his own fortune only if he can face the "dark cloak of Destiny".

The conceptual and aesthetic value of the metaphor here rests on the fact that imagery created by this device extends over the whole text to reveal the battle

between the mankind and their fate.

Another stylistic unit one should pay close attention in text interpretation is allusion. Allusion in the fictional text accomplishes the function of an "intertext", decoding of which requires extracting from the addressee's memory the old information meant for a new object. It is achieved by comparing and contrasting two sources of information and revealing their similar features [1, 83; 97.]. In this regard an allusive name is of most interest.

In any historical period there are names in the meaning of which there are peculiar connotations inherent in a particular country or culture. Most often, this includes the names of famous personalities, biblical, mythological and literary characters, which are endowed with vivid characterological features. Such names are gradually recognized by the people and culture, their semantics begin to include a certain set of attributes (character, behavior, appearance, national status), associations become stable and socially significant for the people. They become symbols of certain qualities, properties of people. Since allusions symbolize something important, the information is transmitted to it in a more concise form. Allusive names have a large number of attributes, both primary and secondary, which provides the depth and variety of interpretation of the text or character. We can illustrate it with an extract from Charlotte Bronte's "Jane Eyre".

By God! I long to exert ***a fraction of Samson's strength****, and break the entanglement like tow!* (Bronte, Jane Eyre).

In this example, the allusive name Samson is used to compare personal qualities, namely, strength. As stated in the biblical literature, Samson possessed greatest power. When he lost his strength because of his beloved Delilah, he was seized, blinded, chained and thrown into prison. Samson is an iconic example of phenomenal strength, and signs as blindness and weakness are also characteristic features of this figure.

The author uses the allusion of *"a fraction of Samson's strength"* to show how serious and insurmountable Mr. Rochester saw his problems and how he dreamed of having Samson's strength in order to be able to solve them. Bronte refers to the biblical name one more time in the end of the novel but now in the speech of Jane Eyre.

But in his countenance, I saw a change: that looked desperate and brooding –that reminded me of some wronged and fettered wild beast or bird, dangerous to approach in his sullen woe. The caged eagle, whose gold-ringed eyes cruelty has extinguished, might look as looked that ***sightless Samson***. (Bronte, Jane Eyre).

As is known, a crazy wife of Mr. Rochester set a fire on his estate. Mr. Rochester lost his right hand and became completely blind while he was saving her. Seeing his deplorable state, Jane Eyre, involuntarily compares him to a caged eagle, whose eyes were damaged, to the unfortunate sightless Samson. The allusion *"as looked that sightless Samson"* helps the author express the whole tragedy of the situation.

Allusions, undoubtedly, enrich the literary text and enable the author to encode information, give it a new form. The main task of the reader is not just to "learn",

but also to decode that message, the concept that the authors want to convey using various language markers. Allusion as a stylistic tool, on the one hand, decorates the text, makes it more expressive and witty, and on the other hand, more fully reveals the inner world of the characters.

Given the fact that the entire literary text is a manifestation of the author's linguistic personality, the text should emphasize the presence of him in certain fragments of the literary text. As is known, such text forms as narration, description, reasoning, monologue and dialogue are the author's meditations, where the addresser can present his inner world. However, in the most complete and explicit form, the author's personality appears in his thoughts hidden in represented speech. Represented speech is a combination of the author's speech and that of the character's. Represented speech is a stylistic device "which conveys to the reader the unuttered or inner speech of the character, thus presenting his thoughts and feelings" [3, 223]**.** In other words, it is the "form of utterance, which conveys the actual words of the speaker through the mouth of the writer but retains the peculiarities of the speaker's mode of expression" [ibid**,** 225].

Represented speech creates a context that allows the reader to follow the logic of the author's thoughts. The author's thoughts possess the power of influence not only as a means of revealing his world picture and conceptual information, but also as a means of forming a reader's worldview. Represented speech serves to show either the mental reproduction of a once uttered remark, or the character's thinking. The first case is known as *uttered represented speech*, the second one as *inner represented speech.* The latter is similar to the personage's interior speech in essence, but differs from it in form as it is rendered in the third person singular and may have the author's qualitative words. It reflects the presence of the author's viewpoint along with that of the character, while interior speech belongs to the personage completely, which is materialized through the first-person pronouns.

Our observations indicate that at the level of the whole text, one can also note that represented speech can promote convergence of stylistic devices to disclose the addresser's inner thoughts and psychological state. Another literary work that is suitable for the analysis is "A cup of tea" by K. Mansfield. Th

e following fragment from the story illustrates the aforementioned assumptions:

"How extraordinary!" Rosemary peered through the dusk and the girl gazed back at her. How more than extraordinary! And suddenly it seemed to Rosemary such an adventure. It was like something out of a novel by Dostoevsky, this meeting in the dusk. Supposing she took the girl home? ***Supposing she did do one of those things she was always reading about or seeing on the stage, what would happen?*** *It would be thrilling. And she heard herself saying afterwards to the amazement of her friends: "I simply took her home with me"* (Mansfield, A cup of tea).

The stylistic devices such as **exclamatory sentence:** *How more than extraordinary!*; **Rhetorical question:** *Supposing she took the girl home?;* **simile:**

was like something out of a novel by Dostoevsky; **represented speech:** *Supposing she did do one of those things she was always reading about or seeing on the stage, what would happen?* reveal the inner qualities of Rosemary such as selfishness, hypocrisy, and the desire to boast about her so-called "kind-heartedness".

Another stylistically marked unit that activates knowledge structures relevant to the conceptual information of the text is concept. According to Ashurova, concept is a complex mental entity, a component of the conceptual world picture conceptually relevant either for an individual linguistic personality or the whole linguocultural community [1, 217]. V.A. Maslova claims that the formation of a concept is conditioned by the individual's emotional, physical, historical, personal and social experience acquired in the process of the world perception. Concept as a stylistic device is characterized by a string of emotional, expressive components and associative links, and consists of notional, image-bearing and evaluative constituents [op.cit.].

A concept can be decoded only within the framework of the whole text because it has an interlevel character and is verbalized in the text by means of linguistic units of all levels. The following example from John Galsworthy's story "Money" illustrates the role of the stylistic device in expressing the concept of MONEY.

The story is about a very rich old man who has lived a long life. He made money when he was young and he still runs business. But he is always worried: at nights he does not sleep thinking if his investments are safe, if his bank does not fail. Money is his religion. He goes to church, but there he thinks not about God, but about his money. Money was the only precious thing in his world. Here come two concepts – MONEY and GOD side by side. He even teaches his belief to his children who grow up worshiping money. One day he was found dead in his bed. Doctors said that something scared him to death. He was afraid of losing all his money. There are several parts of the story where the author shows the connection between two concepts God and Money:

There was nothing in such sermons, therefore, that could quarrel with ***his own religion****, for he did not hear them; and even had he heard them, they would not have quarrelled, his own creed of* ***money being but the natural modern form of a religion*** *that his fathers had interpreted as the laying-up of treasure in the life to come.*

His children, subtly, and under cover of the manner of a generation which did not mention money in so many words, ***had sucked in their father's firm religious instinct,*** *his quiet knowledge of the value of the individual life, his steady and* ***unconscious worship*** *of the means of keeping it alive.*

He fixed a certain sum a year – a hundred pounds – with half-a-crown in the velvet bag on Sundays – to be offered as ***libations to all strange gods****, so that they might leave him undisturbed to* ***worship the true god of money*** (Galsworthy, Money).

Comparison of money to god is so-called metaphor based on the common features these two notions carry: powerful, worshipped, admired, influential.

However, this metaphor also reveals differences between the perception of objects of the character and the society, and along with analogy a new vision of the concept comes out. A metaphorical perception of the concept conveys generally accepted emotional evaluation of MONEY – "Money is power."

So, concepts reflect an inner spiritual world of an individual and convey conceptual information about the world picture of a personage. When they are decoded the text can be considered as the author's individual world picture embracing a wide spectrum of conceptual senses of individual and national characteristics.

To draw a conclusion, the author among various linguistic forms and techniques use stylistically marked units, which play an important role in text interpretation. These language markers verbalize stylistic information which produce a certain impression and express the author's world view. Among all the language signals verbalizing knowledge structures stylistic devices of emotional-evaluative, imagery and expressional character are of paramount importance. They exert emotional impact on the reader, disclose emotional, psychological state of linguistic personality, and reveal certain socio-cultural information about his conceptual world picture.

BIBLIOGRAPY OF USED LITERATURE:

1. Ashurova D.U., Galieva M.R. Text Linguistics. – Tashkent: Turon-Iqbol, 2016. – 324 p.
2. Bronte Ch. Jane Eyre. London: Service & Paton, 1987. – 767 p.
3. Galperin I.R. Stylistics. Москва: «Высшая школа», 1981. – 335 p.
4. Galsworthy J. Complete works of John Galsworthy. Delphi Classics, 2003. – 7116 p.
5. Mansfield C. Short Stories to Read and Discuss. – M.: Менеджер, 1997. – pp. 205–223.
6. Maugham W.S. The Complete Short Stories. – London: Heineman, 2018. – 506 p.

CONTRIBUTIONS OF TOURISM TO THE DEVELOPMENT OF REGIONS IN UZBEKISTAN

Alimova Dilzoda Ikromovna
UzSWLU, Filology faculty,
1st grade student
alimova.dilzoda@gmail.com

Throughout the world, many developed countries benefit both socially and

economically because of tourism industry. Uzbekistan, as one of the ancient countries lied on the Silk Road range, acquires huge capability to capture international tourists. Consisting of 12 regions, each with an outstanding traditions and culture makes the country flourishing. Historical tourist destinations and arts of Uzbekistan has already gained a high reputation. In this article below, I overview numerous superiorities of Uzbekistan to create a satisfactory touristic infrastructure, and ways to modify the system. The most crucial case is dedicated to the development of regions through tourism.

Key words: *touristic potential; economic, cultural and spiritual relationships; sustainable development; historical and cultural sites; foreign exchange earnings; direct and indirect contribution; multiplier effect; tourism infrastructure;*

Tourism is one of the most fast-growing and profitable industries worldwide. It arises the attention of every country by strengthening international relationships, boosting the economic view, as well as solving social and economic issues of society. Due to good deal of advantages, today tourism remains to be a strategic sector of national economy. Touristic income takes the majority part of GDP in many countries, including France, the USA, Saudi Arabia, and others. For example, in 2019, the USA travel and tourism industry contributed the highest amount to global GDP, with a total of 580.7 billion U.S dollars. [6]

Thus, governments are trying to create rather advanced facilities and opportunities for travelers. Online travel agents like booking.com, expedia.ca, kayak.com has not only decreased the total cost of travelling, but also provided the fully independent travelers with safe and accurate information. Besides, tourism infrastructure has turned to be one of chef tendencies. Consequently, number of travelers are increasing gradually.

According to WTO statistics, international tourist arrivals worldwide grew 4% in 2019, with the Middle East leading the continental growth by an increase of 8%. [8]

Having rich historical and cultural potential, Uzbekistan also pays considerable attention to the development of tourism. The country lies on the Silk Road, and boasts a wealth of heritage sites, which makes it a budding tourist destination. Being one of the root places of civilization and having rich and eventful history, Uzbekistan attracts quite a lot foreigner. However, it is not the all in the shot. Uzbekistan has a distinctive and colorful culture, which has been formed over millenniums. Delicate cuisine, unique styles of handicrafts and arts, charming traditional clothes as well as delightful traditions are worth to be demonstrated on the world stage.

Alongside, the country is the motherland of well-known imams, scientists and scholars, which boasts the pilgrimage tourism. For example, Bukhara region, recognized as the Centre of Islamic culture, hosted 2.5 billion tourists in 2018 [1;30], which can prove the significance of pilgrimage tourism. Another prospective for tourism is the location and climate of Uzbekistan. Situated in the

heart of Middle East, it's an easy place to get to by airline. Cozy weather conditions in late spring and early September is somehow inspiring for any traveler.

Additionally, traditional Uzbek arts and handicrafts are real masterpieces. Some figures, such as miniature, and its well-preserved samples, wood carving and embroidery are all acknowledged by UNESCO World Heritage Centre. [3;2]

In recent years, numerous festivals are organized to represent our culture to the world, and without a doubt, they have worked for the best as expected. "Sharq taronalari" international music festival held in Samarkand in every two years can be a brief example. In this occasion, every performer represents their home nations and culture, which remarkably deepens international communications. Annually held "Silk and spices" festival in Bukhara is also a great opportunity to display the rich traditions of local masters.

Many more examples can be presented to express Uzbekistan's hugely attractive prospects and potential to attract tourists, as each region have variety of traditions, habits, dishes and specialty of arts.

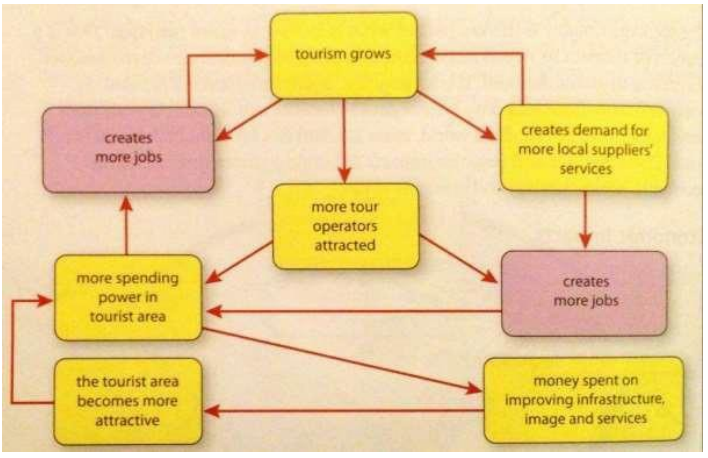
As the most ancient cities of Uzbekistan, Samarkand, Bukhara, Khiva and Tashkent captivates the majority number of travelers. Certainly, they have plethora of medieval, attention-grabbing architectural buildings, and tourism- oriented facilities, but in deeper look, every region in Uzbekistan has a capability to cover dozens of travelers. Unfortunately, still tourists mostly visit above- mentioned sites only, and the rest is left undiscovered.

The cultural atmosphere varies from region to region, each having a unique style. Fergana region offers a memorable experience of national cloth production, antique products of pottery and wood carving, while tourists can enjoy magnificent views of mountains in the districts of Jizzakh and Surkhandarya. For sure, tourists pay a visit to these regions, but they are not internationally popular, yet, they have to reach the stage. Government has worked out several measures to draw foreigners' attention, but the best is hasn't done yet. One way would be creating an inspiring mobile app, consisting of cultural and historical enrichments of every region in Uzbekistan. This app should provide tourists with a clear and brief information, pictures and videos about every district and their attractions. This method is actually utilized in the cities of Makkah and Madinah. Muslims arrived for the annual pilgrimage Hajj do not face any difficulties as the app provides accurate data about the whole area. Certainly, such kind of mobile app could help to raise awareness of foreigners. The most vital point is that tourists do not need statistics and numbers, they need a truthful source, promising their holiday will be fascinating. Hundreds of websites on Google gives information about regions, but they are not brought together to one confidential guide. There is no doubt that such kind of app encourages domestic tourism, too.

On the other hand, this may impact on the general travelling purpose, too. Out of all foreign visitors, 81.8% comes Uzbekistan to meet their relatives, only

15.5 visits for leisure purpose and 2.7% travels for other reasons, such as business meetings, educational purposes and trades. [9]

However, Uzbekistan is capable of covering ecotourism, pilgrimage tourism, recreational, environmental, as well as historical tourism.
In addition to this, infrastructure can be modified. Tourists are offered modern accommodation and transportation facilities, but what I care is about guesthouses. Modern hotels with top quality opportunities are found in every corner of the world, but traditionally designed Uzbek guesthouses can be built in Uzbekistan only. Hotels usually respond to European standards, which is quite familiar to visitors, but guesthouses show them the lifestyle of Uzbek people, gives them an opportunity to get to know the culture even better.
The more tourists come, the more benefits are earned by regions, because unemployment rate decreases, economy modifies, quality of life improves and finally, regions develop due to tourism industry.
Tourism brings with it tremendous economic value for a country. Its direct economic impact has significant influence on country's GDP. In Uzbekistan, tourism sector is growing faster than the other financial sectors, which boosts the overall economic situation. [2;43]
Attraction of rather bigger number of tourists contributes to job creations. Unemployment is going up day by day in Uzbekistan, reaching 5.22% in 2018, which is higher compared to other years and tourism industry supplies 6-7% of total employment. [4] Besides, the multiplier effect of the tourism is of the greatest value. It means to spend in one place generating economic benefits elsewhere. Incomes of tourism industry can be spent on developing other industries and spheres. Tourism can do wonders in areas that may seem to be completely unrelated to it. The below presented scheme obviously represents the multiplier effect:



Source: Edexcel GCSE Geography [5]

Generally, government is the one that profits most through tourism. Tourism can have direct and indirect contribution to the economy. The direct contribution includes taxes on incomes from tourism employment and business. Indirect contribution involves goods and services supplied to tourists, such as food, souveniers and other purchases. [7] In Uzbekistan, indirect contribution profits rather well, compared to direct one. However, government has planned to

increase the direct contribution by %, approximately UZS 2,030,0 billion by 2024. Still it will amount only 0.9% of annual GDP of Uzbekistan.

Uzbekistan is assessed highly by UNWTO, leading an active collaboration to develop tourism infrastructure. New methods and ways to encourage both domestic and international tourism are being established gradually.

Considering the above-mentioned profits, each region has to show off their potential at the world stage. Then, together with other industries, tourism sector works for the modification of social and economic situation, improvement of quality of life, development of regions and cities, as well as provides social welfare

References:

1. Белая книга, Государственный Комитет Республики Узбекистан по развития туризма – 2019. – С. 30.
2. Economic advancement of tourism in Uzbekistan, Firdavs Soliev, Mukhammadkhon Saliev. – June,2015. – P. 43-45.
3. https://cyberlinka.ru. – Tourism in Uzbekistan: opportunities and challenges. – P. 1-3.
4. https://macrotrends.com – Uzbekistan unemployment rate 2019.
5. www.market-width.com – Importance of tourism.
6. https://statista.com – Tourism worldwide – Statistics & Facts.
7. https://tourismteacher.com – Economic impacts of tourism.
8. https://www.unwto.org – International tourism highlights.
9. www.uzdaily.com – Tourist arrivals in Uzbekistan.

TEACHING ESP AND BUSINESS ENGLISH

Atashikova Nilufar Anarmatovna
Tashkent University of Information Technologies
named after Muhammad al-Khwarizmi
atashikova79@mail.ru

In the era of the rapid and increasing economic globalization the necessity of teaching Business English cannot be disputed. The paper addresses the basic concepts of Business English (BE), emphasizing the importance of the learner's needs, i.e. usage of English in a business setting. The focus is also placed on the main topics covered in BE courses, skill areas and lesson formats. The teaching of BE is regarded through the necessary context of English for Specific Purposes (ESP).

***Key words**: ESP, Business English, globalization, teaching, origins, learner's needs, business skills.*

The fact that the era we live in is the era of globalization is indisputable. Commonly defined as the action or procedure of international integration arising from the exchange of world views, products, ideas, and other aspects of culture, the general term of globalization, increasingly used since the 1980s and especially 1990s, covers a broad set of processes which concern multiple networks of economic, political, and cultural interchange. As one of the three main dimensions of globalization, economic globalization is the rapidly growing economic integration and interdependence of national, regional, and local economies across the world. It is triggered by international trade and investment and aided by information technology, marketization and developments in science and technology [1].

The steady globalization of the world economy necessitates one significant factor: efficient and effective communication in foreign languages. According to Gita Galova [2], the success of the professionals and specialists is "conditional on their ability to manage language and cultural barriers, i.e. on the language skills and competences with respect to their professional areas". There is no doubt that, at the present time, the dominant language of international communication is English. It is the leading and established language in international business, science and technology, travel, education, immigration, academia, diplomacy and entertainment, being spoken by over one billion people6.The author in [5] provides impressive statistics concerning English language: "85% of international associations use English officially, 85% of the world film market is in English, 85% of the scientific articles in the world are written in English, 80% of the world electronically stored information is in English nowadays and 70% of the linguistics journals in the world are published in English". Since it is so widely spoken, English has often been referred to as a "world language", the lingua franca of the modern era [6] and

while it is not an official language in most countries, it is currently the language most often taught as a foreign language. Since the significance of EIL (English as an International Language) is anything but decreasing, more and more people are nowadays required to learn English, which has resulted in a huge demand for the teachers of English. However, the gradual economic globalization, among other factors, has brought about the great demand of one other aspect within English Language Teaching (ELT)/ General English (GE) – that is, the teaching of ESP (English for Specific Purposes). It is important at the beginning to make a distinction between these activities, although, the paper clearly suggests that the relationships between them are not as clear-cut as we might wish: ESP must be seen as one of the branches of English as Foreign Language (EFL)/English as Second Language (ESL), which are themselves the main branches of ELT/GE. The focus of the paper will be on the definition and the origins of ESP, but it will go even further into the field of ESP – a special emphasis will be placed on the area of Business English (BE) – a major and the most entrepreneurial branch of ESP. English for specific purposes (ESP) refers to the teaching and learning of English as a second or foreign language where the goal of the learners is to use English in a particular domain. Although the acronym ESP had earlier stood for English for Special Purposes, the word Special was soon replaced with Specific, since it places more emphasis on purpose or purposefulness. In other words, it implies that the use of English is specific, and connected to professions, institutional procedures and occupational requirements. Despite the fact that ESP as an approach has been widely used over the last four decades, having a relatively long time to mature, there is still no unified definition of what ESP means. What is certain is that a key feature of an ESP course is that the content and objectives of the course are directed towards the specific needs of the learners. This means that ESP courses focus on the language, skills, and genres appropriate to the specific activities the learners need to carry out in English. The most important difference between ESP and general ELT lies therefore in the learners and their purposes for learning English.

Typically (although not always) ESP students are adult learners who already have some acquaintance with English and are learning the language in order to communicate a set of professional skills and to perform particular job-related functions. ESP focuses more on language in context than on teaching the structures of grammar and language. As Lorenzo Fiorito states in [12]: “the ESP focal point is that English is not taught as a subject separated from the students' real world (or wishes); instead, it is integrated into a subject matter area important to the learners”. What is in question here is that ESP combines subject matter and English language teaching. This is extremely stimulating for the students since they are enabled to apply what they learn in their English classes to their main field of study, whether it be economics, business management, accounting, IT, or engineering. The opportunity to use the vocabulary and structures that they learn in a meaningful context not only increases their motivation but also reinforces what is taught. The process of learning here is two-field since the students' knowledge and

abilities in their subject-matter fields also enhance their ability to acquire English. Subject-matter knowledge serves as the context necessary for them to understand the English taught in the classroom. [12] Although there is no doubt that ESP is different from the so-called General English in terms of preference of some grammatical structures to others, stylistic characteristics, and field-specific vocabulary (determined by the specific purposes, as already stated above), 8 In [10] Anthony (1997) notes that there has been considerable recent debate about the meaning of ESP. The debate can be slightly alleviated by the definition of ESP provided by Dudley-Evans and St. John in [11] (1998: 4-5) concerning the absolute and variable characteristics of ESP:

Absolute Characteristics:

1. ESP is defined to meet specific needs of the learners;
2. ESP makes use of underlying methodology and activities of the discipline it serves;
3. ESP is centered on the language appropriate to these activities in terms of grammar: lexis, register, study skills, discourse and genre.

Variable Characteristics:

1. ESP may be related to or designed for specific disciplines;
2. ESP may use, in specific teaching situations, a different methodology from that of General English;
3. ESP is likely to be designed for adult learners, either at a tertiary level institution or in a professional work situation. It could, however, be for learners at secondary school level;
4. ESP is generally designed for intermediate or advanced students;

Most ESP courses assume some basic knowledge of the language systems it has nevertheless inherited the patterns of word formation, syntactic and discourse organization from the larger system of language. This inevitably leads to the conclusion that the attempt to make a distinction between ESP and ESL/GE is not an easy task since the groundwork behind teaching ESP is provided by teaching English as a Second Language or as a Foreign Language. Having analyzed many definitions of ESP, Helen Basturkmen concludes that the only thing certain to say is that ESP is somewhat narrower in focus than general ELT because it centers on analysis of learners' needs, i.e. it views learners in terms of their work or study roles and places the emphasis on work- or study-related needs, not personal needs or general interests [13].

BE is most definitely the current growth area in ESP which, in the last two or three decades, has won over increasing interest and awareness. Čepon [7] identifies BE as "an industry in itself", where the number of BE course books and other teaching/learning materials is rapidly growing, and language schools offering BE courses are more and more popular. Čepon [7] further insists that BE must be regarded in the overall context of ESP because it depends on and employs elements common to all fields of ESP, such as syllabus design, needs analysis, selection and development of materials, course design, etc.: "just like other varieties of ESP, BE

works with a number of contexts, requires and uses specific language corpora, and lays emphasis on specific kinds ofcommunication".

Rosemary Richey [16] simply defines BE as language development in a business setting, i.e. BE courses deliberately present grammar and lexis in a workplace setting. Special business focus is a direct result of the learners' needs – they are mostly professionals needing the English language to meet the function of their daily work tasks. In other words, the learners of BE are usually adults already working in businesses, or preparing to work in the field of business. This means that teaching BE is the teaching in which as much as possible must be made job-related, since the successful use of English is seen with regard to a successful outcome to the business transaction. Thus the ideal BE teaching/learning environment has a balanced aim of combining language and business

skills. When talking about business skills, one must bear in mind that it is not that a student may not know these skills in his/her own language and business context, but BE emphasizes the differences in style that are necessary for conducting business in English. This determines the lexical focus of BE which must be placed on polite language that invites, establishes and maintains good business. The activities included in BE courses are always oriented towards communication necessary for dealing with customers or clients, colleagues and other professionals in business. The topics covered by BE range from general to specific business situations. In [16] Richey provides a list of the skill areas that are usually included in BE: 1) Core business area functions: general management, administration, marketing, finance/accountancy, human resources/personnel 2) Speaking skills: socializing, telephoning, presentations, negotiations, meetings 3) Writing skills: emails, letters, faxes, memos, reports, minutes, announcements, notices Target language that is typical for BE includes register (formality/informality), using polite and conditional forms and appropriate lexis. Teaching grammar is not in the immediate focus, since the major objective is effective and efficient communication, and majority of BE courses include only the basic grammar rules necessary for achieving this goal. When it comes to lesson formats or structures, the typical formats utilized in teaching BE are one-to-one lessons or group lessons with a limited number of participants (the less the better). In terms of the course duration the courses can be organized as intensive seminars or workshops (up to 5-7 days maximum) or extensive short courses (4-10 week duration). Given the lesson format (small number of learners), BE is primarily oriented to interactive, student-oriented teaching methods. The teacher should strive to actively engage his/her students in communication activities that can be easily transferred to their real work situations. For example, typical activities that can be almost identical to the real-life work situations are brainstorming, round-table discussions, role-play, pros and cons debates, etc. BE course books should therefore be chosen carefully so as to meet both the language and skills needs of the learners, while the authentic materials could be used from the students' own work (e.g. their emails, reports, meeting agendas, etc.).

The unstoppable economic globalization has gradually deepened the link among

different countries and nations. In such a world where the borders between the countries are slowly fading, Business English has become an important communication tool. Teaching BE is one of the fastest growing areas of teaching EFL, with BE courses designed to meet the demands of modern business in a globalized world. However, many aspects of it are still insufficiently investigated. As it is the case with other areas of EST, there is a strong necessity for further research, basically resulting from the fact that the existent research tends to concentrate on written communication while in practice, the teaching focuses mostly on the spoken language.

This paper addressed the basic points of BE, its main topics, skill areas and lesson formats, through the necessary context of its "parent" ESP, tackling the origins and difficulties in defining the very concepts of ESP and BE. Many other tasks, like teacher's role in BE courses, classroom organization, intercultural dimension of BE, etc., are yet to be dealt with in future research.

References:

1. Gao, S. (2000). "Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention: 2000.
2. Galova, G. (2007). Languages for Specific Purposes. Searching for Common Solutions, Cambridge Scholars Publishing, p VIII
3. Crystal, D. (2006). "Chapter 9: English worldwide", in Denison, David; Hogg, Richard M. A History of the English language. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 420–439.
4. Crystal, D. (2003). English as a Global Language (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press. p. 69.
5. Otilia, S.M. (2014). Teaching and learning business English in a globalized world, Annals of the „Constantin Brâncuşi" University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 4/2014, p. 180-183.
6. Graddol, D. (1997), The Future of English? The British Council
7. Čepon, Slavica (2005), Business English in Practical Terms, Scripta Manent 1.1: 45- 54.
8. Hutchinson, T. & Waters, A. (1987), English for Specific Purposes: A learner centered approach, Cambridge: Cambridge University Press.
9. Gatehouse, K. (2001) Key Issues in English for Specific Purposes (ESP) Curriculum Development. The Internet TESL Journal, Vol. VII, No. 10
10. Anthony, L. (1997). ESP: What does it mean? ON CUE. Available online at: http://interserver.miyazaki-med.ac.jp/~cue/pc/anthony.htm
11. Dudley-Evans, T., & St John, M. (1998), Developments in ESP: A multidisciplinary
approach, Cambridge: Cambridge University Press.
12. Fioriti, L. (2005), Teaching English for Specific Purposes (ESP), available online at: https://www.usingenglish.com/articles/teaching-english-for-specific-purposes-esp.html

13. Basturkmen, H. (2010), Developing Courses in English for Specific Purposes, London: Palgrave Macmillan
14. Carter, D. (1983), Some propositions about ESP, The ESP Journal, 2, 131-137.
15. Atashikova N.A. (2020), Analysisof approaches to studying the genre of English economic discourse, European journal of Research and Reflection in Educational Sciences, 8(2) Part 2, 29-34.
16. Richie, R. (2004), Issues in Business English teaching, MED Magazine, Issue 22.available online at: http://www.macmillandictionaries.com/MED-Magazine/September2004/22-Feature-

RAGMATIC ANALYSIS OF SPEECH ACTS IN POLITICAL DISCOURSE (IN THE EXAMPLE OF MR. DWIGHT D. EISENHOWER'S "ATOMS FOR PEACE" SPEECH)

Aytmuratova Gulparshin Sultanbayevna,
English teacher,
Nukus branch of Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad Al-Khwarizmi
raysa_92_ino@mail.ru

The article presents the analysis of speech acts in political speeches and reveals pragmatic peculiarities of political discourse. Speech Acts theories have been a considerable revolution in the developments of pragmatics as a discipline. However, pragmatics cannot be fully studied without taking in consideration discourse analysis, since they are closely linked with each other.
Key words: *pragmatics, discourse, speech acts, assertive, illocutionary, declarative.*

Introduction

Today, in republic of Uzbekistan great attention is given to the radical reorganization of the educational system that will give an opportunity to raise it to the level of modern standards.

Our president Sh.M. Mirziyoyev on the 20th April 2017 has adopted his new decree № PD-2909 "On measures for further development of Higher Education System" [1]. According to the decree, all educational institutions of the Republic should establish close partnership with the leading international research institutions, broad introduction of advanced teaching technologies into educational

programs and teaching materials based on international educational standards, involve dynamically in research activity and professional development of teachers and professors. This decree № PD-2909 was developed in order to improve the educational system for 2017-2021 years.

The first President of the Republic of Uzbekistan adopted the decree "Measures on further improving the system of foreign languages learning and teaching (December 10, 2012 № 1875). In order to realize the topical tasks, put in the decree foreign languages specialists had done a lot; particularly, new State Educational Standard, Teaching Curricula and Syllabuses were worked out. Many teaching aids are being compiled [2.40].

Great role in formation of harmoniously developed and high educated individual is laid to the human sciences including linguistics which characterizes

with a number of directions. Investigation of pragmatic peculiarities of speech acts in political discourse is a complex approach to the nature of political discourse and speech acts. Necessity of research of pragmatic aspect in discourse, particularly in political, is defined that it stands in the centre of proper interpretation of reported information.

This is Pragmatics which makes lingual analysis more sophisticated involving human factor. The study of a language through pragmatics allows to talk about people's intentions, their aims and to understand situational arrangements. Pragmatic meanings of these arrangements, in particular, which are carried out by the speaker, are the object of pragmatics. However their analysis includes, somehow, a range of challenges as human thoughts, intentions and ideas are quite difficult to analyze objectively, especially if pragmatic meaning is not expressed explicitly. Only adequate meaningful perception and true interpretation of information ensure effective speech communication and promote special atmosphere, which helps to set up a contact and correlation in the process of speech interaction.

Speech Acts theories have been a considerable revolution in the developments of pragmatics as a discipline. However, pragmatics cannot be fully studied without taking in consideration discourse analysis, since they are closely linked with each other. Undoubtedly, political discourse has been a major domain of language use that has attracted the interests of researchers for a long while. This is because political discourse is a complex human activity that deserves critical study, particularly because of its central place in the organization and management of society. This study investigates the role of language in the communication and interpretation of intentions by examining a selected political speech as some piece of discourse with specific goals. Since the politician`s speech is mainly concerned with persuading or making the others believe what you are saying, the Speech Acts play the most important role. It presents and documents some of the significant illocutionary acts that convey the intentions of speakers in political speeches. Firstly, we will provide the theoretical explanation of political discourse and the two main theories concerning Speech

acts, Austin and Searle`s ones. Secondly, we will try to analyze the address by Mr. Dwight D. Eisenhower, President of the United States of America, to the 470th Plenary Meeting of the United Nations General Assembly Tuesday, 8 December 1953, 2:45 p.m. concerning Speech Acts and their categorizations.

1. Political Discourse

As we have mentioned current paper provides pragmatic analysis of speech acts in political discourse so first we have to define its object of study: political discourse. What exactly is "political discourse"? In order to give definition to this term it would be relevant to find out what is discourse? According to Wikipedia discourse (from Latin: discursus, lit. 'running to and from') generally denotes written and spoken communications, though its usage differs between various disciplines and approaches. For instance, in semantics and discourse analysis, it is a conceptual generalization of conversation within each modality and context of communication. Moreover, in regard to semantics, discourse is understood as the totality of codified language (i.e., vocabulary) used in a given field of intellectual enquiry and of social practice, such as legal discourse, medical discourse, religious discourse, political discourse, etc. [12]. Well-known scientist Michel Foucault in his work describes discourse as systems of thoughts composed of ideas, attitudes, courses of action, beliefs and practices that systematically construct the subjects and the worlds of which they speak. He emphasizes the role of discourse in social processes of legitimating and power, and argues that power and knowledge are inter-related, thus every human relationship is a struggle and negotiation of power. Discourse according to Foucault is related to power as it operates by rules of exclusion. Discourse, therefore, is controlled by: objects, what can be spoken of; ritual, where and how one may speak; and the privileged, who may speak [7.13]. Another scientist, who is one of the founders of discourse, Van Dijk, T. A. defines discourse as legitimation for certain attitudes, opinions etc. Discourse related to power = the social cognitions of the powerful are both the source and the result of discursive (re)productions. "Discursive (re)production of power results from social cognitions of the powerful, whereas the situated discourse structures result in social cognitions". [10. 249-283.] Hence discourse is a way of thinking that a person expresses through language; it is communication which takes place through and with the help of language in spoken or written form. Depending on producers and receivers, aim, function, place and social situation there are many types of discourse such as medical, internet, literary, political and etc. Political discourse can be defined as a communicative act participants of which try to give specific meanings to facts and influence / persuade others. In other terms, political discourse can be defined as a manipulative linguistic strategy which serves concrete (ideological) goals. Political discourse may involve the formal debates, speeches, and hearings and the informal talk on politics among family members [12. 11-52].

The structures of political discourse are seldom exclusive, but typical and effective discourse in political contexts, but certainly, they do have preferred structures

and strategies that are functional in the adequate accomplishment of political actions in political contexts. Political discourse is not only about stating public propositions. It is about politics. It is about doing things with words. Words are used to affect the political body. Lexical items not only may be selected because of official criteria of decorum, but also because they effectively emphasize political attitudes and opinions, manipulate public opinion, manufacture political consent, or legitimate political power. Many studies of political discourse deal with the language of professional politicians and political institutions, some of which are discourse-analytical [5.14]. Political discourse is identified by its actors or authors, viz., politicians. Politicians in this sense are the group of people who are being paid for their (political) activities, and who are being elected or appointed as the central players in the politics. Therefore, we should also include the various recipients in political communicative events, such as the public, the people, and citizens. All these groups and individuals, as well as their organizations and institutions, may take part in the political process, and many of them are actively involved in political discourse [10.13]. The organization of public life around style-oriented service and consumer activities has also shaped conceptions of political representations. It may therefore not come as a surprise that politicians themselves have adopted a more personalized rhetoric of choice and life style values to communicate their political messages to citizens [9.42-43]. A political speech is not necessarily a success because of a correctness of truth; rather it may be a matter of presenting arguments [4.18]. A political speech serves as a text, as an output and as a process which may be spoken or written. Most politicians are unaware of the fact that there is a link between what is said, what is meant, and the action conveyed by what is said. In the study of political speeches, one major theory that has been affective and adequate for analysis is the speech act theory.

2. Speech Acts Theories

People perform different actions through the use of words and when utterances are made, a particular act is performed; this is called Speech act. The Speech Acts theory is also described as "How to Do Things with Words Theory" since it has its roots in the work of Austin (1962) and Searle (1969). They are able to provide a shift from constative notion to performative notion in the empirical verifiability of signs; that is, the truthfulness of signs to what an expression does when it is uttered. Speech acts according to Austin (1962) are devided into three classes, which are: locutionary, illocutionary and perlocutionary acts. A locutionary act is an act of saying something; that is, the act of producing an utterance. Illocutionary acts are the core of any theory of speech acts. The perculotionary act is the effect or influence on the feelings, thoughts or actions of the listener/hearer unlike locutionary acts. Perlocutionary acts could be inspiring, persuading, consoling, promising, encouraging etc. It brings about an effect upon the beliefs, attitudes or behaviours of the addressee. It is in consonance with this that Levinson (1981) describes perlocutionary act as the intended or unintended consequences of the speaker's utterance. Searle (1969) improves on Austin's

(1962) Speech Act theory by distinguishing between two types of speech acts: Direct and Indirect Speech Acts. Searle (1969) categorizes the illocutionary act into five classes [3][8]:

1. Assertives: These are statements that describe a state of affairs in the world which could be true or false. They commit a speaker to the truth of the expressed proposition. They represent assertion, claim, conclusion, suggestion, report, prediction and statement.
2. Directives: These are statements that compel or make another person's action fit the propositional element. They usually include questions, request, command, advice, pleading, insisting and insisting.
3. Commisives: These statements commit the speaker to certain future action. They contain vow, threats, promises, warnings, guarantees, bettings and challaneges.
4. Expressives: The purpose of expressive statements is to express sincerity of the speech act like excuses, sympathy, appreciation, greeting, complaints and scolding.
5. Declaratives: These statements are used to say something and make it so, such as pronouncing someone guilty and declaring a war.

The application of the Speech Act theory in the analysis will allow in- depth research into the linguistic features that have been explored by the speaker to inculcate meaning into the formal linguistic properties of the selected speech.

4. Speech acts analysis of Mr. Dwight D. Eisenhower's Atoms for peace Speech. *Tuesday, 8 December 1953, 2:45 p.m.*

The following propositions analyzed are taken from Mr. Dwight D. Eisenhower's, President of the United States of America, Atom for peace speech given at the 470th Plenary Meeting of the United Nations General Assembly, Tuesday, 8 December 1953, 2:45 p.m.

1. Locution: *"When Secretary General Hammarskjold's invitation to address the General Assembly reached me in Bermuda, I was just beginning a series of conferences with the prime Ministers and Foreign Ministers of the United Kingdom and France. Our subject was some of the problems that beset our world."*

Illocutionary act: Assertive (stating). Perlocutionary effect: Confidence.

2. Locution: *"During the remainder of the Bermuda Conference, I had constantly in mind that ahead of me lay a great honour. That honour is mine today as I stand here, privileged to address the General Assembly of the United Nations."*

Illocutionary act: Expressive (appreciating). Perlocutionary effect: Honour and happiness

3. Locution: *"At the same time that I appreciate the distinction of addressing you, I have a sense of exhilaration as I look upon this Assembly.*

Illocutionary act: Expressive (appreciating). Perlocutionary effect: Happiness

4. Locution: " *Never before in history has so much hope for so many people been gathered together in a single organization. Your deliberations and decisions*

during these sombre years have already realized part of those hopes."
Illocutionary act: Assertive (stating). Perlocutionary effect: Confidence and happiness.
5. Locution: *"But the great tests and the great accomplishments still lie ahead. And in the confident expectation of those accomplishments, I would use the office which, for the time being, I hold, to assure you that the Government of the United States will remain steadfast in its support of this body. This we shall do in the conviction that you will provide a great share of the wisdom, of the courage and of the faith which can bring to this world lasting peace for all nations, and happiness and well-being for all men."*
Illocutionary act: Commissive (promising). Perlocutionary effect: Encouragement and hopefulness.
6. Locution: *"Clearly, it would not be fitting for me to take this occasion to present to you a unilateral American report on Bermuda. Nevertheless, I assure you that in our deliberations on that lovely island we sought to invoke those same great concepts of universal peace and human dignity which are so clearly etched in your Charter."*
Illocutionary act: Assertive (reporting). Perlocutionary effect: Pride and confidence.
7. Locution: *"I therefore decided that this occasion warranted my saying to you some of the things that have been on the minds and hearts of my legislative and executive associates, and on mine, for a great many months: thoughts I had originally planned to say primarily to the American people."*
Illocutionary act: Assertive (stating). Perlocutionary effect: Excitement.
8. Locution: *"I know that the American people share my deep belief that if a danger exists in the world, it is a danger shared by all; and equally, that if hope exists in the mind of one nation, that hope should be shared by all. Finally, if there is to be advanced any proposal designed to ease even by the smallest measure the tensions of today's world, what more appropriate audience could there be than the members of the General Assembly of the United Nations."*
Illocutionary act: Assertive (claiming). Perlocutionary effect: Hopefulness and confidence.
9. Locution: *"The atomic age has moved forward at such a pace that every citizen of the world should have some comprehension, at least in comparative terms, of the extent of this development, of the utmost significance to every one of us. Clearly, if the peoples of the world are to conduct an intelligent search for peace, they must be armed with the significant facts of today's existence."*
Illocutionary act: Directives (demanding). Perlocutionary effect: Inspiring and encouraging.
10. Locution: *"My recital of atomic danger and power is necessarily stated in United States terms, for these are the only incontrovertible facts that I know, I need hardly point out to this Assembly, however, that this subject is global, not merely national in character."*
Illocutionary act: Directives (claiming). Perlocutionary effect: Determining and encouraging.

11. Locution: *"But let no one think that the expenditure of vast sums for weapons and systems of defence can guarantee absolute safety for the cities and citizens of any nation."*
Illocutionary act: Commisive (challenging). Perlocutionary effect: Worrying and warning.
12. Locution: *"Should such an atomic attack be launched against the United States, our reactions would be swift and resolute."*
Illocutionary act: Assertive (claiming). Perlocutionary effect: Confidence.
13. Locution: *"But for me to say that the defence capabilities of the United States are such that they could inflict terrible losses upon an aggressor, for me to say that the retaliation capabilities of the United States are so great that such an aggressor's land would be laid waste, all this, while fact, is not the true expression of the purpose and the hopes of the United States."*
Illocutionary act: Assertive (claiming). Perlocutionary effect: Hopefullness and confidence.
14. Locution: *"Could anyone wish his name to be coupled by history with such human degradation and destruction?"*
Illocutionary act: Directive (asking). Perlocutionary effect: Exclamation and claiming.
15. Locution: *"In this quest, I know that we must not lack patience. I know that in a world divided, such as ours today, salvation cannot be attained by one dramatic act. I know that many steps will have to be taken over many months before the world can look at itself one day and truly realize that a new climate of mutually peaceful confidence is abroad in the world. But I know, above all else, that we must start to take these steps - now."*
Illocutionary act: Directives (demanding). Perlocutionary effect: Inspiring and encouraging.
16. Locution: *"I therefore make the following proposal. The governments principally involved, to the extent permitted by elementary prudence, should begin now and continue to make joint contributions from their stockpiles of normal uranium and fissionable materials to an international atomic energy agency. We would expect that such an agency would be set up under the aegis of the United Nations. The ratios of contributions, the procedures and other details would properly be within the scope of the "private conversations" I referred to earlier."*
Illocutionary act: Assertive (proposing).
Perlocutionary effect: Offer, suggestion and expectation.
17. Locution: *"Against the dark background of the atomic bomb, the United States does not wish merely to present strength, but also the desire and the hope for peace. The coming months will be fraught with fateful decisions. In this Assembly, in the capitals and military headquarters of the world, in the hearts of men everywhere, be they governed or governors, may they be the decisions which will lead this world out of fear and into peace."*
Illocutionary act: Declarative (wishing).

Perlocutionary effect: Inspiring, encouraging and hopefulness.

18. Locution: *"I again thank representatives for the great honour they have done me in inviting me to appear before them and in listening to me so graciously."*

Illocutionary act: Expressive (thanking). Perlocutionary effect: Gratefulness and excitement.

5. Findings and conclusion

In conclusion, it has been proved that pragmatics as a discipline and tool, is very important as long as humans communicate in their different environment, on different occasions, context, social situations and knowledge. Particularly, speech acts in political speeches go a long way in ascribing meanings to the content given. In other words, the speech acts bring to the fore meaning in speeches. As it was observed above, while saying something other speech acts are performed; they are produced with definite intention and presupposition, and are perceived in different ways with various effects on the receivers. The speech acts in work do not only convey information or report data, but they also portraythe personality of the speaker. They are able promise, claim, complain, demand and persuade the audience. The findings of the speech analysis of Atoms for peace speech reveal that the speaker made use of the five stages of the illocutionary acts and five structural sentence types to convey his message to his audience clearly. In his speech acts, he mostly uses assertive and comissive speech acts, which, in turn, means that he wanted to claim and declare that they for peaceful use of uranium in future nuclear reactors. At the same time his declarative and directive speech acts give hope to the world, which was terrified after Hiroshima and Nagasaki and of the nuclear tests of the early 1950s. The United States then launched an "Atoms for Peace" program that supplied equipment and information to schools, hospitals, and research institutions within the U.S. and throughout the world. This paper, therefore, has been able to show how effective the speaker made use of words within the context of their situation and environment to influence the audience towards bringing a lasting solution to their problem.

References

1. Mirziyoyev Sh.M. The president of Uzbekistan decree of № PD 2909/20.04.2017.

2. Karimov I.K. Adabiyotga etibor, kelajakka etibor,- Tashkent, 2009. P.40.

3. Austin, J. L. How to do things with words. Oxford: Oxford University Press, 1962.

4. Beard, A. The language of politics. London: Routledge. 2000. P. 18.

5. Chilton, P. Analysing political discourse: Theory and practice. London, New York: Routledge. 2004. P. 14.

6. T Liebes, R Ribak Discourse & Society 2 (2),1991 203-222

7. Foucault, Michel. The Order of Things. New York City: Pantheon Books. ISBN 978-0-415-26737-3. 1970 – *P. 33.*

8. Searle, J. R. Speech acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge:

Cambridge University Press. 1969.
9. Simpson, P., & Andrea, M. Language and Power. London: Routledge. 2010. P. 42.43
10. Van Dijk, T. A. What is political discourse analysis. Belgian journal of linguistics, 1997. 11(1), 11-52.
11. Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. Discourse & Society, 4(2), 249-283
12. Address by Mr. Dwight D. Eisenhower, President of the United States of America, to the 470th Plenary Meeting of the United Nations General Assembly,Tuesday, 8 December 1953, 2:45 p.m. (https://www.iaea.org/about/history/atoms-for-peace-speech)
13.https://en.wikipedia.org/wiki/Discourse

USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE FORMATION OF STUDENTS' INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE

Azimova Maftuna Ilkhomovna
Alisher Navo'i Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature
The Faculty of Translation Theory and Practice, ELT teacher
maftunazimova96@gmail.com

This article indicates some barriers to using technology which is occurring intercultural communication. Technology can create interaction between students and teachers; however, some drawbacks are occurring in teaching via technology; some researches demonstrate that lack of level in digital literacy has impacts on students' motivation to study; plagiarism and cheating can be noticed among learners; technology can create an opportunity for students to communicate with native speakers and develop their communicative skills.

Keywords: *technical c u l t u r a l artefacts, audio-lingual method, constructivist learning, intensive grammar*

Introduction

In this modern world, technology is increasing rapidly and it has led to the development of using a variety of methods as well as approaches in teaching the English language as well as students' intercultural communicative competence. In the 21st of the century, EFL teaching demands learner to communicate effectively and properly in intercultural communicative circumstances. English language teachers tend to develop students' communicative competence through incorporating culture and identity as well. Because of web sources, educators can utilize various scopes of genuine materials, for example, digital broadcasts, video cuts, electronic books to improve understudies' oral execution and jargon also. As

Bates (2005) states that 'specialized social curios' have been considered as a piece of the universe of training. I might want to contend that advanced apparatuses are not perceived as the centre of our day by day life utilization yet, besides it is turning into a field of PC helped language learning and one of the pieces of showing the English language all in all. Celce Murcia states that innovation is significant for instructing talking as it gives understudies the opportunity practice, as well as they, can think about what they get
or produce. Most pundits contend that innovation, for example, PCs, workstations and cell phones, these sorts of terms will before long vanish. This article demonstrates a few issues of utilizing innovation in English classes.

Intercultural language learning

In the globalized community, acquiring the language is becoming a set of intercultural language learning. Intercultural language learning aims to help the learners to raise their awareness of cultural differences between their language and target language as well. It is known that culture is one of the essential concerns in language teaching now. There are a variety of approaches to teaching culture as part of language learning. The interest has led to developing approaches and teaching the language as well as the needs of communicating in the language. In intercultural language teaching, communicating is placed in the first place and the aim of teaching culture should be directed to enhance intercultural communicative skills and language skills as well. There are main approaches to language teaching which are related to culture:

- Acquiring cultures
- Comparison of cultures
- Exploring cultures

Methodology

Technology tools can shrink the world and create opportunities to make a connection with foreign speakers easily. Videoconferencing tools are considered to be more beneficial and convenient to contact with native speakers to develop their speaking skills. It is available and easy to use videoconferencing tools such as Zoom applications in the classroom. Using podcasts or digital audio is one of the free sources to find authentic materials and it can enhance students' listening skills. Authentic materials can develop students' cultural awareness .

The voice-based tool can allow recording students' voice and also teachers can import audio clips for creating podcast by themselves with background sound. It is proved that video is considered to be an effective method in teaching a foreign language. Teachers can use video in different ranges of instructional settings such as in classroom or distance –learning in order to interact with their facilitators. Moreover, both teachers and students can develop their videotapes so that the teachers may assess learners' performance (Farida Orazakynkyz, 2017). According to Canning –Wilson (2020) argues that most students have a preference for learning language using the video or video recording. It is believed that the majority of

students have insufficient ability to use the language in communication. The main issue is that teachers tend to focus on sentence structure while evaluating students' performance. Before teachers tended to use " Grammar translational method " focusing on grammatical structure. There are some doubts that intensive grammar lessons are not so effective. According to some researches, often the learners are supposed not to learn what they are taught. (Rod Ellis,2006, p94). Later projectors appeared in English classes to demonstrate presentations and interact with students. Moreover, instructors at the university used the Audio-lingual method in the lectures such as a teacher speaks during the lecture and students listen to them. In some cases, this method was not effective. According to some researchers, communicative competence is more beneficial and it can develop students' ability to acquire language naturally. Nowadays web-based learning is developing in English classes in order to enhance basic language skills such as reading, speaking and writing. This kind of innovative way of learning makes learning more interactive such as using g-mail, yahoo, telegram and zoom. Students can mail to their teachers while they are at home and teachers can also provide constructive feedback or suggestions for each students' work. As Jaffer, Ng'ambi and Czerniewicz (2007) mentioned that education technology can improve student' learning whether the objectives of education meet with an understanding of students in terms of education technology and purposes of using them in learning. There are wide varieties of learning and teaching such as traditional teaching and constructivist learning. In traditional teaching and learning can be interactive but it demands to work with each student taking into account individual learner progress (Juliet Joseph, 2012). The teacher has to participate in the lesson and students should have access to the teacher in any circumstances. Constructivist learning requires students to work with their peers or individual and it can be more interactive due to technology (Su, 2009). Technology-based learning can be set at any time with a teacher or without, learner–teacher interaction or learner-learner interaction where they can create learning and exchange their knowledge.

Barriers to educational technology

There are some issues of using technology in both learning and teaching. According to the Economist (2008) technology can be distractor and it might interrupt the learner as well as it causes to rise of cheating and plagiarism. However, there is another view by Koller, Harvey &Magnotta, due to the digital divide, there might be some challenges as the level of computer literacy can be different. It can lead to a lack of interaction between students and teachers. Furthermore, the lack of accommodating students with technical devices is also one of the main issues in education technology. Lack of motivation can also occur in learners' life such due to poor computer skills and lack of access, time and social awareness. (Catherall, 2005).

Implications

In this modern world, every teacher should integrate technology into his or her lesson

as it brings meaningful teaching and learning to the class. There are some barriers between students and technology, however, it would be an effective lesson if the technology is blended with the traditional teaching method.

REFERENCES:

1. Celce-Murcia. Language teaching approaches An overview. In M. Celce-Murcia (ED.), Teaching English as a second or foreign language (3rd ed.,pp.3- 11). Boston, MA: Heinle and Heinle .- 2001
2. Catherall, P.Skills exchange experience by students in the education technology/e-learning. Powerpoint presentation
3. Perkins.D. Technology meets constructivism: Do they make a marriage? In Duffy, T.&Jonassen, D., Constructivism and the technology of instruction. Lawrence Erlbaum Associations Inc. New Jersey. -1992.
4. Koller, V., Harvey, S&Magnotta, M.International Journal of Education and development using information and communication technology.- 2001.Volume 3.Issue 4.pp131-142
5. Su, B. Effective technology integration: Old topic, new thoughts. Monterey Bay, USA.- 2009.

XORIJIY TILNI O‘QITISH VA O‘RGANISHDA KOMMUNIKATIV KO‘NIKMALARNI BAHOLASHNING AHAMIYATI

Bakiyev Xabibulla Maxamatjanovich
A.Navoiy nomidagi Toshkent davlat
o'zbek tili va adabiyoti universiteti
khabibullabakiyev@gmail.com

Maqola hozirgi globallashuv jarayonida oliy ta‘lim tizimining rivojlanishi uchun kommunikativ ko‘nikmalarni baholashning muhimligi hamda o‘qib tushunish malakasini baholash bilan bog‘liq muammolarni ko‘rib chiqadi. Bundan tashqari, ushbu malakani aniqlashda muhim ahamiyat kasb etadigan talablanig boshqa jihatlarini keltirib o‘tadi.

Kalit so'zlar: *kommunikativ ko‘nikmalar, talabaning shaxsiy sifatlari, o‘qib tushunish, baholash.*

The article discusses the importance of assessing communicative skills for the development of the higher education system in the current process of globalization, as well as the problems associated with the assessment of reading comprehension skills. It also cites other aspects of the requirement that are important in determining this qualification.

Hozirgi davrda o‘qish ma’lumot olishning eng muhim unsurlardan hisoblanib, bu holat bir nechta tillarda idrok hamda tahlil qilinganda o‘rganuvchining ma’lum soha yuzasidan to‘liqroq bilimga ega bo‘lish imkoniyati ortadi. Bundan tashqari,

bugunning talabasi, tahlillar ko‘rsatganidek, jahonning ilg‘or ta’lim dargohlarida tahsil olishni xohlasa, nutqning eng muhim turi – o‘qib tushunish malakasini mustahkam egallashi lozim. Shundan kelib chiqib aytish mumkinki, o‘qib tushunish malakasining kognitiv va metakognitiv jihatlarini qamrab oladigan ko‘nikma va strategiyalarni shakllantirish va rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘qib tushunish malakasini o‘zlashtirish ko‘rsatkichi va uning mazmuni ta‘lim muassasalarida nazorat turining bir shakli sifatida o‘z aksini topishi lozim. O‘zbekistondagi oliy ta’lim muassasalarining jahonning yuqori o‘rindagi universitetlar ro‘yxatiga kirishga intilayotgan bir paytda, talabalarning akademik mobillik talabiga javob berishi uchun ham muhim hisoblanadi.

Biroq amaldagi nazariy-uslubiy adabiyotlar va me’yoriy hujjatlar (standartlar, dasturlar) tahlili ushbu sohadagi bir qator tafovutlar mavjudligini ko‘rsatadi, xususan:

- kommunikativ ko‘nikmalarni baholash uchun qo‘llaniladigan mahalliy va xorijiy amaliyotdagi terminologiyaning nomuvofiqligi;
- kommunikativ ko‘nikmalarni baholashda turli xil yondashuvlar mavjud: chet el universitetlarida yozma nazorat shaklining keng tatbiq qilinishi va yurtimizda bu sohada umumiy to‘xtamga kelinmaganligi;
- talabalar bilimini baholashda test shakli keng qo‘llanilishi sababli lingvodidaktik metodologiyaning rivojlanmaganligi;
- yurtimizda chet tillar CEFR (Umumyevropa Til Ko‘nikmasi Qolipi) deskriptori (tasnifi) asosida o‘qitilishiga e’tibor berilsa-da, til ko‘nikmalarini baholash borasida nomutanosibliklar mavjud.

Xorijiy tillardagi kommunikativ kompetensiyani baholashga yo‘naltirilgan hozirgi kun test tizimlari kutilgan sifatni ta’minlamasligi bu nazorat turining yaroqliligi va ishonchliligini savol ostiga qo‘yadi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, buning sababi test ishlab chiquvchilarda baholashning yagona o‘lchov mexanizmi ustida bir to‘xtamga kelmaganligidir. Ta’kidlash joizki, xatto chet el testologiyasida ham ushbu sohada yakdillik mavjud emas. Bizning baholash metodologiyamizda asosan psixologik va pedagogik sinov terminlari keng qo‘llaniladi.

O‘qib tushunish malakasini baholash jarayoniga bevosita va bilvosita aloqadorlar va ko‘zlangan maqsadlar [10.6]

Baholash bilan aloqadorlar	**Baholash maqsadlari**

Talabalar	O‘zlashtirish yuzasidan hisobot berish; Ruhlantirish va ilhom berish; Baholash jarayonini tadqiq etish; Mustaqil o‘qish ko‘nikmasini shakllantirish.
O‘qituvchilar	Talabalarning o‘zlashtirish xususiyatlarini aniqlash; Ko‘rsatmalar berish; Talabalarni baholash va baholash mexanizmini shakllantirish; O‘qish qobiliyati yuzasidan talabalarning kuchli va kuchsiz jihatlarini aniqlash.

Ta’lim muassasi rahbariyati	O‘qish bilan bog‘liq o‘quv dasturlarini tahlil qilib borish; Ta’lim muassasasi hamda pedagoglarning salohiyatini nazorat qilish; Mavjud resurslar taqsimoti bilan shug‘ullanish; Pedagoglarning kasbiy rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash.
Ota-onalar	Farzandlarining yutuqlari haqida xabardor qilish; Farzandlarining o‘qish qobiliyatini rivojlantirishda ta‘lim muassasasi bilan o‘zaro harakatlarni muvofiqlashtirish.
Hukumat	Ta‘lim sifatini nazorat qilish; Ta‘lim muassasasining yutuqlarini keng jamoatchilikga tanishtirib borish.
Soliq to‘lovchilar	To‘layotgan soliqlari samarali sarf qilinayotganiga ishonch hosil qilish

Yuqorida ta’kidlaganimizdek o‘qib tushunishni baholashda foydalaniladigan aksariyat topshiriq turlari test topshiruvchilarning kognitiv strategiyalari hamda o‘qib tushunish qobiliyatlarini aniqlashda muhim o‘ringa ega. Ko‘pchiligimiz bu holat bilan maktabdagi tajribamiz orqali juda yaxshi tanishmiz. O‘qib tushunish jarayonini fonetika va grafikadan xabardorlik, so‘zlarni vizual eslab qolish va nutq ravonligi [8.3], shuningdek, lug‘at boyligi [1.571] va matnning prepozitsiyasi va presuppozitiv mazmunini anglash [13, 35] kabi jihatlar muvaffaqiyatli amalga oshishini ta’minlaydi. Biroq yuqoridagi jihatlar o‘qib

tushunish malakasinining ayrim xususiyatlarni e'tibordan chetda qoldiradi. Ana'naviy baholash usullari talabaning individual yutug'idan ko'ra tanlangan pedagogik metod va o'quv dargohining o'qitish uslubining naqadar to'g'ri ekanligini ko'rsatishga mo'ljallangan. Sir emaski, yurtimizdagi ta'lim maskanlaridagi ta'lim sifatini baholashda talabalarning umumiy egallagan bilim va ko'nikmalarini aniqlash ustuvor yo'nalishdir. Bresi [1.158] ta'kidlaganidek, standartlashtirilgan test tizimlari zamonaviy pedagogika va talabalarning "ijodkorlik, tanqidiy fikrlash, motivatsiya, qat'iyatlilik, yumor hissi, ishonchlilik, shijoat, vatanga daxldorlik tuyg'usi, o'z harakatlarini boshqarish va o'zini tarbiyalash, hamdardlik tuyg'usi, yetakchilik va o'rab turgan olamga bo'lgan mehr-muhabbat" kabi muhim shaxsiy omillarning rivojlanish ko'rsatkichlariga e'tibor qaratmay kelmoqda. Talabalarning o'qib tushunish borasidagi o'zlashtirish ko'rsatkichlarini to'liqroq ochib berish uchun yuqoridagi jihatlar ham baholash mezonlariga kiritilishi zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Bracey, G.W Test score in the Long Run: Not Important. Education. Disinformation. Detection and Reporting Agency.
2. Dougherty Stahl, K. A., & Bravo, M. A. (2010). Contemporary classroom vocabulary assessment for content areas. Reading Teacher, 63(7), 566- 578. https://doi.org/10.1598/RT.63.7.4
3. Enright, M., Grabe, W., Koda, K., Mosenthal, P., Mulcahy-Ernt, P., & Schedl, M. (2000). TOEFL 2000 reading framework: A working paper. TOEFL monograph, 17. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
4. Fuchs, L., Fuchs, D., Hosp, M., & Jenkins, J. (2001). Oral reading fluency as an indicator of reading competence: A theoretical, empirical, and historical analysis. Scientific Studies of Reading, 5, 239–56.
5. Grabe, W. (2009). Reading in a second language: Moving from theory to practice. New York, NY: Cambridge University Press.
6. Green, A., Unaldi, A., & Weir, C. (2010). Empiricism versus connoisseurship: Establishing the appropriacy of texts in tests of academic reading. Language Testing, 27(2), 191–211.
7. Hawkey, R. (2009). Examining FCE and CAE: Key issues and recurring themes in developing the First Certificate in English and Certificate in Advanced English exams. Studies in language testing, 28. New York, NY: Cambridge University Press.
8. Jamieson, J. (2011). Assessment of classroom language learning. In E. Hinkel (Ed.), Handbook of research in second language teaching and learning (Vol. 2, pp. 768–85). New York, NY: Routledge.
9. NICHD Eunic Kennedy Shriver National Institute of Child Health and Human Development. (2000). Rockville, MD, The USA
10. Keenan, J., Betjemann, R., & Olson, R. (2008). Reading comprehension tests vary in the skills they assess: Differential dependence on decoding and oral

comprehension. Scientific Studies of Reading, 12(3), 281–300.
11. Khalifa, H., & Weir, C. J. (2009), Examining reading. Cambridge, England: Cambridge University Press.
12. Kobayashi, M. (2002). Method effects on reading comprehension test performance: Text organization and response format. Language Testing, 19(2), 193–220
13. Peter Afflerbach (2019). Understanding and Using Reading Assessment, K–12, 3rd Edition
14. Snow, Catherine E. Reading for understanding: toward a research and development program in reading comprehension (2002) Research and Improvement (OERI), U.S. Department of Education. Santa Monica, CA The USA

РОЛЬ И КОМПЕТЕНЦИЯ УЧИТЕЛЯ В ПОДГОТОВКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Бегибаева Нилуфар Джураxановна
Докторант Узбекского государственного университета мировых языков
Begibaeva@yandex.ru

Аннотация. *Статья посвящена роли учителя английского языка в подготовке профессиональных кадров в эпоху глобализации, его языковой компетенции, включая навык владения грамотной письменной речью и влиянию этой компетенции на обучающихся. Совершенствование письменных навыков учителя необходимо для поддержания статуса всего государства, так как учитель оказывает влияние на успех образования.*

Ключевые слова: *глобализация, подготовка кадров, учитель, компетенция, письменная речь.*

Глобализация в мире требует подготовки специалистов качественно нового уровня в любой сфере, включая туризм и информационные технологии. Начиная с 2012 года в стране реализуются много мероприятий, нацеленных на улучшение качества образования и интегрирования республики в мировое сообщество и подготовки кадров для глобального рынка труда. В подготовке профессионалов самая важная и ответственная роль ложится на учителя иностранного языка. Именно учитель и школа выступают начальной кузницей кадров для работников туризма и других областей, которые являются звеньями в цепочке процессов глобализации. Нынешние

профессионалы должны владеть языком не только устным, но и письменным на высоком уровне, так как любые платформы, содержащие рекламный контент, будь то вебсайт, постер, брошюра или флаер, требует грамотной письменной речи от составителя. Образование практически в любой стране рассматривается как один из важных рычагов развития любого государства, в силу чего ответственные за образование лица должны уделять первоочередное внимание педагогическому обучению, поскольку учителя являются краеугольным камнем в формировании обучения, личности и будущего учащихся. Недостаточная подготовка учителей может привести к ухудшению жизни целого поколения и отставанию всего государства от всемирных процессов развития. Основательная учебная, культурная и педагогическая программа подготовки учителей является фактором, способствующим успеху образовательного процесса. Следовательно, программы подготовки учителей должны предоставить обучающимся необходимые навыки, которые позволят им быть эффективными учителями. Говоря об учителях английского языка как иностранного в Узбекистане, речь идет как о методической подготовке учителей, так и о подготовке их лингвистических компетенций, так как учитель, владеющий методикой, без знания языка будет эффективно обучать учеников неправильным формам и ошибочным конструкциям. О роли учителя высказывались многие лингвисты. Так, Канх и Ренандя [18, 72] говорили о том, что в улучшении качества языкового обучения и в развитии и совершенствовании письменных навыков, обучающихся высокие требования предъявляются к уровню владения языком учителей; мастерство владения языком учителями иностранного языка может играть ключевую роль в качестве преподавания и обучения иностранного языка и иноязычного письма. Это имеет первостепенное значение в контексте английского языка как иностранного (EFL), особенно в азиатском контексте, где ставится под сомнение владение языком не носителей языка (non-native speakers - NNS) (Наката [12, 79]; Цанг [17, 108]). Многие ученые предполагают существование причинно- следственной связи между уровнем владения иностранным языком учителя и качеством преподавания и обучения иностранного языка. Ричардс [15, 23] утверждает, что более высокий уровень владения языком учителя приводит к лучшему качеству обучения. В последнее время много исследований и доказательств о том, что обучение иностранному языку будет эффективным только при условии, если сами преподаватели иностранного языка, а в нашем случае – английского, будут владеть продвинутым уровнем языка (например, Канх и Ренандя[18, 77]; Фаез и Карас [5, 140].

Знания, навыки и опыт учителей в обучении письму играют важную роль на пути профессиональной подготовки учителя. Очень часто навык письма игнорируется при обучении иностранному языку, потому что зачастую сами учителя не имеют достаточной подготовки в преподавании письменной речи и владеют ею в недостаточной мере.

Как справедливо утверждает Хайланд [9, 240] «учитель и его знания должны играть важную роль в поддержке когнитивных развитий, оповещении студентов об их сильных и слабых сторонах, а также в содействии приобретения дисциплинарных предметов и письменных соглашений». Поэтому учитель, которому не хватает ожидаемого и стандартного уровня письменной грамотности, не будет в состоянии помочь ученику улучшить его правописание, и ошибки, совершаемые учителем, могут ввести в заблуждение учеников. Преподаватели со слабой письменной речью, могут столкнуться с большим количеством проблем в исправлении письменных заданий учеников на иностранном языке [16, 331]. Письменной речи студентов и учеников посвящено много исследований, однако, проблема учителей грамотно писать недостаточно исследована. Насколько нам известно, есть только одно исследование Денни [2, 229], в котором автор изучает роль письменных навыков учителей и ее потенциальное влияние на улучшение письменных навыков учеников на иностранном языке. Денни исследовал навыки письменной речи 15 англоязычных карибских учителей английского языка. Следует обратить внимание, что данные учителя провалили письменное задание по системе оценивания университета. Основываясь на этих исследованиях Денни сделал вывод, что преподавателям необходимо практиковаться больше в письменной речи с тем, чтобы развить в себе принципы грамотной письменной речи. Одной из рекомендаций у Денни было участие преподавателей в исследованиях и написание научных статей исследований, которые они проводят. Именно этот пункт и предусмотрен в Постановлении № 823 кабинета министров Республики Узбекистан от 30 сентября 2019 «О порядке совершенствования материального стимулирования отличившихся сотрудников общеобразовательных учреждений», который регулирует выплату надбавок учителям школ. Вследствие того, что учителя английского языка в школах зачастую не владеют письменной речью на требуемом уровне, умение оценивать письмо своих студентов тоже далеко от объективного, даже при наличии критериев. В недавнем исследовании Марефат и Хейдари [10, 24] изучили оценивание учителей-носителей языка и не носителей и пришли к выводу, что не носители языка при тех же критериях оценивали работы студентов строже, чем их коллеги-носители языка. Также были существенные различия между этими двумя группами в представлениях о сложности и важности организации и грамматики, хотя такой строгий подход не носителей языка не помогал обучающимся развить навыки письменной речи и стратегии самостоятельного редактирования своих работ. Это может говорить о том, что, либо критерии оценивания интерпретируются неправильно учителями не носителями языка, либо вследствие недостаточного владения иностранной речью, учителя не могут находить действительно проблематичные конструкции.

Крусан и др. [2, 43] в исследовании оценки письменной грамотности, которая включала знания, убеждения и практику 702 учителей правописания

обнаружили, что у четверти учителей не было или было мало практики в обучении и оценке письменной грамотности. Кроме того, были значительные различия между учителями в плане лингвистической грамотности и учительского опыта.

Как показывает литература, результаты исследований не являются полными и окончательными. Необходимо проведение дальнейших исследований в области писательского мастерства учителей и их влияния на практику в аудитории. Чтобы получить более полную картину практики учителей, нам необходимо рассмотреть такие факторы, как философия и практика учителей при изучении и обучении письменной речи, а также потребности и предпочтения обучающихся.

Исследователь Феррис [6, 8] по праву подчеркивает, что «голоса учителей были недостающим звеном в научно-исследовательской базе до настоящего времени» (стр. 6), так как практика учителей в контексте преподавания в классе в значительной степени зависит от знаний учителей, их личных убеждений и теорий.

Феррис [6, 9] использовала смешанные методы для изучения философии и практики преподавателей англоязычного письма, как опрос и собеседования, их отзывы на письменные работы студентов. Анализ данных показал, что, хотя во многих отношениях наблюдаемая практика учителей соответствовала тому, что они отметили в ходе опроса, также были выявлены некоторые несоответствия между ответами и практикой учителей. В итоге можно сделать вывод, что учителя сами должны оценить свои собственные стратегии и практики развития письменной речи и внести необходимые корректировки. Владение учителя грамотной письменной речью приведет к тому, что их отзыв о работе своих студентов будет способствовать улучшению навыков письма учеников, а не ограничиваться подсчетом грамматических ошибок и оправданием выставляемых оценок. Такой подход в последнем случае не может мотивировать обучающихся и даже может привести к недопониманию между обучающимся и учителем.

На сегодняшний день исследователи иностранных языков изучили различные аспекты влияния грамотной письменной речи на повышение аккуратности правописания у обучающихся иностранному языку. Однако, несмотря на растущий объем исследований по этому поводу, есть много аспектов, которые остались незамеченными, недостаточно исследованными или не исследованными вообще.

Изучение проблем учителей в своем письме и в преподавании письменной речи становится важным аспектом в научных изысканиях методики преподавания, так как необходимо видеть текущую и будущую потребность в хороших навыках письма. Учителя и учащиеся со слабым знанием английского языка могут отставать в своей академической и профессиональной карьере. Результаты этого исследования важны для представления труднопреодолимых препятствий для преподавателей английского языка Узбекистана в преподавании письменности и имеют

отношение к качеству образования в целом.

Результаты обучения иноязычному письму являются результатом взаимодействия между учебным процессом и процессом обучения, контекстом учебных программ и индивидуальными особенностями учителя и ученика. Учебный контекст, с одной стороны, - это среда, устанавливаемая учителем и учебным заведением через структуры курса, содержания учебного плана, методов обучения и оценки. Что касается личностных факторов учителя, то они могут включать в себя предшествующие знания, способы обучения, мотивацию, ожидания. В соответствии с этим, результаты обучения являются результатом учебных программ и практических занятий и знаний учителя в целом. Считается, что в любых учебных программах и процессах обучения необходимо много компонентов. Одним из важных элементов, среди прочих, для формирования лингвистической компетенции учителя и языковой осведомленности об иноязычной речи является обучение грамматике. Хорошо спланированные грамматические инструкции и задания могут совершенствовать языковую компетентность и понимание иностранного языка. В ходе нашего исследования было обнаружено, что существует много грамматических проблем, которые необходимо устранить в ходе профессиональной подготовки учителя английского языка.

Печальная реальность такова, что зачастую языковая компетенция, включая и письменную, находится не на должном уровне у учителей английского языка, хотя и грамматика, и письменная речь изучается в университетской подготовке преподавателей (PreSETT – Pre-service Teacher Training) в виде отдельных модулей. Проблема заключается в том, что практикующие учителя не могут интегрировать знания грамматики, усвоенные в модуле «Грамматика», в навыки письма, когда они изучают модуль «Чтение и письмо». Очевидно, в курсы профессиональной подготовки необходимо включить модуль письма и возможность применять на письме грамматические знания. Причем грамматика должна быть специфичная, присущая письменной речи, так как устная речь позволяет вариации и в некотором смысле неточности с тем, чтобы поправить эти неточности в потоке последующей речи. Как нам известно, навык письма относится к комплексному навыку, так как он требует грамматической компетенции, языковой осведомленности и формирования идей для коммуникации. Учителя английского языка должны обладать достаточной грамматической компетенцией и знанием языка, чтобы поддерживать свои языковые навыки, особенно навыки письма и развивать их в своих учащихся. Английский язык в Узбекистане является иностранным языком, следовательно, общение вне класса происходит на других языка (узбекский, русский, каракалпакский и др.). Такие условия требуют серьезного подхода, где, среди прочего, грамматическое обучение иностранному языку является основополагающим для построения грамматической компетенции, языковой осведомленности и коммуникативных способностей.

Другой причиной, по которой у учителей в недостаточной мере усовершенствованы навыки письма, может быть несоответствие между теоретическими знаниями, которые учителя получили в вузе и их преподавательской практикой в школах (Zeichner, 2010). В числе остальных причин упоминается сопротивление учителей новым инновационным идеям и страх использовать их, чтобы не показать свою некомпетентность перед учениками; кроме того, низкая мотивация в процессе обучения, тоже может привести к некачественному образованию учителей и их подготовке к практике. Иногда методы, преподаваемые отдельными учителями во время подготовки будущих преподавателей английского языка, могут также оказывать неблагоприятное влияние как на будущих учителей, так и на разработку хорошей программы педагогического образования. Наконец, отсутствие подотчетности, скорее всего, станет еще одной причиной неэффективного обучения преподавателей второго языка [14, 158].

Письменная речь учителей, которые учатся на курсах повышения квалификации, равно как и будущих учителей, которые обучаются в высшем учебном заведении, должна иллюстрировать их понимание своих коммуникативных целей, целей читателя и контекста письма. Несмотря на то, что многочисленные подходы к обучению иноязычному письму (например, основанный на продукте подход, процессный подход и постпроцессный подход) развивались из разных методов обучения, обучение иноязычному письму по-прежнему остается одним из самых сложных навыков как для учителей, так и студентов. На данном этапе развития образования в Узбекистане, к учителям школ предъявляются высокие требования владения навыком письма. Так, например, они должны уметь писать академические статьи на английском языке и публиковать их в журналах; любой конкурс на лучшего учителя английского языка предполагает написание эссе. И хотя, будучи студентами, учителям преподавалось письмо, школьные учителя по-прежнему испытывают много трудностей в написании своих эссе и статей, о чем свидетельствуют результаты написанных учителями эссе. Важность умения писать эссе для студентов и для преподавателей отмечалось еще Грейбом и Капланом, которые утверждали, что обучающимся английскому языку в контексте иностранного языка понадобятся навыки английского письма, начиная от простого абзаца и навыков краткого описания до умения писать сочинения и профессиональные статьи. В дополнение к составлению пояснительных, аргументативных и повествовательных частей письма в течение курса и в условиях экзамена учителям необходимо писать формальные письма, отчеты об исследованиях, планы уроков и переводы узбекского или русского текста. Если они добились совершенства в письме, то навыки письма будут переданы их ученикам.

Преподаватели и тренера учителей сталкиваются с определенными трудностями в обучении письму. Как отмечают многие учителя английского языка, приобретение навыков письма кажется более трудоемким и сложным,

чем приобретение трех других языковых навыков [20, 10]. Точно так же Ньюнан [13] считает создание связного фрагмента письма огромной проблемой, особенно на втором или иностранном языке. Для иноязычных обучающихся это усугубляется еще и тем фактом, что риторические правила английских текстов - структура, стиль и организация - часто отличаются от таковых в других языках. Именно из-за этого требуется много усилий для того, чтобы распознать такие различия в родном и английском языке, а потом и справиться с ними. Во многих странах, в том числе и в Узбекистане, системы образования уделяют особое внимание развитию иноязычного письма. Однако, для многих будущих учителей английского языка единственная возможность попрактиковаться в написании – это сдать задания или экзамены по модулю “Reading and Writing” в программе подготовки бакалавров. В этом случае не проявляется ценность письма как конечного продукта, который дойдет до определённой аудитории и вызовет интерес к данному письму. Такой подход снижает ценность письма, так как конечный продукт направлен только на чтение продукта учителем и получением от него оценки. В этом случае письмо становится искусственно созданным продуктом, так как не имеет реальной цели или перспективы целевой аудитории. Письмо становится деконтекстуализированным. Большинство исследований в области развития письменных навыков рассматривали особенности различных аспектов письма и трудности и проблемы создания грамотной письменной речи. Необходимость подобного исследования в контексте Узбекистана обусловлена следующими причинами. Во-первых, было отмечено, что обучающиеся учителя зачастую не могут четко выражать свои мысли в письменной форме, в форме хорошо организованных и согласованных планов уроков, а также отчетов об их рефлексивной практике преподавания. Во-вторых, преподаватели английского языка не могут научить своих учеников тому, как развивать их письменные навыки. В-третьих, часто для письма им предлагаются такие темы, которые очень обобщены и более того, к этой теме никаких сопутствующих советов и указаний не приводится; также не предоставляется фидбек к таким эссе. Такая процедура скорее препятствует изучению письму, нежели помогает ему. Наконец, необходимо таким образом обучать учителей письму, чтобы в дальнейшем не только знания, но и методика развития письма была бы ими использована в своей учительской практике. Кроме того, рекомендуется оснастить учителей такими инструментами, чтобы они могли практиковать и улучшать свою письменную речь самостоятельно.

Рассмотрим, в каких случаях и с какой целью учителя английского языка используют письмо после вузовского образования в своей повседневной практике. Учителя пишут на английском языке для того, чтобы сдать тест и получить надбавку; для того, чтобы улучшить навыки критического мышления и знания иностранного языка; чтобы самообучаться и улучшить навыки общения и быть конкурентоспособным в различных

образовательных заведениях, включая, к примеру, международные и президентские школы, которые получают все более широкое распространение. В соответствии с этими целями разрабатываются и различные стратегии в обучении письму. Эти стратегии включают в себя описание личного опыта и практики, использование литературы, точные и конкретные инструкции перед письменным заданием, ведение блогов и журналов, использование компьютерных технологий при письме и использование корпуса. Исследователи, изучающие иноязычное письмо, отмечали, что если дать в качестве письменного задания описание личного опыта, то такие темы заданий могут стимулировать письмо и может быть полезным для развития навыков письма [11]. Одновременно, давая такие задания учителям на курсах повышения квалификации, необходимо их учить и тому, какие темы письма могут заинтересовать их учеников, то есть изучить и межпредметную связь школьной программы. Говоря о точных инструкциях к заданию как еще одной стратегии улучшения письменной речи, уместно вспомнить Эль-Коуми [4], который наглядно показал, что эксплицитные инструкции и грамматические объяснения риторических конструкций приводят к лучшему качеству письма и помогают развить письменную компетенцию. Альбертсон [1] утверждает, что для взрослых обучающихся, каковыми являются в нашем исследовании практикующие учителя школ, именно эксплицитное обучение является эффективным. Вместе с экономией времени это позволяет, опираясь на предыдущий опыт практики учителей, быстро и эффективно достичь цели. Следующим шагом на пути к совершенствованию письма учителей, является их повсеместное использование информационных технологий. Научная литература знает немало примеров использования компьютерных технологий в иноязычном письме. В целом была отмечена корреляция между использованием компьютерных технологий и улучшением синтаксических и грамматических конструкций обучающихся. Помимо офисных приложений Майкрософта, много приведено примеров использования и мобильных приложений. Однако, следует упомянуть и недавнее изобретение Grammarly, которое имеет более расширенные функции, помогающие обучающимся редактировать свое письмо эффективнее офисных программ. Практика показывает, что если вначале взрослые обучающиеся допускают много ошибок, исправленных данной программой, то постепенно данные исправления доводятся до автоматизма и обучающийся уже сам в состоянии контролировать и исправлять собственные ошибки. Еще одним преимуществом этой программы является то, что, будучи установленной на компьютер, она проверяет письмо пользователя как на интернет-сайтах (Facebook, e-mail, translator), так и на офисных приложениях (Word, Excel, Publisher), куда ее можно установить. Недостатком ее может то, что необходимо интернет подключение для работы на Grammarly и исправление британского на американский вариант английского. Наличие Grammarly на PlayMarket делает возможным проверять письмо не только на компьютере,

но и во время письма на мобильным устройстве, при использовании мессенджеров и электронной почты. А его довольно положительная оценка на платформе PlayMarket и более 10 миллионов скачиваний позволяет утверждать, что данная программа является неплохим помощником для иноязычных пишущих. Однако для этого обучающиеся должны быть натренированы и подготовлены к использованию программы и в самом начале нуждаются в мониторинге и поддержке со стороны тренеров, чтобы сэкономить время и усилия.

Далее, эффективные упражнения, которые учитывают ошибки обучающихся именно этой категории, тоже будут большим подспорьем в развитии письменной речи. Настоятельно рекомендуется, чтобы некоторые из вышеперечисленных стратегий использовались в комплексном подходе для развития письменной речи. Во-первых, использование практического опыта учителей и выбор тем для письма по их интересам поможет преодолеть препятствие в письме, на которое они жалуются. Во-вторых, эксплицитные инструкции и объяснение грамматики, риторических конструкций и подходящих слов, поможет избежать неопределенности и двусмысленности в построении предложений и выражении идей. В дополнение к вышеперечисленному, информационно-коммуникационные технологии, включая компьютерные программы и приложения и корпус, будут помогать самостоятельному редактированию и исправлению ошибок. И, наконец, комплекс эффективных упражнений, поможет обучающимся на профессиональных курсах учителям развить беглость и точность письменной речи.

Умение правильно оценивать письмо важно для учителя как преподавателя, так и как обучающегося письму. Как преподаватель, учитель может отслеживать, насколько результаты обучения соответствуют целям курса. А в качестве обучающихся письму самостоятельно или на курсах повышения квалификации учителя смогут видеть свои сильные и слабые стороны, и насколько далеко они продвинулись в улучшении своих навыков письменной речи. Таким образом, оценивание поможет развить и улучшить навыки собственного письма и поможет в планировании и обучении учеников.

Когда учитель сам не может писать ясно и точно, то он не может помочь ученикам улучшить их навыки правописания. Владение языком самим учителем может влиять на то, что и как усваивают знания и навыки ученики. Как уже обсуждалось, уровень квалификации учителей может иметь прямое влияние на преподавание и обучение. Как выразился один из практикующих учителей, письмо - это навык, которому уделяется мало внимания в контексте английского языка как иностранного. Кроме того, как было изучено, курсы по письму, преподаванию и оценке правописания не занимают важное место в программах курса повышения квалификации учителей средних школ. Следует отметить, что такое положение уходит корнями в философию, лежащую в основе учебных курсов для преподавателей языка, которые ориентированы исключительно на общее

владение языком и не затрагивают профессиональную и педагогическую потребности [7, 31]. Мы должны обеспечить обучение письменности и оценочные курсы для учителей, чтобы достичь высокого уровня квалификации для удовлетворения языковых потребностей как учителя, так и ученика.

Учитывая, что большинство учителей не имели большого опыта в эффективном преподавании письма, можно предположить, что и оценивание ими письменных работ своих учеников тоже не будет объективным. Следовательно, в курсы совершенствования письма необходимо ввести элемент оценивания и самооценивания письменной речи, так как неверная оценка и отзыв о работе может не только не помочь, но и навредить ученику в его процессе получения знаний. Вследствие некомпетентности самих учителей и их пробелов в педагогических и дингвистический знаниях письменные работы учеников большей частью не возвращаются для доработки и редактирования. Для учителя не носителя языка такие проблемы имеют место, однако на помощь может прийти технологии, нацеленные на проверку и редактирование работ, пользоваться которой необходимо учить преподавателей.

Резюмируя вышесказанное, хочется отметить, что учителя, несмотря на наличие диплома о высшем образовании, все еще имеют пробелы в письменной речи, которые необходимо восполнять. Одновременно с совершенствованием письма, рекомендуется практиковать их и в оценивании письменных работ, как своих, так и работ учеников, и давать возможности для редактирования и переписывания письменных заданий. Для таких целей необходимо информировать учителей о наличии технологий, нацеленных именно на развитие и улучшение письма и дать им возможность практиковаться в использовании таких технологий, чтобы они могли применять их не только для себя, но и для своих занятий с учениками. Эти стратегии, надеемся, помогут учителям в области развития письменной речи и их грамотности, которая в настоящий момент недостаточно изучена. Как подчеркивал Ричардс [15, 7], в будущих исследованиях необходимо сосредоточить внимание о роли владения языком учителя в формировании практики учителя в классе и особенности влияние владения языком учителя на различные языковые навыки и разновидные аспекты обучения в классе. Эти актуальные вопросы заслуживают изучения в будущих исследованиях.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Albertson L. R. A cognitive-behavioral intervention study: Assessing the effects of strategy instruction on story writing. – 1999.

2. Crusan D., Plakans L., Gebril A. Writing assessment literacy: Surveying second language teachers' knowledge, beliefs, and practices //Assessing writing. – 2016. – Т. 28. – С. 43-56.

3. Denny S. L. Seeing writing right and righting writing: an investigation into teacher writing proficiency //International Journal of Humanities and Social

Science. – 2011. – Т. 1. – №. 3. – С. 221-234.
4. El-Koumy A. S. Effects of student self-assessment on knowledge achievement and academic thinking //Education Resources Information Center (ERIC), USA. – 2001.
5. Faez F., Karas M. Connecting language proficiency to (self-reported) teaching ability: a review and analysis of research //RELC Journal. – 2017. – Т. 48. – №. 1. – С. 135-151.
6. Ferris D. R. Responding to student writing: Teachers' philosophies and practices //Assessing Writing. – 2014. – Т. 19. – С. 6-23.
7. Freeman D. The case for teachers' classroom English proficiency //RELC Journal. – 2017. – Т. 48. – №. 1. – С. 31-52.
8. Grabe W., Kaplan R. B. Theory and practice of writing: An applied linguistic perspective. – Routledge, 2014.
9. Hyland K. Faculty feedback: Perceptions and practices in L2 disciplinary writing //Journal of Second Language Writing. – 2013. – Т. 22. – №. 3. – С. 240-253.
10. Marefat F., Heydari M. Native and Iranian teachers' perceptions and evaluation of Iranian students' English essays //Assessing Writing. – 2016. – Т. 27. – С. 24-36.
11. Milner L. A. The language of loss: Transformation in the telling, in and beyond the writing classroom : дис. – Indiana University of Pennsylvania, 2005.
12. Nakata Y. Improving the classroom language proficiency of non-native teachers of English: what and how? //RELC Journal. – 2010. – Т. 41. – №. 1. – С. 76-90.
13. Nunan D. Second Language Teaching & Learning. – Heinle & Heinle Publishers, 7625 Empire Dr., Florence, KY 41042-2978, 1999.
14. Richards J. C. Second language teacher education today //RELC journal. – 2008. – Т. 39. – №. 2. – С. 158-177.
15. Richards J. C. Teaching English through English: Proficiency, pedagogy and performance //RELC Journal. – 2017. – Т. 48. – №. 1. – С. 7-30.
16. Shin S. J. Learning to teach writing through tutoring and journal writing //Teachers and Teaching: theory and practice. – 2006. – Т. 12. – №. 3. – С. 325-345.
17. Tsang A. EFL/ESL teachers' general language proficiency and learners' engagement //RELC Journal. – 2017. – Т. 48. – №. 1. – С. 99-113.
18. Van Canh L., Renandya W. A. Teachers' English proficiency and classroom language use: A conversation analysis study //RELC journal. – 2017. – Т. 48. – №. 1. – С. 67-81.
19. Zeichner K. Rethinking the connections between campus courses and field experiences in college-and university-based teacher education //Journal of teacher education. – 2010. – Т. 61. – №. 1-2. – С. 89-99.
20. Zheng Y. Anxiety and second/foreign language learning revisited //Canadian Journal for New Scholars in Education/Revue canadienne des jeunes chercheures et chercheurs en education. – 2008. – Т. 1. – №. 1.

ПЕРЕДАЧА НАЦИОНАЛЬНОГО КОЛОРИТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ПО ТУРИЗМУ С РУССКОГО НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК.

Дана Камилла Анваровна Доктор философии (PhD)
Ташкентский государственный университет востоковедения
prs_186@list.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению передачи национального колорита текстов туристического характера при переводе с русского на китайский язык. Представлен анализ перевода текста, содержащий исторический контекст.

Ключевые слова: *перевод, туристический, национальный колорит, фонетический способ.*

К настоящему времени туризм превратился в один из ведущих секторов мировой экономики. В этой связи в Узбекистане уделяется особое внимание модернизации туристической индустрии. Результатом предпринимаемых в данном направлении мер является увеличение туристов, прибывающих в Узбекистан. Так, ежегодно Узбекистан посещают более двух миллионов человек из разных уголков мира и эта цифра растёт из года в год. География зарубежных гостей широка. Особенной популярностью наша страна пользуется у граждан КНР, Малайзии, России, Индии и Германии.

Актуальность статьи заключается в том, что современная динамика роста туристической отрасли подтверждает необходимость модернизации системы подготовки кадров с учетом существующих реалий и перспектив. В связи с этим особенно важным встал вопрос о подготовки переводчиков, а именно формирование переводческой компетенции.

Китайско - узбекские отношения непрерывно развиваются опережающими темпами. Двусторонние контакты на высоком уровне с каждым днем становятся все теснее, политическое взаимодоверие непрерывно углубляется. Экономический и культурный обмен между странами во много раз приумножился, отсюда и увеличилась потребность в переводе совершенно разных документов с китайского языка на русский и наоборот.

Переводческая деятельность - одна из самых популярных сфер деятельности современного общества. Процесс глобализации играет огромную роль в его развитии, а современные специалисты в любых областях должны владеть, как минимум, одним иностранным языком.

Перевод можно поделить на две большие группы: письменный и устный.

В данной статье, мы будем исследовать письменный вариант перевода.

Письменный перевод самый древний вид перевода, являющийся способом интерпретации текста с одного языка на другой.

Филологи давно пытаются создать классификацию текстов. Однако сделать это нелегко: слишком велико их многообразие и слишком заметно взаимопроникновение языковых средств и разновидностей речи в некоторых типах текстов. Наиболее убедительными представляются классификации, в основу которых положены функциональные признаки. В свое время академик В. В. Виноградов предложил подразделять стили языка и речи, исходя из трёх основных функций языка: общения, сообщения и воздействия. Эта идея используется и для классификации текстов, так как они относятся к какому- либо стилю речи, а этот последний является системной реализацией функционально- обусловленных языковых средств, то есть стилей языка. [2; 808]

Следует разделять шесть функционально-стилевых типов текстов:1.

1. Разговорные тексты;
2. официально- деловые тексты;
3. общественно-информативные тексты;
4. научные тексты;
5. художественные тексты;
6. религиозные тексты.[3; 191]

Общественно - информативные тексты включают документы общественно-политического и социокультурного характера. Они содержат самую различную информацию, проходящую по каналам массовой коммуникации: газетам, журналам, радио и телевидению. Их главная функция – сообщение. Конечно, эти тексты могут быть тенденциозными и рассчитанными на определённое воздействие, на обработку общественного мнения. Однако функция сообщения остаётся в них основной. Форма этих текстов чаще всего письменная, а на радио, телевидении, в интернет они ретранслируются в устной форме.

Важно также отметить о необходимости сохранения национального колорита при переводе. Перевод, лишенный национального колорита - недопустим.[5; 221] Переводчику необходимо сохранять национальный колорит оригинала. Имена собственные и географические названия должны обязательно передаваться при помощи фонетического способа “транслитерации” : произношение названий передается, как можно точнее, сочетанием иероглифов, например:

哈兹拉吉•伊玛目陵墓:

在人类历史上，公元七世纪是阿拉伯人侵占多国、伊斯兰教迅速传播的时代。阿拉伯哈利法接连取得胜利后，又入侵了拜占庭帝国。此时的阿拉伯哈利 法政权，不仅在战场上，而且在外交上，都需要一位有学识、有经验、精通多 种语言并能洞悉敌人弱点的外交家。阿布巴克尔•阿士•受席（

ASH- SHOSHIY
）成为他们的最佳人选——在阿巴斯宫庭任职多年。他的全名是阿布巴克尔•卡 法黎•阿士•沙席，于 903 年出生于塔什干一个锁匠之家。所以，他的绰号为“ KAFFAL”，意为“锁匠”。年轻的阿布巴克尔不想当一名工匠，他先后在塔
什干、撒马尔罕、呼罗珊宗教学校学习伊斯兰教的 法律和其他科学，然后到阿
拉伯哈利法的首都和穆斯林世界的科学中心——巴格达进修、工作，并在那里
度过了大半生时光。

Мавзолей ХазратиИмама:

Седьмой век нашей эры ознаменовался в истории человечества веком арабских нашествий и распространением Ислама в мире. Вдохновленный крупными победами арабский халифат периодически вторгался и в Византийскую империю. Арабо - византийские воины бушевали не только на полях сражений, но и на дипломатических полях. Именно для этой цели арабским халифам нужен был опытный, интеллигентный дипломат, искусно владеющий несколькими языками и умеющий тонко и остро подметить слабости врага. Так придворе арабских халифов - ***Аббасидов*** *- появился* ***Абу Бакр аш-Шоший****.*

Полное имя этого человека было ***Абу Бакр ибн Али Исмоил Каффель аш-Шоший****. Родился он в 903 году в Ташкенте, в семье изготовителя замков. Отсюда его прозвище “каффель”- “замочник”. Юный* ***Абу Бакр****, не желая становиться простым ремесленником, отправляется изучать фикх (нормативно - правовая часть шариата), а вместе с ним и другие науки, сначала в медресе* ***Ташкента****,* ***Самарканда, Хорасана****, а затем и в столицу арабского халифата и центр науки мусульманского мира -* ***Багдада****, где он и проводит большую часть своей жизни.*

巴拉克汗宗教学校:

16 世纪初乌兹别克著名诗人**阿里舍尔·诺瓦伊**的学生—诗人**扎囡丁·瓦西夫**从被残暴的伊朗国王占领的**赫拉特**城逃亡出来。在 **MAVERANNAHR** 各地游 荡后，来到了塔什干。在那年代塔什干的苏丹都在**哈兹拉特·伊玛目**陵墓附近修 建官邸，不仅是因为圣人—哈兹拉特*伊玛目灵寝，还因为这里有一条哗哗畅流 的 **KEI-KAVUS** 人们河渠流过，以伟大的史诗般的国王从**菲尔多西**写的 “**列王 纪**”命名。并且有一片大的苹果园，至今，此地还称 **SEBZAR** (苹果园)。

Медресе Баракхан:

В самом начале 16 века в город ***Герат****, который захватывает грозный иранский шах, бежит знаменитый поэт и ученик Алишер Навои -* ***Зайнуддин Васифий****. Подолгу скитаясь по городам* ***Мавераннахра****, он, наконец, попадает в Ташкент. В это время ташкентские султаны устраивали свои резиденции около мавзолея* ***Хазрати Имам****. Это место было популярно не только благодаря усыпальнице знаменитого ташкентца, но и из-за звонко струящего канала* ***Кей-Кавус****, названного в честь былинного царя из великого эпоса* ***Фирдауси*** *"****Шахнаме****". Кроме того, здесь раскинулся огромный яблоневый сад ("Себзар")- Боги Кей-Кавус. Эта местность до недавнего времени так и называлась -* ***"Себзар"*** *("Яблоневый сад").*

В данном отрывке, содержащий исторический контент, приведены примеры фонетической передачи названий и имён, имеющие большую значимость в истории всего мира, в особенности Узбекистана. Так как в китайском языке множество одинаково звучащих иероглифов, то и правила транслитерации неоднозначны. При переводе названия на иероглифы можно придать слову дополнительный оттенок, который придаст благозвучность, либо имя получит ругательную, эстетически не подобающую коннотацию. Также существуют некоторые иероглифы, которые не имеют никакого значения, так как используются исключительно как средство фонетической записи.

В КНР официальным стандартом транслитерации является «Большой словарь перевода иностранных личных имён» [4], опубликованный Синьхуа. Ниже приведены общие правила транслитерации, взятые из этого издания:

哈兹拉吉·伊玛目陵墓 *hāzīlājī yīmǎmù língmù* ***Мавзолей Хазрати Имама,*** **阿巴斯宫庭** *Ābāsī gōngtíng* ***дворец Аббаса,*** **阿布巴克尔·阿士受席** *Ābùbākèr Āshí shòuxí* ***Абу Бакр аш- Шоший,*** **阿里舍尔·诺瓦伊** *Ālǐshèěr Nuòwǎyī* ***Алишер Навои,*** **扎图丁·瓦西夫** *Zānāndīng Wǎxīfū* ***Зайнуддин Васифий,*** **苏尤尼德江汗** *Sū yóu ní déjiāng hàn* ***мавзолей Суюниджихана ,*** **菲尔多西** *Fēi ěr duō xī* ***Фирдауси.*** Культурные Предпочтения накладывают отпечаток на то, как воспринимается название, поэтому географические н а з в а н и я и племена средневекового периода, особенно важно переводить не теряя дух и колорит местной культуры:

可干可汗 *Kě gàn kè hán* ***кокандское ханство,*** **阿拉伯哈利法** *ālābó hālìfǎ* ***арабский халифат,*** **卡 拉 哈 尼 德 部 落 人** *kǎlāhānídé bùluòrén* ***племя Караханидов.*** **塔什干** *Tǎshéngàn* ***Ташкент,*** **撒马尔罕** *Sā mǎ'ěr hǎn* ***Самарканд***

，呼罗珊 *Hū luō shān* ***Хорасан*** **，巴格达** *Bāgédá* ***Багдад.***

Однако здесь следует сделать очень существенную оговорку. Переводчик должен считаться с установившейся традицией в отношении исторических имён собственных и географических названий, а также персонажей всемирно известных литературных произведений. При передаче в переводе названий улиц, гостиниц, театров и пр., а также названий газет и журналов применяется тот принцип транслитерации, передающаяся латинским алфавитом. Например:

NAMAZGOKH *清真寺。曾经有一段时期，塔什干不是任何汗国的成员，而是一个独立的国家。执政者是* ***SHEYHANTAHUR*** *市长的儿子* ***UNUSHODZHA****. 他建国后，快速发展了该国的工，商，农业。并成功地进行了货币改革，开始铸造本国货币。塔什干的飞速发展引起了可汗—ALIMHAN 的嫉妒和不安。* ***UNUSHODZHA*** *去世后，可干可汗占领了塔什干。*

NAMAZGOKH qīngzhēnsì. Céngjīng yǒu yīduàn shíqí, tǎ shén gān bùshì rènhé hàn guó de chéngyuán, ér shì yīgè dúlì de guójiā. Zhízhèng zhě shì SHEYHANTAHUR shì zhǎng de érzi UNUSHODZHA. Tā jiànguó hòu, kuàisù fāzhǎnle gāi guó de gōng, shāng, nóngyè. Bìng chénggōng de jìnxíngle huòbì gǎigé, kāishǐ zhùzào běnguó huòbì. Tǎshéngàn de fēisù fāzhǎn yǐnqǐle kè hán—ALIMHAN de jídù hé bù'ān.UNUSHODZHA qùshì hòu, kě gàn kè hán zhànlǐngle tǎshéngàn.

Мечеть ***Намазгох.*** *Было время, когда Ташкент не входил ни в какие ханства и сам являлся независимым государственным образованием. Правителем молодого Ташкентского государства был сын* ***Шайхантаурского*** *хакима -* ***Юнусходжа****. Он, основав своё государство, быстрыми темпами развивает промышленность, торговлю и сельское хозяйство. Успешно проводит денежную реформу и чеканит свою монету. Стремительное развитие Ташкентского государства вызывает тревогу у Кокандского ханства*

- ***Алимхана*** *и, после смерти* ***Юнусходжи****, ему удаётся захватить Ташкент.*

Однако и здесь следует сделать некоторую оговорку. В переводе названий романов, улиц и районов, а также праздников - переводятся, если они являются

«говорящими» именами , т. е. если их название является существенно важным для раскрытия содержания текста.

为了慰劳成千上万的远离家乡，来讨伐塔什干的可干汗国士兵们，可干汗下令修建 NAMAZGAH 清真寺。这所特殊的清真寺，只是在穆斯林人过**古尔邦 通古特节**和**落玛赞封斋节**盛大节日期开放。在这两个节日期间，穆斯林人全家 团聚，庆祝节日和祈祷阿拉。

Wèile wèilào chéng qiān shàng wàn de yuǎnlí jiāxiāng, lái tǎofá tǎshéngàn de kě gàn hàn guó shìbīngmen, kě gàn hàn xiàlìng xiūjiàn NAMAZGAH qīngzhēnsì. Zhè

suǒ tèshū de qīngzhēnsì, zhǐshì zài mùsīlín rénguò gǔ'ěrbāng tōng gǔ tè jié hé luò mǎ zàn fēngzhāi jié shèngdà jiérìqí kāifàng. Zài zhè liǎng gè jiérì qíjiān, mùsīlín rén quánjiā tuánjù, qìngzhù jié rì hé qídǎo ālā.

Для многотысячной армии Кокандского гарнизона, служившей в завоёванном Ташкенте и волею судьбы оказавшейся далеко от родины, кокандский хан велит построить мечеть Намазгах. Это особая категория мечети, на которую возлагается прием верующих в дни важнейших праздников для мусульман ***Курбан Хайит*** *и* ***Рамазан- Хайит****, когда все мусульмане должны находиться в кругу семьи и вместе отбывать моления.*

Ярким примером перевода слов, берущих происхождение из арабского языка, передающиеся от поколения к поколению с соблюдением развития истории и культуры, важно использовать как фонетический, так и семантический перевод: "**列王纪**" *Liè wáng jì* ***"Шахнаме",*** **古尔邦通古特节** *Gǔ'ěrbāng tōng gǔ tè jié* ***Курбан Хайит,*** **落玛赞封斋节** *Luò mǎ zàn fēngzhāi jié* ***Рамазан- Хайит.*** Известно, ч т о китайский язык считается одним из изолирующих языков, основной признак которого - морфологическая неизменяемость слов. Поэтому работая над переводом с русского на китайский язык нужно помнить, что связь слов в китайском предложении определяется их порядком, а также при помощи различного рода служебных слов. Такая специфичная структура предложений в китайском языке может привести к замешательству и неправильному переводу. Например: *Седьмой век нашей эры ознаменовался в истории человечества* ***веком*** *арабских нашествий и распространением Ислама в мире.* 在人类历史上，公元七世纪是阿拉伯人侵占多国、伊斯兰教迅速传播的**时代。** *Zài rénlèi shǐshàng, gōngyuán dì qī shìjì shì ālābó rén qīnzhàn duōguó, yīsīlán jiào xùnxù chuánbò de shídài.* Слово *«веком»* выступает определяемым, а все остальные
слова - определением к нему. Такое определение обязательно оформляется частицей *的 de.*

16 世纪初乌兹别克著名诗人阿里舍尔*诺瓦伊的学生—诗人扎图丁*瓦西夫从被残暴**的伊朗国王占领的赫拉特城**逃亡出来。*Shí liù shìjì chū wūzībiékè zhùmíng shīrén Ālǐshìěr•Nuòwǎyī de xuéshēng—shīrén Zhānándīng•Wǎxīfū cóng bèi cánbào de yīlǎng guówáng zhànlǐng de Hèlātè chéng táowáng chūlái. В самом начале 16 века в город* ***Герат****, который захватывает грозный иранский шах, бежит знаменитый поэт и ученик Алишер Навои -* ***Зайнуддин Васифий.*** В этом предложении слово *"который"* переводиться частицей *的 de* и вводное предложение в китайской версии переноситься в конец предложения.

Для общественно-информативных текстов характерны полносоставные предложения с вводными словами и вводными предложения. Они не

являются членами предложения, не выполняют союзную функцию, а лишь представляют собой вставные компоненты и употребляются для того, чтобы придать

высказыванию большую смысловую ясность. Например: 不仅 *bùjǐn* кроме того,

более того; 以 ... 命名 *yǐ... mìngmíng* в честь..., 除此 … 以外 *chú cǐ...yǐwài* за исключением…, исключая…, 为了 w*èile* для. Движение информационных потоков не знает ни границ, ни времени, ни пространства. Поэтому постоянно растет значение переводческой деятельности, и вместе с ними возникают и переводческие проблемы. Обострение языковых проблем диктует поиск новых решений. [5; 120]

Перевод - это акт не только лингвистический, но и культурный, акт коммуникации на границе культур. Отсюда следует, что переводчику мало хорошо владеть языком, надо уметь связывать культурный контекст исходного текста и культурно-коммуникативные особенности текста перевода.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Томахин Г.Д. Перевод как межкультурная коммуникация. // Перевод и коммуникация. - М.: ИЯ РАН, 1997. - С. 129-137.
2. Кашкумбаева Ж. К. Китайский язык. Особенности перевода научно- технических текстов // Молодой ученый. — 2016. — №20. — С. 808-809.
3. Щерба Л.В. “Языковая система и речевая деятельность”.// “Наука”, Ленинград, 1974, С.191- 428
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частичной теории перевода). — М.: Международные отношения, 1999. — С. 221-240
5. 世界人名翻译大辞典 *shìjiè rénmíng fānyì dàcídiǎn* “Большой словарь перевода

иностранных личных имён”// Синхуа — 1993.

РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕНТАЛИТЕТ В ПРОЦЕССЕ СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

Sultanova Shahnoza Akmal qizi
Ingliz tili o’qituvchisi
A.Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti
sultanova.shaxnoz0908@gmail.com

Elova Dilrabo Qudratullayevna

Mustaqil tadqiqodchi A.Navoiy nomidagi
Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti
ElovaD18@gmail.com

Аннотация. Эта статья придает лингвистические характеристики коммуникации и их классификации. Проанализируется примерами, взятыми из литературных книг. В статье рассматривается вопрос о роли новых современных технологий в воспитании молодого поколения. А также приводятся мнения ученых о значимости языка и культуры, их взаимосвязи в современном образовании, о книгах и чтении в процессе цивилизации.

Ключевое слова: *речевой диалог, речевой общения, адресат, слушание, рефлексивное слушание, нерефлексивное слушание, компонент общения. Язык, культура, общество, чтение, современные технологии, воспитание, эстетика, глобализация.*

Процесс общения является сложной системой, возникшей единством различных языковых и неязыковых факторов. В процессе общения объединяются элементы, принадлежащие подобным различным уровням и системам, и составляют одну обособленную систему – систему общения. В любом общении говорящий и слушающий принимают участие как необходимые части. Под частями общения предусматривается элементы, непосредственно и косвенно участвующие в процессе общения, обмене мнений, разговора. [1]

Муминов С.М. в своем работе единицу воздействия общения условно выделил на следующие две группы: единицы внутреннего воздействия (национальность, пол, возраст, социальные признаки, степень близости к единице воздействия) и единицы внешнего воздействия (время, ситуация, положение, социальное положение), [2] Формановская Н.И. разделяет общение на следующие виды: 1) по состояния коммуникантов в отношении пространства и времени: контантное и дистантное общение; 2) по наличию или отсутствию посредственного «аппарата»: непосредственное и посредственное; 3) по формированию языковых единиц: устное и письменное общение; 4) по позиции говорящего и слушающего: диалогическое и монологическое общение; 5) по количеству участников общения: межличностное и массовое общение; 6) по условиям общения и взаимодействия коммуникантов: официальное и неофициальное [3]. Каган М.С. мир общения классифицирует следующим образом: 1) общение с реальным собеседником: межличностное, групповое общение, представительское общение; 2) общение с иллюзорным собеседником: общение с животным миром и предметами; 3) общение с воображаемым собеседником: общение с вторым «я» и образом нереального человека. По данному описанию видно, что общение является источником многостороннего исследования как любой предмет, событие, происшествие, свойство,

отношение объективного мира, и его можно классифицировать различными подходами. Известно, что подход к источнику исследования как безграничная сторона, аспект, свойство, отношение и комплекс причастностей («мажмуи асмо ва сифот») является самым основным принципом диалектической (и просветительско-мистической) гносеологии, одним из самых основных принципов в раскрытии и описании сущности языковых явлений в узбекском субстанциальном языковедении [3, 8]. Классификация по различным аспектам источника исследования в таком методологическом основании не оценивая какую-либо классификацию «лучшим», а какую-либо «худшим», дополнять друг с другом различные классификации по сущности, глубоко вникать в источник исследования оценивается самым правильным способом.

Действительно, если с точки зрения принципов подобного диалектического толкования подойти к классификациям, предоставленным Формановской Н.И., Каган М.С. и Муминовым С.М. в каждой классификации увидим открытие новой еще одной грани общения – эти классификации дополняют друг друга с отрицанием друг друга. Поэтому мы подошли с точки зрения субстанциального толкования, и можем сказать «речевое общение является комплексом, совокупностью свойств и отношений, выделенных во всех этих классификациях». Необходимо отметить, что сущность речевого общения не только является комплексом признаков, выделенных в этих классификациях, в нем имеется множество не раскрытых и вносимых в эту совокупность аспектов, сторон, отношений и причастностей. Эти взаимосвязи должны и необходимы быть исследованы и анализированы.

1. Роль говорящего и слушающего в речевом общении крайне велика, каждая из сторон имеет самостоятельную цель. Говорящий в любом речевом общении имеет цель что-либо сказать, эта цель в воображении слушающего состоит из чувствия зачем и для какого намерение говориться. Эффективность общения связана с взаимным соответствием и взаимным дополнением этих двух аспектов (говорящего и слушающего). При передаче слушающему определенной информации говорящий ставить перед собой цель представления его в различных формах.

А целью слушающего является слушание. Знаменитый американский оратор психолог Дейл Карнеги когда говорил, что «Хороший собеседник – это не собеседник, хорошо знающий говорить, а собеседник, хорошо знающий слушать», подразумевал развитие в человеке именно этой способности.

Слушание самый важнейший компонент общения. Человек, не усвоивший искусство слушания никогда не установит здоровое отношение. Неспособность слушать может привести к тяжелому духовному и значительному экономическому ущербу. К сожалению, во многих случаях участник общения забывают, что слушание является сильным психическим средством. Мы слышим слова нашего собеседника, но слышать и слушать не одно и тоже.

Слушание – является активным процессом, из-за того, что оно включает в себя такие процессы как стремление понять смысл мыслей и цели

говорящего является сопредельным с пониманием. Слушание можно разделит на две группы: рефлексивное и нерефлексивное. Нерефлексивное слушание применяется при переживании сильных эмоциональных переживаний (несчастье, страдание или наоборот радости) и при необходимости понимающего слушающего, то есть используется при обмене переживаниями с собеседником. При нерефлексивном слушании ответы минимизируются. Ответы должны быть нейтральными, призывающими к продолжению своих мыслей собеседника. Самыми широко распространенными являются следующие: «Вот так?», «Продолжайте, это очень интересно», «Да, да я понимаю», «Я очень рад слушать это», «Ну, ну и как», «Что вы говорите!». Подобные ответы вдохновляют собеседника.

При рефлексивном слушании адресат обращает внимание на понимание мысли говорящего, вникание, давать понять свои отношения (в основном, понимание, усвоение, удивление, непонимание) различными выразительными способами (разным состоянием лица, глаз и других органов). При рефлексивном слушании мысли адресата органически связываются с словами коммуникатора (говорящего).

Имеются способы слушания как и техника разговора. Например: дословное повторение и толкование по другому. Первое означает поддержку собеседника. А второй способ – это прослушав слова говорящего, выражение основной идеи в них по своему толкованию. Кроме того, в процессе слушания приызваем собеседника говорить такими словами как «Не ужели», «Неужто?», «Молодец», «Ну и ну», «Браво!».

Как установили специалисты, работающие люди тратят 45% времени на слушание кого-либо, а постоянно общающиеся с людьми работники торговли, связисты, руководители, корреспонденты 35-45% своей зарплаты получают за слушание людей. Значить, способность слушать, которая является самой сложной сферой коммуникации приносит людям больше пользы чем говорить.

Слушать двух кратно тяжелее чем говорить можно увидеть по следующей легенде: «*Однажды к греческому философу Аристотелю пришел болтливый молодой парень, и попросил обучить его искусству ораторства. После того, как он долго говорил, спросил сколько придется нему платить за обучение.*

- От вас будем брать плату в двух кратном размере» - ответил угрюмо философ.

- Почему? – удивился парень.

- Потому что, с Вами придется работать двух кратно: перед тем как Вас обучить говорить, прежде необходимо вас обучить молчать…».

Слушание осуществляется только при наличии гармоничность в целях коммуникантов. Если отсутствует гармоничность среди собеседников, если сказать народным словом, беседа не сложится или прервется, то есть процесс общения не достигнет цели. Языковед Муминов С. привел пример как сидя в чайхане, чтобы прекратить разговор абсолютно нежелательной темы для Юсуфжон кизик – о жалобах от сватьях, он встал и поздоровался с собакой.

Также, можно привести пример из произведения Тохира Малика «Шайтанат» в персонаже героя с именем Жамшид, относящемуся к характеру человека. Как автор описал, *«Жамшид признавал больше дело, чем слова. В месте с ним прожив десять дней, спросил четырежды, если захочет, ответит дважды, если не захочет, не ответит вовсе. … Жамшид привык всегда говорить конкретно»*.

Подобного неразговорчивого человека писатель описал следующим образом:

Элчин, чтобы его разговор Жамшид не убирая глаза с дороги ответил «да». Можно покурю? – спросил. «Здоров ли Бек, вот уже десять лет как его не видел», - сказал Элчин. Жамшид, посмотрев на него, промолчал. Значить, положение плохо, подумал Элчин.

Если отсутствует гармоничность в целях коммуникантов - во многих случаях адресат не принимает цели адресанта – как видели выше, общение прерывается, цели не достигаются и прекращаются. В зависимости от культурного уровня, социально-духовного мира коммуникантов и прочих многих факторов общение прерывается в различных формах. А именно, в ситуации, описанной Муминовым С. адресат перешел в совсем другую тему и деятельность чем цель адресанта (для демонстрации абсолютной безразличности к переживаниям собеседника перешел к совсем другому делу – оставив собеседника, встал и поздоровался с собакой). В примере, приведенной из «Шайтанат» адресат совсем не приступил к общению. Общение может быть резко, даже грубо прекращено адресатом.

Как известно, одним из центральных значений филологии в системе классического университетского образования должно определяться вовсе не грекофилией, а, прежде всего, верой в образовательные, воспитательные и коммуникативные функции письма и чтения. Речь и письмо не просто, как открыл Августин в своей «Исповеди», кого-либо могут информировать, но одновременно они также гуманизируют и социализируют. Одним словом, вырывают из животной жизни и приводят человека в культурное состояние, постольку система классического образования была одновременно и воспитание и причём патриотическим. Именно это обстоятельство и заставляет нас сокрушаться, когда мы видим её распад. Конечно, печально наблюдать очевидный упадок книжности, но тяжелее всего мириться с бескультурьем и безнравственностью. Одной из важнейших задач гуманитарного образования, как правило, всегда было не только чтение и письмо текстов, но их комментирование и интерпретация. Сегодня же мы наблюдаем упадок этих способностей и причина тому – новые технологии. Говорят, они вообще не учат мыслить, ибо они приспособлены для приёма, хранения и передачи информации, так как сегодня происходит следующее: прочитал, откомментировал смайликом и передал дальше, в силу того, что нет времени на осмысление и понимание. Отсюда приходится писать кратко, информативно и утвердительно, при этом обычно пользуются спросом такие знания и советы, которые можно непосредственно использовать и лишь поэтому снова популярны энциклопедии.

Из вышеизложенных можем сделать заключение, что понятие речевого общения по сущности связано с целью говорящего, говорящий должен быть способным приспособлять свою деятельность слушающему, а слушающий знать уровень говорящего, быть готовым к слушанию; и несмотря, что каждый их говорящего и слушающего своеобразны, если отсутствует гармоничность в целях, общение прекращается. Процессы образования и воспитания неразрывно связаны между собой, они восполняют и предполагают друг друга. В процессе образования традиционно уделяется внимание и воспитанию слушателей или учеников. Одной из составных частей воспитательного процесса является культура общения. Человек, будучи продуктом природы и общества, в то же время воплощает все самое лучшее в них, отражает вселенную в своем сознании в качестве события или явления, мыслит и анализирует. В данном процессе немаловажное значение имеет такое средство общения, как язык. Культура общения человека является его преимуществом, красит его.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Горячев М.И. и др. Язык познания, 1999
2. Мўминов С. М. Ўзбек мулоқот хулқининг ижтимоий-лисоний хусусиятлари: Автореф. дисс. на соискание д-р.фил.н. — Т., 2000.
3. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. -М.: Высшая школа, 1989. -С.8-10.
4. Каган М.С. Мир общения. -М.: Политиздат. 1988. -С.250.

TOURISM AND EDUCATION: INTERACTION AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Xalikova Mokhigul Khalimdjonovna Ergasheva Madina Toyir kizi
Students of Double Degree Master's Program
"Travel Management And Tourism Guidance"
Alisher Navo'i Tashkent State University of Uzbek
Language and Literature & Ankara Haci Bayram Veli University

Given the fact that tourism is gradually becoming a strategic sector of the country's economy, there is a growing need for tourism education due to the growing need for full involvement of the regions in tourism, development of services and training of highly qualified personnel in the global tourism industry can be seen to be born. This article discusses three important factors that ensure the quality training of highly qualified professionals in the field of tourism in accordance with national and international educational standards. They are the

importance of tourist camps in the training of modern youth, the role of practical training in the personnel's life and the importance of creating literature.

Key words: *Tourism education, tourism camps, practical training, creating textbooks.*

Tourism is understood as a journey made by a person for leisure, education, professional and business, sports, religious and other purposes. In addition, getting acquainted with the culture of other countries and regions is one of the factors that help to satisfy a person's curiosity, spiritual enrichment, physical healing, personality development. One of the priorities of tourism is educational tourism as an example. The definition of educational tourism includes vocational training outside the place of permanent residence, study of a foreign language in special educational programs abroad, internships and skills development and others.

Education and tourism are inextricably linked. Both are created in the name and for the benefit of man and both have the same goal of educating a well-rounded person. To this end, Uzbekistan has also developed rapidly in recent years. In the first system of training professionals in the field of international tourism, the initiators of the republic, the State Committee for Tourism Development of the Republic of Uzbekistan, the Ministry of Higher and Secondary Special Education established the International University of Tourism "Silk Road" in Samarkand. Along with this, Alisher Navo'i Tashkent State University of Uzbek Language and Literature with Ankara Haci Bayram Veli University established international Double Degree Master's Program named as "Travel Management and Tourism Guidance, which we are studying at the moment, is the proof of our above mentioned statements. At the same time, while we are in abroad, we are not only studying, but also applying our knowledge in practice, getting acquainted with the country, learning its language, history and culture. As a result, we have convinced that this tourism direction is yielding positive results and increasing the effectiveness of the study. We must pay special attention to the following in the quality training of highly qualified professionals in the field of tourism in accordance with national and international educational standards:

1. The educational model of a tourist camp for children;
2. The importance of practical education;
3. The importance of creating textbooks.

Now we will dwell on each of them separately. The first of these, as noted above, is the need to develop *an educational model of tourist camps for children* from kindergarten onwards. If we analyze the tourist camps from a psychological and pedagogical point of view, its importance and advantages in the upbringing of modern children is enormous.

In Uzbekistan, it is necessary to increase the demand for tourist camps for children to grow up and this requires special attention and careful preparation. In this regard, several examples of the development of youth tourism can be cited:

1. To increase the number of children's tourism sections and clubs;

2. To organize ecotourism trips and as a result, instilling in children a sense of care for nature;
3. To encourage a healthy lifestyle by increasing the variety of children's health facilities;
4. To organize more trips to the attractions of local and neighboring regions, i.e. museums, historical sites, theaters, exhibitions, etc., to raise their level of knowledge, to realize their spiritual development.

Current requirements for children's out-of-school education should be strengthened, children's tourist camps should be considered as institutions where children can not only relax, have health, but also receive education, useful information. An important part of educational programs in youth tourism is the formation of children's knowledge, skills and orientation in this area. It is necessary to turn children's tourist camps into a new educational space. In addition, it is important to get acquainted with different types of camps, such as career guidance, physics and cybernetics, project management, history, legal education, military-patriotic camps, psychology need. Accordingly, a logical question arises: why should camps be divided into different types? The reason for this is that the school is unable to deliver all the knowledge. Because new knowledge is constantly emerging. Children's tourist camp plays an important role in its implementation. Children's camp has its own set of principles. We will try to explain these principles in more detail below:

1. **Learning through action.** We see this clearly when we hold events and master classes with children. The reason is that he goes on stage, participates in quests, interactive games. As a result, this leads to the development of the child's desire to be independent, research ability, creative activity.
2. **Learning through interaction.** Children learn to communicate with each other, meet a new group, choose their behavior, learn to interact with other children. They also learn important skills such as negotiation, compromise, support for others, i.e. they feel the diversity of life situations from their own experiences.
3. **Equality.** The children's camp environment is more conducive to an equal relationship between adult and child than in school. Here it is very important that the curators should be friendly with the children.
4. **The importance of the environment.** Creating the right atmosphere through the environment is an important part of children's camp education programs.
5. **Perfection-based approach.** Everything is not limited to imparting knowledge. In the children's tourist camp, curators focus not only on teaching, but also on values, customs and traditions.
6. **Focus on the needs of children**. The curriculum in the camp is not strictly followed, but rather the curriculum is based on the needs of the children.
7. **Evaluation is done by the participant**. The camp will drop ratings and move on to self-assessment. This principle helps to find the inner motivation based on the desires and needs of the child.

If the above principles are followed, all the goals will be achieved. More precisely, it will play an important role not only in the field of tourism, but also in

the training of leading personnel in other areas.

While tourist camps are the first factor in the quality training of highly qualified professionals in the field of tourism in accordance with national and international educational standards, we can take *practical training* as the second factor. Tourism is a field of applied science and tourism-related research should combine knowledge with practical training. Practical training fills the gap between education and business. With the increase in the number of travel companies and travel agencies, it is very important that institutions conduct comprehensive tourism training for interested candidates. It is also a travel and tourism service industry where practical skills are more important than academic knowledge. It is very important for students to have practical skills before entering the field.

The following reasons is important in the tourism practical education field:

1) **Exposure -** The main reason for the importance of practical learning is the recognition of students through field trips and training sessions. Students will actually meet hundreds of new people who will help them gain a new perspective on things in their life and workplace.

2) **Skill Development -** There are many travel and tourism courses that provide theoretical training in this area. But it is also important to help students acquire the skills needed to work in tourism. Thus, it is very important to provide students with travel and tourism skills to help them grow and work effectively in the field.

3) **Learn from mistakes -** there are certain skills that tourism students need to work effectively in the field. Practical training gives students the opportunity to learn from their mistakes made at an early stage. It is important to understand the scope of the work and learn from the mistakes of amateurs before entering the field. Thus, practical training is a great opportunity for them to make mistakes and learn from them, ultimately helping them to work seamlessly in the field.

5) **Interest Seeker -** Practical education is very important for students to test their knowledge in various fields of tourism section. This will help them identify their interest in a particular place and work. Thus, practical education is as important as theoretical education. Namely, hands-on learning helps students identify interests and strive to develop the skills needed in a particular field. Thus, the importance of practical training in tourism is unquestionable, as it helps students to achieve more and get acquainted with the business life. The third factor that helps in the training of mature personnel is *the creation of educational and methodological literature* on tourism education. The question arises as to why textbooks are needed in tourism education?

In response, it should be noted that the textbooks not only provide an opportunity to learn the theoretical foundations of the course, specific rules and norms, but also show how to apply them in practice. The lack of a clear and comprehensive textbook on tourism education in our country has created difficulties for students studying in the field of tourism. To overcome these difficulties, special training manuals should be created and should cover the following topics:

- Problems and prospects of educational tourism development;
- Theoretical and methodological bases of tourism research;
- Types of tourism and terminology;
- The role of speech etiquette in tourism;
- Tourism as the most important mechanism of intercultural processes;
- Factors Determining Success in Tourism;
- Features of competitiveness in tourism;
- Local and regional features of tourism development;
- Requirements for tourism professionals.

If we look at each of these topics as a large section, these sections are further subdivided into smaller topics. And such training manuals serve as an assistant in the training of mature professionals. And let us not forget that such theoretical manuals should be carried out on an equal footing with practice. It is impossible to imagine humanity without travel. Nowadays, the scope of data is so wide that one is unable to accept all of them. The knowledge gained is gradually forgotten and lost. However, the knowledge gained during the trip will always remain in our memory. This is because positive emotions call a person back to that period over and over again. Thus, it should be noted that educational tourism contributes to the development of society. This article discusses the features between tourism and education. According to this, *the first factor* is the educational model of a tourist camp for children. The modern children's tourist camp describes the educational space from a psychological and pedagogical point of view and the tasks assigned to children's tourism at the current stage of its development. *The second factor* highlights the importance of practical training courses in many ways. As a result, students gain not only experience but also knowledge through practical work. They also have the ability to see into the future and communicate effectively. *The third factor* was the importance of creating textbooks. This simplifies the learning process and improves the quality by creating a training manual.

REFERENCES:

1. Klimakov I.A. (2019) “ДЕТСКИЙ ТУРИСТСКИЙ ЛАГЕРЬ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МОДЕЛЬ” Colloquium-journal №24(48), Часть 4 (Варшава, Польша).
2. Tulen S., Nesrin M.B., Serife Z. E. (December 2016) “The Importance of Practical Training in Tourism Education”.

LINGUACULTURAL SPECIFICITY OF CONCEPTS “LOVE/MUHABBAT” IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES

Ermatova Durdona Zafarovna
3rd year student of Theory and Practice of Translation Faculty
Alisher Navo’i Tashkent State University

of Uzbek Language and Literature
durdonaxon97@gmail.com

This article is devoted to the analysis of the linguacultural specificity of concept "love/muhabbat" in English and Uzbek languages. Furthermore, it is analyzed both as common value of humankind as well as cultural specific of some nation.
Key words: concept, linguacultural specificity, cultural specific.

It is acknowledged that efficient communication is impossible without deep and wide background knowledge of native speaker's culture which implies way of life, mentality, vision of the world, the national character, customs, beliefs, systems of values, kinds of social behavior. It is stated that linguocultrulogy is a complex scientific discipline of the anthropocentric paradigm which studies the correlations of culture and language.

Linguocultruology is a rapidly expanding field at the interface between linguistics, cultural studies, ethnolinguistics. However, it has its own integral aspect of studying language and culture. Lingucultrology deals with the "deep level" of semantics, and brings into correlation linguistic meanings and the concepts of universal and national cultures. In accordance with V.A. Maslova, the aim of linguocultrulogy is to study linguistic means with the help of which language embodies, stores and transfers culture.

One of the important terms is lingoculture is the term "concept". It attracted the attention of many researchers, interested in issues related to concept and the property of the human thinking. After analyzing a wide variety of issues on the nature of the concept, scientists have come to conclusions concerning concept. On one side the concept is a huge thinking unit that descirbes the cumulated knowledge, on the other side it is a cream of human consciousness, main nest of the culture in human's mental life.

Islam has given the following definition for concept. A concept is a structure that is kept in ethnocultural consciousness and that indicates the idea of many centuries about national and cultural values, about objectyives reality with a small but very deep meaning passed on from one generation to another. Not going into details, we shall give a general definition of this notion worked out on the basis of the linguistic literature. Concept is a complex mental entity, a component of the conceptual world picture conceptually relevant either for an individual linguistic personality or the whole linguocultural community. As

V.A. Maslova claims, the formation of a concept is conditioned by the individual's emotional, physical, historical, personal and social experience acquired in the process of the world perception.

Hence, according to the sphere of concepts of national language it is possible to define the world view, vision range, knowledge, culture, humanity laws, traditional practices, psychology of people and nation, their look to other nations, their relation to spiritual world and material values.

The common human being concept is love (muhabbat). This concept is gathered

in linguocultural space of any concept sphere, but in their usage there are meaningful characteristics specific to them and in each language their linguistic form has different living level.

Thereafter, the word "love" (muhabbat) sounds different in different languages. Each language has its own synonym field. The study of verbalization of the concept of "love" (muhabbat) in both English and Uzbek pictures of the world led to the conclusion that in the perception of this concept there are both general and specific aspects, which enables us to consider this concept has universal and national-specific structures. Concept of "love" refers to a person's feelings. In English, concept of love can be expressed by such basic concepts as *adoration, inclination, liking, amity, affection, warmth, devotion, faithfulness*. The lexical-semantic field of concept love "muhabbat" in Uzbek language relates as *sevgi, ishq, sadoqat, do'tlik, iliqlik, mehr, vafo.*

It is clear that in both English and Uzbek languages love is expressed as feelings. In both languages "love/muhabbat" concepts have their negative aspects. In English, *hatred, treachery, torture, separation* is used to convey the negative peculiarities of love. In Uzbek, love (muhabbat) can express negative meanings such as *ayriliq, nafrat, azob, xiyonat.*

In etymological dictionaries the origin of the word *"love"* comes from the Middle English word *"luf"*, derived from the Old English word *"lufu".* This is skin to Old High German*, "luba",* and another Old English word *"leof"*, which means *"dear".* Furthermore, another word related to love, *"lubere" or "libere",* comes from the Romans. This Latin word means *"to please".* There are two approaches about derivation of love *(muhabbat).* Some researches indicate that *"muhabbat"* is taken from *"muhovibat"* word, whereas others assume that *"muhabbat"* is derived from *"hubb"* ("xum" – it is a "jug"). According to this approach, one of the reasons why they resemble "love" (muhabbat) to *"jug" (hubb*) is that they say that when our jug is full of liquid, there is no empty place for other things, likewise, when our heart is full of love, there is no place for unloved people. An analysis of the etymological dictionaries shows us that concept of "muhabbat" has semantic and linguacultural aspects. In accordance with comparative characteristics, concept "love" (muhabbat) can be analyzed from lexicological point of view in both languages as follows:

It is clear that each concept has its grammatical meaning and lexical meaning including denotational and connotational meanings.

"Love"

a) Grammatical meaning: noun

The tense meaning: loves, loving, loved

The case meaning: love's

The meaning of plurality: uncountable

Lexical meaning:

1) Denotational meaning:

Love – it is a feeling of deep affection, passion or strong liking for a person or thing. For example: Their love for their country.

2) Connotational meaning:

1) A strong feeling of affection for someone. For example: They were both in love with her.
2) Affectionate greetings conveyed to someone on one's behalf. For example: give her my love.
3) A formula for ending an affectionate letter. For example: Take care, lots of love, Judy.
4) A great interest and pleasure in something. For example: her love for music.
5) A person or thing that one loves. For example: Their two great loves are tobacco and whisky.
6) Colloquial: A friendly from of address. For example: Hello love, how can I help you?
7) Used in affectionate requests. For example: Don't fret, there's a love.
8) A score of zero; nil in tennis, squash, and some other sports. For example: love fifteen.
9) Obsolete: a thin silk material. For example: Such a kind of transparency, as that of a Sive, a piece of Cyprus or a Love-Hood.

"Muhabbat"

a) Grammatocal meaning (Grammatik ma'nosi): noun, singular, uncountable, nominative case, inanimate noun, structurally – stem.

b) Lexical meaning (Leksik ma'nosi):

1) Denotational meaning (O'z ma'nosi):

Muhabbat – kimsaning kimsaga qalbdan berilish hissi. For example: Qiz Yo 'lchini chuqur sevar, uning yolg'iz ismini eshitishi bilan yuragi to'lqinlanar edi. Bu *muhabbat* qizning ko'ngliga yoz chog'i…saraton quyoshi bilan birga kirgan edi. (Oybek, Tanlangan asarlar)

2) Connotational meaning (Ko'chma ma'nosi):

1) Birovga, biron narsa yoki ishga berilish, moyillik tuyg'usi, mehr. For example: Musiqaga muhabbat qo'ymoq; Otam bo'lmasangiz ham, meni *otalik muhabbati* bilan sevgan sodiq va mehribon kishimsiz, ya'ni ma'naviy otam. (A. Qodiriy, O'tgan kunlar)
2) Xotin-qizlar ismi. For example: "*Muxabbat opam* bugun uyimizga mehmonga kelar ekanlar", - dedi singlim.

As it is seen above that concept "love" (muhabbat) has the same denotational meaning in both languages, whereas they stand from each other with their some connotational meanings. In Uzbek language, concept "muhabbat" has less connotational meanings than English. However, there are some resemblances in using of concept "love" (muhabbat) in both languages. For instance, concept "love" (muhabbat) is used to express a great interest and pleasure for something such as love for poetry (she'riyatga muhabbat).

Comparative analysis of lexical phraseological units verbalized the concept of "love" (muhabbat) in English and Uzbek languages identified as similar and is distinctive singularities. Similar associations between concepts "love" and "muhabbat" appear in the following phrases:

1. Phrase	Fall in love	Muhabbat qo‘ymoq
Meaning	Begin to experience feelings of love towards	Kim kimga. Sevish hissiga erk bermoq (qiz bilan yigit). Sinonimi: ko‘ngil qo‘ymoq, ko‘ngli bog‘lamoq
Example	Please don’t talk me. I fall in love so easily	…uning eng aziz hislarini poymol qila turib, uning ukasiga muhabbat qo‘ysa? (O.Yoqubov, Tilla uzuk)

2. Phrase	Fall out of love	Orani ochdi qilmoq
Meaning	cease to feel a deep romantic attachment to someone	*kimlar* o‘zaro yoki *kim- kim* bilan munosabatni to‘xtatmoq
Example	She claimed she had fallen out of love with him.	Hoziroq Zarofat bilan orani ochdi qilsammikan? Yo‘q. Buni men qilolmayman… (R.Fayziy, Yodgor)

Furthermore, according to the national outlook, everyone in both nations has the builds of its own love (muhabbat) in proverbs. For example, “Love is blind”. It means that loving someone makes you unable to see their faults. In Uzbek language, the equivalent of this proverb is “Muhabbatning ko‘zi - ko‘r”. Through this proverb, we can claim that in both nations “love” is conceptualized as blindness. People who fall in love accept everything about lovers even their faults in both nations’ outlook. On the other hand, concept “love” (muhabbat) in both languages could be used as evident in the use of national cultural specificity. For instance, “Love lives in all cottages as well as in court”. In this English proverb love means that in love beggar and king are equal. In Uzbek mentality love is described as faithfulness. For instance: “Muhabbat – uy poydevori, vafo – ustuni”. Moreover, there is differentiation between the usages of concept “love” (muhabbat) in two cultures’ ancient literature. If in old Uzbek literature the word love mostly related to the religion, in old English literature it is an inner world of a human, spiritual feeling, psychological process. This statement can be

proved in the analysis of Shakespeare's and Navoi's prose works. It is undeniable fact that Shakespeare's "Romeo and Juliet" is epitome of true love. This story was based on boy's and girl's love. On the other hand, Navoi's "Farhad and Shirin" which is considered to be the great source of love, was built on divine love. At first, this story seemed as love of humanity. But Navoi tried to express true love for God on account of using character Farhad due to this story. Farhad saw God in the image of Shirin and he came across array of difficulties in order to reach him. Thus, it is obviously seen that concept "love" (muhabbat) was utilized differently in terms of function in English and Uzbek literature.

However, in modern English and Uzbek poetry we can be aware of the same usage of concept "love" (muhabbat). Let's draw our attention the analysis of poems given below from contextual meaning point of view.

mart Guy by Benta Nyakoyugi

When I think about our love with my smart guy
I am used to major even if he does not have wealth
All thoughts disappear when I think about my sweetheart I have been forced to entangle our love with cobweb Woe unto the prostitute that will touch our love
She will get stuck like a fly in the cobweb
She will resemble a person who has thrown a stone at gun owners.

Through analyzing it, we can be aware of different meanings of love. The author utilized metaphor in order to describe "love". For instance, in "All thoughts disappear when I think about my sweetheart" sentence, love is conceptualized as madness and the author resembled love to madness. The reason why he said love is madness is that love is exposed as an emotion that brings about madness. There is confusion since all thoughts escape one's mind to an extent that one cannot think straight. And this condition causes to deprive of the ability to think. Furthermore, "I have been forced to entangle our love with cobweb Woe unto the prostitute that will touch our love" In this context love is conceptualized as protection. The author implies that without protecting the love that exists between two people, the lovers may not achieve the goals that they set in the relationship. Thus, we can come to conclusion that in these contexts love was used with two meanings such as madness and protection.

Har yurakning bir bahori bor by Hamid Olimjon

Har yurakning bir bahori bor. Har bir qalbga ishq bo'lar mehmon Har yurakda gullar muhabbat Bo'ston etar uni begumon. Lekin Layli boshiga kelgan Qora kunlar izga yot butun Bizga yotdir Shirin baxtini Poymol etgan u qop-qora tun. It is stated that a particular role in representation of cultural concepts is ascribed to stylistically marked units, especially to stylistic devices. According to this poem, love is conceptualized by means of metaphors (metafora), personification (tashxis). Love is described by the author as spring. It is known that spring is the season of rejuvenation and if somebody loves, their life gets better. In second line "Har bir qalbga ishq bo'lar mehmon", the author resembled love to guest. As guests come to every people's home, during life each person falls in love with somebody. Through these explanations the author used metaphors. Likewise, in

this context “Har yurakda gullar muhabbat”, love is conceptualized as flower. The blooming of flower is resembled to appearing of love in one’s heart. And this context personification is utilized.

In the view of the observation made above, it is important to point out that concept “love” (muhabbat) has its own linguocultural peculiarities. By comparing the concepts in two languages specified above we made conclusions as follows:

a) Although the meanings of ideas considered agree partially, their some meanings do not match;

b) The usage area of linguistic material of English language is wider than those in Uzbek language.

BIBLIOGRAPY OF USED LITERATURE:

1. Popova Z.D., Stemin I.A. The idea of concept in linguistic researches. Voronezh, 1999. – 2 p.
2. Airbarsha Islam. Linguistic culturology. In the context of language culture. A., 20104. – 242 p.
3. Rahmatullayeva Sh. O‘zbek tilining etimologik lug‘ati. Tashkent, 2003. – 182 p.
4. Shavkat Rahmatullayev. O‘zbek tilining izohli frazeologik lug‘ati. Tashkent: O‘qituvchi, 1978. – 194, 183 p.
5. Mieder W. International Proverb Scholarship. New York: Garland Publishing, 1993.

КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРЕЦКИХ НЕВЕРБАЛЬНЫХ ЛАКУН: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И НАЦИОНАЛЬНО КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА

Гулямова Озодахон Шавкатовна.
Преподаватель английсого языка
Ташкенский государственный университет
узбекского языка и литературы им. Алишера Навои
ozodagulyamova@navoiy-uni.uz

В статье делается попытка описать жесты, используемые носителями турецкой культуры и произвести их классификацию путем сопоставления с русскими жестами. При анализе жестов во внимание принимался принцип лакунарности, отсутствие явления в сопоставляемом языке. Материалом исследования послужили наблюдения за процессом коммуникации представителей различных культур с носителями турецкого языка, анализ художественной литературы, из которой можно было почерпнуть описания тех или иных жестов, материалы современных СМИ. Методика исследования основана на сравнительно-сопоставительном анализе двух языков в

синхронном разрезе. Изучение жестов привело к следующим результатам: 1) подавляющее большинство жестов являются лакунами (не имеющими аналогов в другой культуре) для представителя русской культуры; 2) жесты, близкие по исполнению, имеют отличительные особенности, не позволяющие их приравнивать к русским жестам в полном объёме. Возможные совпадения жестов в аспекте исполнения, увеличение количества заимствований жестов из западных культур в очередной раз доказывает тот факт, что невербальная культура является «живой субстанцией», поддающейся влиянию культурных и социополитических изменений в обществе. Всё же, несмотря на это, на сегодняшний день можно установить и описать сугубо турецкие жесты, являющиеся неотъемлемой частью коммуникации с носителями турецкой культуры.

Ключевые слова: *Невербальная коммуникация, лакуна, жест, паралингвистика, турецкий язык.*

Разнообразные формы языкового общения являются вербальными средствами коммуникации. В первую очередь в их число входит человеческая речь, посредством которой люди обмениваются основной массой жизненно важной информации. Речь выполняет частичную функцию единого коммуникативного акта и обладает рядом следующих свойств:

-является частью коммуникативной культуры, впрочем, как и культуры в целом;

-содействует формированию общественной роли коммуниканта.

Выражение ***невербальная коммуникация*** означает общение, осуществляемое невербальными средствами(жесты, мимика и т.д.)Невербальная коммуникация, наряду со звуковой речью, несомненно является неотъемлемой частью средств общения и взаимодействия. Она служит источником важной информации о говорящем, его отношении к собеседникам, к предмету диалога(монолога) , к самому себе.

Согласно Д. Мак Нейлу вербальная речь сопровождается жестами в подавляющем большинстве культур. [7,423] Неоспоримым доказательством того, что вербальные и невербальные компоненты речи почти невозможно разделить на две обособленные категории является то, что отдельные жесты имеют лингвистический смысл и при некоторых видах афазии, наряду с утратой речи, у человека пропадают и жесты с соответствующими лингвистическими функциями.

В современной лингвистике вопросы невербального поведения остаются в тени проблем общего языкознания. Актуальность исследования продиктована необходимостью выявления своеобразий и специфики невербального поведения носителей турецкого и русского языков, как фактора успешного межкультурного общения и установления способов и средств невербальной коммуникации с целью формирования умений и навыков неречевого коммуникативного поведения. Ещё А.А Реформаторский

писал, что без решения вопросов о том, как происходит невербальная коммуникативная деятельность человека и каково ее соотношение с вербальной деятельностью, «немыслимо моделирование коммуникативных систем и самого мыслительного процесса» [4, 208]. Е.Г. Крейдлин полагал, что «невербальная коммуникация является одной из важнейших областей функционирования знаков и знаковой информации и занимает значительное место в жизни человека и общества» [6, 6]. Для ее изучения им был введен термин «невербальная семиотика» [6, 7].

А. Кендон, придерживавшийся жестовой теории происхождения языка, писал о том, что язык и жесты выполняют разные, но взаимодополняющие роли [5,61].Жесты не только обогащают семантику вербального сообщения, но и служат источником информации о говорящем. Посредством жестов мы получаем такие сведения как характеристика социального статуса и культурной принадлежности говорящего. Многие ученые полаагают, что, чем менее образован человек, тем более он склонен к употреблению жестов и плохо контролируемой мимики. Жесты, наряду с другими паралингвистическими элементами, спонтанны по своей природе, при этом немаловажную роль при их употреблении играют элементы неосознанности и культурной обусловленности. Ведь мимика, жесты в качестве элементов невербального поведения личности являются одной из первичных визуальных, знаковых систем, усваиваемых в онтогенезе [3, 61]. Сфальсифицировать язык мимики
и жестов невероятно сложно. Это особенно заметно в минуты эмоционального всплеска, когда индивидуум перестает контролировать себя не только вербально, но и на невербальном уровне. Хотя многие ученые придерживаются мнения, что контроля над невербальным поведением возможно достичь в процессе социализации [1, 52].

Генезис и значение многих жестов не имеет научного объяснения: в науке не существует достаточно убедительных версий, почему одно и то же понятие у разных народов изображает различные явления. Различия в жестах так же прослеживаются и на гендерном уровне: «помимо очевидных расхождений в форме реализации одних и тех же невербальных знаков противопоставленными оказываются также некоторые мужские и женские невербальные формы выражения одного и того же смысла в пределах данного жестового языка» [5, 61].

Вполне очевидно, что в многовекторном обучении иностранному языку важное место должно быть отведено проблемам обучению невербальному общению, соответствующему речевому поведению, социальному общению с носителями изучаемого языка и сопутствующей культуры» [1, 20].

Осведомленность в нюансах национальной специфики изучаемого языка способствует избеганию неверного толкования информации. В данной статье жесты рассмотрены в качестве одного из видов кинесических паралингвистических средств - визуально воспринимаемых телодвижений другого человека, выполняющих выразительно-регулятивную функцию в

коммуникативном процессе. Турецкая коммуникативная культура несомненно относится к высококинесичным. Подавляющая часть жестов не имеет аналогов в русской культуре - турецкие жесты представляют собой лакуны. Согласно теории лакунарности, их можно классифицировать на группы: абсолютные лакуны, относительные (частичные) лакуны, идентичные жесты.

Абсолютные лакуны - жесты, не имеющие аналогов в другой культуре: Maşallah! - «Молодец! (признание превосходной работы), Как же здорово!(похвала), Как бы не сглазить! (защита от сглаза)» [Параллельный жест (ПЖ): постукивание костяшками пальцев по верхним зубам]; Allah korusun! - «Да убережет Аллах! (защита от сглаза)» [ПЖ: одновременно с причмокиванием легкое оттягивание мочки уха, после чего возможен двойной стук по дереву]; Daha neler, neler! - «Еще чего!» (выражение легкого возмущения) Hey yavrum hey! -употребляется в ситуации, когда собеседник упрощает обстоятельства, не придает им должной значимости. Anlat anlat heyecanli oluyor! - «Рассказывай, рассказывай, аж мурашки по коже!» (ярко выраженная ирония) [ПЖ (все 3): ладонью, раскрытой, но с плотно прижатыми друг к другу пальцами двигают по спирали вверх]; Pşiik - звук, подразумевающий «загляни мне в глаза, я что, дурак, чтобы поверить всему, что ты тут мне плетешь» [ПЖ: оттягивание вниз нижнего века указательным пальцем]; A ha/Nah/íşhte, şuraya yaziyorum! - «Вот увидишь, что все будет так, как я и говорил(предсказывал) (досл.: 'Вот, я прямо сюда пишу!')» [ПЖ: поднятие указательного пальца (иногда немного наслюнявленного) вверх и проведение невидимой линии вниз на любой поверхности либо даже в воздухе]; Benim alnimda enayi mi yaziyor? - «У меня что, на лбу «идиот» написано?» [ПЖ: проведение указательным пальцем по лбу как бы в подтверждение того, что на лбу надписи нет]; Odümü kopardin. - «Напугался до смери!» (при сильном испуге) [ПЖ: резкое запрокидывание головы и поддевание подушечкой большого пальца внутреннюю сторону передних верхних зубов]; Allah bereket versin. - «Да пошлет Аллах прибыль» (при пожелании успехов в финансовых делах) [ПЖ: обмахивание подбородка купюрами, полученными, например, от покупателя]; Biktim! - «Сыт по горло!» [ПЖ: взяв одежду кончиками большого и указательного пальцев обеих рук ближе к воротнику, трясут ею (один раз), словно проветривая.]; Allah seni cezaini versin!/ Allah seni bildigi gibi yapsin! – Да накажет тебя Аллах! ПЖ: резкое выбрасывание ладони ребром вверх, в сторону собеседника]; Eyvallah! - Благодарю! (но также используется при приветствии/ прощании) [ПЖ: легкий поклон головы с прикладыванием правой руки к сердцу/ груди]; Bir de kulagimin arkasi kaldi - не вешай лапшу на уши (грубый ответ) [ПЖ: загибание уха]; Boş ver! – Не обращай внимания! [ПЖ: взмах раскрытой ладонью вверх]; Hayirdir birader! - В чем дело, братец?! [ПЖ: разведение рук с развернутыми вверх ладонями и легким покачиванием головы]; Shükürler olsun! - Слава Богу! [ПЖ: поднятие к небу раскрытых ладоней с согнутыми в

локтях руках (словно в молитве)]; Ne haber?/ Nasilsin?/ Ne yapyon?/ Şş, alo!/ Şş, hop! - Что новенького? / Как дела?/ Чем занят?/ Эй! [ПЖ: подмигивание и резкие легкие повороты головы вправо и влево]; Çay! -Чай! (этим жестом заказывают чай) [ПЖ: имитация размешивания сахара ложечкой чая в стакане]; Yuh yani! // Yuh sana/ona!–
«Да не может быть!», «Ну ты даешь!»(при очень сильном удивлении-положительной либо отрицательной реакции на поступки либо слова собеседника) [ПЖ: резкое движение ребром открытой ладони в сторону человека, который разочаровал/удивил говорящего]; Beş parmak yersin/ geliyor - «Получишь у меня!» (может быть использовано для устрашения, предупреждения расшалившегося ребенка) [ПЖ: потрясывание раскрытой ладонью]; Mmmmm! - используется для демонстрации восхищения вкусом какой либо еды, напитка. Сопровождается выражениями Mis gibi!
«Превосходно!», Çok lezzetli! «Невероятно вкусно!» [ПЖ: покачивание поднятой вверх кистью руки с пальцами, собранными в пучок].
Существует ряд жестов, не сопровождаемых фразами: заворачивание уха - не вешай лапшу на уши; неоднократное цокание - неодобрение; однократное цокание сопровождаемое легким поднятием головы и бровей - отрицание; выброшенный вперёд кулак - грубое оскорбление; поднятые вверх в виде буквы V указательный и средний пальцы (сомкнутыми пальцами - в сторону говорящего)-грубое оскорбление.
Относительные лакуны: совпадающие частично - либо в аспекте выражения, либо в аспекте содержания.
Совпадающие в аспекте выражения: Iddiaya var misin? - «Спорим?» [ПЖ: вытянутый мизинец при сжатом кулаке] (в русском языке данный жест означает «Давай мириться»); O tamamen duygusal! - «Дело деликатное!» (подразумевается взятка) [ПЖ: потирание подушечкой большого пальца подушечек указательного и среднего пальцев] (в русском языке этот жест используется в вырвжениях, связанных с деньгами); Tamam! - «Ок! - Договорились!» [ПЖ: подмигивание с наклоном головы] (в русском языке - «ну мы поняли друг друга»); Bana ne?! - «Мне-то что?!» [ПЖ: приподнятие плеч] (в русском - «я не знаю», «я не в курсе»); согнутый в круг большой и указательный палец при других выставленных пальцах(в английском языке жест для обозначения согласия-ОК, в русском - одобрение- в турецком-грубое оскорбление с сексуальным подтекстом); большой палец, просунутый в кулаке между указательным и средним пальцем - грубое оскорбление с сексуальным подтекстом (в русском – кукиш(фига) издевка, насмешка, отказ); проведение ребром ладони по горлу - угроза перерезать горло (в русском - «с меня хватит»/«я сыт этим по горло»); щелбан по шее - сигнал о голоде (в русском – намек на употребление алкоголя).
Совпадающие в аспекте содержания: Gel! - «Подойди!» [ПЖ: подгребание пальцами развернутой вниз ладони воздуха]; Git! - «Уходи!» [ПЖ: отталкивание воздуха пальцами развернутой вниз ладони]; поднесение ко рту разогнутого большого пальца при выпрямленном мизинце и согнутых

остальных пальцах - предложение выпить (в русском - щелбан по нижней челюсти или шее).

Идентичные жесты полностью совпадают, как и в смысловой нагрузке, посылу, так и в сопутствующем жесте: Çak! - «дай пять!» [ПЖ: поднятая раскрытая ладонь, которую собеседник ударяет в ответ в знак одобрения] (однако необходимо подчеркнуть, что в качестве приветствия, как в русском, он не используется); Burama kadar geldi - «Мне это все надоело! Поперек горла стоит» [ПЖ: прикладывание кончиков пальцев/ ладони ребром к горлу]; Hesap! -«Счет!» [ПЖ: имитация письма ручкой в воздухе или на бумаге]; Sakin! - Спокойно! [ПЖ: опускание раскрытой вниз ладони параллельно земле]; «Тайм-аут!» [ПЖ: изображение ладонями буквы Т на уровне груди]; прикладывание ко рту указательного пальца - жест, призывающий замолчать; поднятый большой палец (like) - одобрение.

В ходе проведения сравнительного анализа двух коммуникативных культур было установлено, что турецкое речевое поведение за исключением нескольких элементов представляет для носителя русской речевой культуры абсолютные или относительные лакуны. Особо следует обратить внимание на то, что даже жесты, совпадающие по своему выражению в обоих культурах, имеют в русском и турецком языках разное значение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ахьямова, И.А. Формирование культуры невербального общения студентов в социокультурной среде вуза // Социально-культурная деятельность в региональном пространстве: тенденции, процессы и перспективы: материалы Всерос. науч.-практ. конференции (г. Тюмень, 15 мая 2009 г.)
2. Бутовская М.Л.” Язык тела: природа и культура (эволюционные и кросс-культурные основы невербальной коммуникации человека).” М.: Научный мир, 2004.
3. Лабунская В.А.” Невербальное поведение: структура и функции.” Ростов: Изд-во РГУ, 1986.
4. Реформатский А.А.О перекодировании и трансформации икативных систем Исследования по структурной типологии.” М.: Изд-во АН СССР, 1963.
5. Кендон А. Язык и жест: единство или двойственность? Макнил Д. Языковые искусства и дисциплины. Издательство Кембриджского университета, 2000
(Kendon A. Language and Gesture: Unity or Duality? McNeill D. Language Arts and Disciplines. Cambridge University Press, 2000)
6. Крейдлин Г.Е.Мужчины и женщины в невербальной коммуникации.” М.: Яз. слав. культуры, 2005(Kreidlin G.E. Men and Women inNnon-verbalCcommunication.” M.: Yaz. glory. Culture, 2005)
7. Макнейл Д. “Рука и разум: что могут рассказать жесты о мышлении. Чикаго: Университет Чикагской Прессы, 1992 коммун McNeill D. “Hand and

Mind: What Gestures Can Tell About Thinking.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ: ЭЛЕМЕНТЫ И ПОДХОДЫ

Мадина Ибрагимовна ИСАМУХАМЕДОВА
Преподаватель Ташкентский государственный университет узбекского языка и литературы
madinaisa@navoiy-uni.uz

Широко распространено мнение, что культура играет важную роль в преподавании и изучении иностранных языков. На сегодняшний день в этой области проведено огромное количество исследований и экспериментов. Широко признано, что язык является основным средством распространения культуры. Считается также, что студенты не могут в полной мере использовать язык эффективно, даже зная его грамматические правила и обладая достаточными знаниями в словаре. Такие знания, которые мы называем «чистой информацией», полезны, однако не позволяют учащимся понять определенный язык. Таким образом, развитие у учащихся культурной осведомленности и межкультурной коммуникативной компетентности приводит их к лучшему критическому мышлению и дальнейшему совершенствованию их целевого языкового знания. Существует много методологий развития межкультурной компетенции учащихся, но ни одна из них не эффективна до тех пор, пока ее элементы не будут полностью рассмотрены. Таким образом, настоящая статья направлена на рассмотрение элементов межкультурной коммуникативной компетенции, а также возможных подходов, которые могут быть использованы для ее обучения.

Ключевые слова: *межкультурная коммуникативная компетентность, культурная осведомленность, подходы, элементы*

Межкультурное общение - это общение людей разных культур и языков. Это всегда было и, вероятно, останется важной предпосылкой человеческого сосуществования на земле. В английском языке есть несколько терминов выражающих данное общение, такие как «intercultural» и «cross-cultural». Термин «intercultural» выбран вместо синонима «cross-cultural», поскольку он напрямую связан с использованием языка. Общаются не культуры, а люди. Европейский исследователь Даниэль Трависани в своих работах четко указал семантическое различие между терминами «intercultural» и «cross-

cultural». Он утверждает, что межкультурное (intercultural) общение правильно относится к изучению взаимодействия между людьми из разных культур, в то время как интернациональное (cross-cultural) общение конкретно относится к сравнению того, как люди из разных культур общаются. Другими словами, первое представляет собой статичное дифференциальное изображение, отображающее различия в моделях общения между различными культурами, в то время как второе изучает динамические модели взаимодействия, что происходит, когда люди по крайней мере из двух разных культур встречаются и взаимодействуют, и из каких кадров создаются это взаимодействие, например, понимание против недопонимания, соглашение против разногласия, культурная адаптация против культурной изоляции, возникновение «третьих культур», конфликт против сотрудничества, межкультурная сплоченность команды против недопонимания команды, межкультурный успех проекта против провала проекта, эмоциональное улучшение против эмоционального ухудшения и любой другой результат отношений, Кроме того, межкультурная компетенция фокусируется на социальных вопросах, моделях мышления, моральных ценностях. Это также касается понимания различных культур, языков, обычаев и традиций людей из разных стран. Межкультурное общение связано с социальными науками, такими как антропология, лингвистика, психология, лингвокультурология.

Считается, что межкультурная коммуникативная компетенция не достигается и не устанавливается с легкостью, поэтому существует несколько способов сделать это. Межкультурная коммуникативная компетенция имеет несколько составляющих.

Первый и главный компонент - это контекст. Решение о том, что человек компетентен, принимается как в реляционном, так и в ситуативном контексте. Ситуативная разговорная компетенция определяется по-разному для разных культур. Например, как часть невербального общения зрительный контакт означает доверие в западных культурах, тогда как в азиатских культурах слишком большой зрительный контакт демонстрирует неуважение.

Второй компонент - уместность. Под этим компонентом понимается правильное поведение. Это означает, что поведение людей приемлемо для ожиданий любой конкретной культуры.

Третий элемент межкультурной коммуникации - это эффективность. Эффективность - это поведение, которое приводит к желаемому результату.

Четвертый и основной компонент - это знания. Это связано с обширной информацией, которую человек должен иметь о культуре людей, с которыми он взаимодействует. Это важно для того, чтобы человек мог интерпретировать и понимать общие для культуры и специфические для культуры знания.

Последняя составляющая - это мотивация, которая частично означает эмоциональные ассоциации, когда люди общаются между

культурами . Чувства с точки зрения реакции на мысли и переживания тесно связаны с мотивацией. Намерения - это мысли, которые определяют выбор людей; кроме того, это цель, которая направляет поведение человека. Таким образом, эти две сущности играют значительную роль в мотивации.

Исходя из вышеперечисленных элементов должны быть выбраны определенные подходы в повышении межкультурной коммуникативной компетенции студентов. Однако, прежде чем выбрать соответствующие методы обучения, следует рассмотреть конкретные критерии отбора:

➢Образовательные подходы к межкультурному общению должны основываться как на личностном, так и социальном развитии;

➢Образовательные подходы должны предоставлять учащимся возможности доступа и анализа широкого спектра культурных практик, несмотря на их социальный статус;

➢Образовательные подходы должны помочь учащимся развить и понять процессы, связанные с взаимодействием людей из разных культурных традиций или созданием любого коммуникативного события;

➢Образовательные подходы должны вооружать учащихся средствами анализа и осмысления их встреч; помогать им определить конфликтные зоны и способы их избегания с исходом получения опыта в своих будущих действиях и поведении.

На основании вышеуказанных критериев были выбраны три подхода:

1. Ср
авнительно-контрастный подход
2. «Э
мический» и «этический» подход
3.
Опыт обучения

1.Сравнительно-контрастный подход.

В этом подходе изучаются культурные различия с точки зрения потенциальных барьеров. Учащиеся должны понимать и уважать эти различия. В основном для сравнения выбраны две или три культуры. Цель учащихся - не только выявить различия, но и найти общие аспекты. Одним из преимуществ этих подходов является возможность выявить и стереотипное мнение студентов.

2. **«Эмический» и «этический» подход.**

В то время как «эмический» подход подразумевает изучение культур внутри, «этический» подход фокусируется на понимании культур извне. Это означает, что первый пытается понять культуры как члены культур; напротив, последний сравнивает культуры, используя заранее определенные характеристики. Есть ряд различий между этими двумя подходами. Во- первых, в то время как «эмический» подход изучает поведение изнутри системы, «этический» подход изучает поведение извне системы. Во- вторых, в то время как первый исследует только одну

культуру, второй исследует несколько культур, сравнивая их.

3. Эмпирический подход к обучению.

Этот подход опирается на эмпирическое обучение. Неэффективно читать много основанных на культуре книг или слушать лекции о различных культурах. Каждому человеку необходимо сталкиваться с новыми и неизвестными ситуациями, испытывать страх, отторжение, а также доверие и сочувствие. Кроме того, также необходимо изучать культуру от разных людей.

Список использованной литературы

1. Brislin R. W., Yoshida T. Intercultural communication training: An introduction, California: Sage publications. – 1994.
2. Trevisani D. Negoziazione interculturale. Communicare oltrele barriere culturali. Translated title: Intercultural negotiation: Communication beyond communication barriers. Milan, Franco Angeli. ISBN 9788846466006. – 2005.
3. Bennett M.J. (ed.) Basic concepts of intercultural communication. Selected readings. –Intercultural Press, Inc., 1998.
4. Махкамова Г.Т. Концепция формирования межкультурной компетенции студентов факультетов английского языка. – Т.: Фан, 2010.

MILLIY TURIZMGA OID REKLAMALARDA TIL VA MADANIYAT UYG'UNLIGINING AKS ETISHI

Ismailova Laylo Xondamirovna
ToshDO'TAU Xorijiy tillar kafedrasi
ingliz tili o'qituvchisi laylohonismailova@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada milliy turizmni rivojlantirishda reklamaninig o'rni, hamda reklama matnining lingvokulturologik xususiyatlari xususida so'z yuritiladi.

Kalit so'zlar: *reklama matni, milliy turizm, menejment, sayyoh, imidj, lingvokulturologiya.*

Reklama hozirgi kundagi zamonaviy turizmni rivojlantirishda muhim o'rin egallaydi. Qadimiy tarixiy yodgorliklarga boy yurtimizning ko'plab go'shalarini sayyohlarga tanitish, ularning e'tiborini jalb qilish bilan birgalikda davlatimiz haqidagi pozitiv tushunchani dunyo bo'ylab ommaviylashtirishda uning tutgan o'rni beqiyosdir. Ushbu maqolada reklamaning boshlang'ich manosiga izoh berilgan holda, uning turizm sohasidagi ahamiyati va lingvokulturologik hususiyatlari masalasi yoritiladi. Reklama (lot. reklamo – qichqirmoq) – tovarlarning sifati, ularni sotib olishdan ko'riladigan naf haqidagi axborot; bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida yuridik va jismoniy

shaxslar yoki mahsulot to‘g‘risida tarqatiladigan maxsus axborot bo‘lib marketingning tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu bilan birgalikda, talab va iste’molchilar didining shakllanishiga ta’sir ko‘rsatadi [1, 145-b.]. Ushbu o‘rinda turli olimlarning sohadagi izlanishlariga razm solamiz. V. Zvereva reklamani "Ehtiyojlar va orzular dizayneri, namunalar – madaniyatdagi normalar va yangiliklar, turli jamoalarning ovozi, qatlamlar orasidagi vositachi, ijtimoiy guruhlarni bog‘laydigan "tsement", jamiyatdagi baxt darajasini tartibga soluvchi terapevt, universal til, har qanday odam uchun tushunarli, esperanto va neo-folklor, san’atning yangi shakli” deya ta’rif beradi [2, 5-37-b.]. Darhaqiqat, rekalama hozirgi kunda televidenie va matbuotning ajralmas qismi bo‘lib, har qanday yangi mahsulot va hodisalar haqida xabar beruvchi vosita, tadbirkorning asosiy quroliga aylangan, desak mubolag‘a bo‘lmaydi (daromad) olish maqsadida yuridik va jismoniy shaxslar yoki mahsulot to‘g‘risida tarqatiladigan maxsus axborot bo‘lib marketingning tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu bilan birgalikda, talab va iste’molchilar didining shakllanishiga ta’sir ko‘rsatadi [1, 145-b.].

Ushbu o‘rinda turli olimlarning sohadagi izlanishlariga razm solamiz. V. Zvereva reklamani "Ehtiyojlar va orzular dizayneri, namunalar – madaniyatdagi normalar va yangiliklar, turli jamoalarning ovozi, qatlamlar orasidagi vositachi, ijtimoiy guruhlarni bog‘laydigan "tsement", jamiyatdagi baxt darajasini tartibga soluvchi terapevt, universal til, har qanday odam uchun tushunarli, esperanto va neo-folklor, san’atning yangi shakli” deya ta’rif beradi [2, 5-37-b.]. Darhaqiqat, rekalama hozirgi kunda televidenie va matbuotning ajralmas qismi bo‘lib, har qanday yangi mahsulot va hodisalar haqida xabar beruvchi vosita, tadbirkorning asosiy quroliga aylangan, desak mubolag‘a bo‘lmaydi.

O.Savel’eva esa ushbu masalaga o‘ziga hos yondashgan holda: “Reklama xabari maqsadli auditoriya uchun ehtiyojlarni qondirishning ideal modelini reklama qilinayotgan obekt orqali taqdim qiladi. Shunday qilib, reklama auditoriyada, ya’ni jamiyat a’zolari orasida iste’molchilikning ideal modelini yaratib beradi. Bu o‘rinda reklamaning jamoaviy o‘rni san’at darajasiga yetib boradi. San’at estetik idealni shakllantirsa, reklama iste’molchilik idealini yaratib beradi” deya ta’kidlaydi [3, 53-54 -b.]. Saveleva fikrining isboti sifatida ko‘plab kundalik mahsulotlarimiz xaridida reklamaning bevosita ta’sirini ta’kidlab o‘tish joiz. Reklamaning san’at darajasiga yetishida uning lingvokulturologik hususiyatlarining o‘rni ham beqiyos. Sodda, tushunarli va xalqimiz madaniyatiga yaqin reklama ommaga tez kirib boradi va hatto bolajonlar tilida takrorlanib turadigan frazalarga ham aylanganiga guvoh bo‘lishimiz mumkin. Reklama tarixiga nazar solsak, Buyuk ipak yo‘lida joylashgan o‘lkamizda doimiy ravishda savdo sotiq aloqalarini rivojlantirish maqsadida og‘zaki reklamadan foydalanib kelinganiga shubha yo‘q. O‘zbekiston Markaziy Davlat arxivi (MDA)da saqlanayotgan hujjatlar shuni ko‘rsatadiki, Turkiston o‘lkasida litografik bosmaning paydo bo‘lishi va turli xildagi hukumat gazetalarining chop etilishi natijasida ijtimoiy-siyosiy va tijorat reklamalari muntazam ravishda xalqqa taqdim etila boshladi [4, 1-b.]. Bunga misol tariqasida turli olimlarning o‘sha davrga hos qo‘lyozmalariga murojaat qilsak, ilk bosma reklama namunalariga

guvoh bo‘lamiz. Reklamaning yurtimizdagi dastlabki namunalarini O‘rta Osiyo etnografiyasi bo‘yicha mutaxassis I.I Geyerning 1908 yilda chop etilgan “Ves Turkestan” asarida uchratish mumkin [5, 19-20 b.]. Ushbu so‘zlarning isboti sifatida qo‘lyozma reklama ko‘rinishidagi e’londan lavha keltiramiz

Yuqorida berilgan birinchi ma’lumot “Vogau” nomli savdo uyining mahsuloti, ya’ni choyning reklamasi bo‘lsa, ikkinchi rasmda avval qo‘llanishda bo‘lgan (ikkinchi qo‘l) kitoblar sotuvchi do‘konning va bolalar ichki kasalliklarini davolovchi doktorning bergan e’lonlaridan iborat.

Dastlab “Vogau” choyi to‘g‘risidagi e’lonning lisoniy jihatdan tashkillashtirilishiga diqqat qaratamiz: “*O‘zimizning mashhur, yuqori sifatli choylarimizni sotamiz*”. Ushbu e’londan anglash mumkinki, bu choy mahsuloti iste’molchiga birmuncha tanish, shu sababli “mashhur” so‘zidan foydalanilgani yaqqol ko‘rinib turibdi. Ikkinchi va uchinchi e’lonlar informatsion xarakterga ega bo‘lib, ularning tuzilishida qo‘shimcha tasviriy so‘zlar o‘rin olmagan. Reklama korxona imidjini yaratish (uzoq davrli ta’sir ko‘rsatish), joriy sotish hajmini ko‘paytirish (qisqa davrli ta’sir ko‘rsatish), xaridorlarga nima sotib olishni va uni nima uchun sotib olish zarurligini hal qilishda yordamlashish va boshqa maqsadlarda olib boriladi. Reklamaning asosiy vazifasi – haridorni qiziqtirish, domiy mijoz bo‘lib qolgan xaridorlarni yo‘qotmaslik va ularning doirasini kengaytirishga qaratiladi. Reklama matnlari quyidagi toifalarga bo‘linadi: *ma’lumot beruvchi, qiyoslovchi, yodga soluvchi* [6, 8-b.]. Uning nima maqsadda yaratilayotgani reklama matnining leksik-semantik xususiyatlarini ham belgilab beradi. Yana bir ta’kidlab o‘tishga loyiq jihat bu turistik reklama orqali mahalliy

mahsulotlarni dunyo savdo rastalariga olib chiqishdir. Bunda qo‘yilgan maqsadlarga erishishda reklamaning lingvokulturologik hususiyatlari muhim hisoblanadi. Ushbu omil bir madaniyatni ikkinchisidan farqlab, o‘sha mamlakatgagina xos bo‘lgan madaniy jihatlarini ochib beradi. Ma’lum kontekstda to‘g‘ri, o‘rinli keltirilgan so‘zlar va iboralar yig‘indisi, yurtning ma’lum bir go‘shasiga oid atamalar va so‘z o‘yinlaridan foydalanish reklamaning ta’sirli va yodda qolarli chiqishi, hamda kutilgan natija – ommaning qalbiga tezroq yo‘l topishiga xizmat qiladi. Har bir xalqning o‘ziga xosligi, hissiyotlar turfaligi, an’ana va odatlari reklama roliklarining tilida aks etadi. Shunday qilib, reklamaning ta’sirchanligini oshirishda til va madaniyat uyg‘unligi muhim rol o‘ynaydi. Xalq madaniyatining tilga ta’siri va unda milliylikning aks etishi so‘nggi yillarda tilshunoslik hamda madaniyatshunoslik fanlari kesimida vujudga kelgan lingvokulturologiya sohasida o‘rganilmoqda va o‘zining mahsuldor natijalarini bermoqda. Shu o‘rinda lingvokulturologiya tushunchasiga taniqli rus olimi V.A.Maslova bergan ta’rifni keltirish mumkin: “Lingvokulturologiya tilni madaniy hodisa sifatida o‘rganadi. Bu dunyoqarashning milliy taffakkur prizmasidan kelib chiqqan holda shakllanishi bo‘lib, unda til milliy mentalitetni ifodalaydi”[7, 6-b.].

Ma’lumki, har qanday reklamani slogan va logotipsiz tasavvur etish mushkul. Slogan yoki reklama shiori reklama matnining asosiy qismini tashkil etadi. Etimologik jihatdan (qadimgi uells tilidan) bu atama “*jang nolasi*” degan ma’noni anglatadi. Slogan bu o‘ziga xos ibora bo‘lib, unda savdo taklifining ma’nosi ta’sirchanligi maksimal oshirilib, hissiy impulsga qaratiladi hamda undash ma’nosi mavjud bo‘ladi [8, 12-b]. Darhaqiqat, slogan reklamaning eng diqqatga sazovor qismidir.

Quyida keltirilgan turistik reklama banneriga e’tibor qaratamiz: Mazkur fotosurat Amerika qo‘shma shtatlarining Arizona shtatini sayyohlarga tanitish maqsadida tayyorlangan reklamaning slogan qismi hisobalanadi. Fotosuratda ushbu shtatgagina hos turistik jihatdan ustunlik, ya’ni ajoyib suv havzasi tasviri ikkita jumla bilan yoritib berilgan. Sloganning ma’nosi: “*Sizning sarguzashtingiz sakrashdan boshlanadi. O‘zingizni qo‘yib yuboring!*”. Bu qisqagina ibora orqali, Arizonaga hos turizm turi aks ettirilgan.

Turistik reklamaning salmoqli qismini matbuot va internet orqali tarqatiladigan reklama tashkil etadi. Bu tanlovning asosiy sababi auditoriyaga ma’lumotni tez yetkazish imkonini berishida hisoblanadi. Bu usul ancha ommalashgan bo‘lib, odatda internet orqali reklama an’anaviy ruhdagi qisqa va yorqin jumladan iborat roliklardan iborat bo‘ladi.

Turizmni rivojlantirishdagi muhim jihat bu berilayotgan ma’lumotning shaxsiy xarakterga ega bo‘lmasligi, ya’ni ma’lumot to‘g‘ridan- to‘g‘ri hodimlar orqali emas, balki ommaviy axborot vositalari, bukletlar, kataloglar orqali taqdim etilishidir. Ushbu o‘rinda milliy turistik reklama videoroliklarini nafaqat mahalliy ommaviy axborot vositalari, balki davlatning chet eldagi vakolotxonalari orqali dunyo hamjamiyatiga taqdim etish maqsadga muvofiq.

Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash lozimki, jannatmakon o‘lkamizni yanada tarovatli

ko‘rsatishda reklama tili o‘ta muhimdir. Reklamadan milliy turizmni rivojlantirishda foydalanish uchun uning tuzilishiga jiddiy e’tibor qaratish va lingvistik jihatdan mukammal bo‘lishini ta’minlash tilshunoslar oldida turgan muhim vazifalardan biridir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston davlat milliy ensiklopediyasi. – Toshkent Davlat ilmiy nashriyoti, 2000-2005. R” harfi jildi – 321 b.
2. Saveleva O.O. Реклама в системе социальных отношений и габитус рекламы // Peterburskiy institut pechati – Toshkent, 2004 y, 284 b.
3. Zvereva V. Telereklama: prostranstvo virtualnogo shopinga // Moskva: Iskusstvo kino. – 2004 – 40b.
4. S.Muxammedjanova. O‘zbekiston reklama san’ati tarixidan. Shosh.uz sayti maqolasi, 2019 y.
5. I.I Geyer. Ves Russkiy Turkestan–Toshkent: Turkiston nashriyot uyi, 1908. – 30 b.
6. Durovich A.P. Reklama v turizme. – Minsk: Novoe znanie nashriyot uyi, 2008. – 212 b.
7. G. Maslova. Lingvokulturologiya – Moskva: Akademiya, 2001, -208b.
8. Litvinova A.V. Slogan v reklame genezis, tendensiya razvitiya – Moskva, 1996. – 85 b.
9. pitchenginelive.blob.core.windows.net

THE BEST PRACTICES OF CITY BRANDING AND TOURISTS ATTRACTION POLICIES OF GEORGIA AND KAZAKHSTAN

Nilufar F. Isroilova
BSc Candidate, Alisher Navo’i Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature
nilufarsroilova19@gmail.com

Absract. The article illustrates tourism strategies of Georgia and Kazakhstan, analyses the way tourism is linked to their economy and puts forward the best practices of these countries to develop the field in Uzbekistan.

Key words*: safety, quality, price, resource, advertisement, national brand.*

Tourism is regarded as one of the most profitable and dynamically developing spheres of the modern economy. The changes in the global tourism have helped travellers to soak the atmosphere of not only rich countries, but also other parts

of the world. To develop tourism every country needs elaborated tourism policy, tourism resources, developed infrastructure, qualified resources, and relevant legislative framework. Elaboration of proper tourism policy enables country create work places, increases foreign currency inflows, generate taxes, ad stimulates the country's growth.

After the collapse of the former Soviet Union, tourism policy has changed in its shape and content in the Union's former member countries. As a way of an example, the flow of tourists has skyrocketed in Georgia and Kazakhstan over the last few years. Georgia hosted 247,705 tourists in February 2019, showing an increase of 5.1% year-on-year announces the Georgian National Tourism Administration (GNTA). The countries with the most significant increase were Israel (+198.4%), China (+52%), and Saudi Arabia (+48.6%). In January 2019 international tourism revenue reached $164.5 million that is $8 million more compared to the same month of 2018 [1]. In Kazakhstan, domestic tourism inflow has nearly doubled in the last seven years. While approximately 2.7 million travellers explored their own country from January- September 2013, the number grew to nearly 5.1 million in January-September 2019 [2]. Mostly Kazakhstan is visited by citizens from Russia, Uzbekistan, Kyrgyzstan, China, Germany, Ukraine, Turkey, Tajikistan, Turkmenistan, India [3].

Below we will analyse how these two countries reached the level they have in tourism today.

	Georgia	**Kazakhstan**
Brand	Georgia Europe started here	take a new direction kazakhstan

Capital	Tbilisi	Nur-Sultan
Population	3,989,764 (June 1, 2020)	18,757,562 (June 1, 2020)
Strategy paper on tourism	National Tourism Strategy 2015-2025 by the Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia and GNTA on December 4, 2015	Order of the Government of the Republic of Kazakhstan of May 31, 2019 No. 360 about approval of the State program of development of tourist industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025
Visa-free countries	Nationals of the following countries and territories may visit Georgia without a visa for a year unless otherwise noted (last amendment on 9 June 2015): All citizens of the European Union Albania Andorra Antigua and Barbuda Argentina Armenia Australia Azerbaijan El Salvador Honduras Iceland Iran Israel Japan Jordan Kazakhstan South Africa Russia Saint Vincent and the Grenadines San Marino Serbia Seychelles Singapore Switzerland	54 countries (on September, 2019) All European Union citizens Australia Bahrain Canada Chile Colombia Iceland Indonesia Israel Japan Monaco New Zealand Norway Oman Philippines Qatar Saudi Arabia Singapore Switzerland

	Bahamas Bahrain Barbados Belarus Bosnia and Herzegovina Botswana Brunei Chile Costa Rica Dominican Republic Ecuador	Kuwait Kyrgyzstan Lebanon Liechtenstein Malaysia Mauritius Mexico Moldova Monaco Montenegro New Zealand Norway Oman Panama Qatar	South Korea Switzerland Tajikistan Thailand Turkmenistan United Arab Emirates Ukraine United Kingdom United States Uruguay Uzbekistan Vatican City	Kuwait Liechtenstein Malaysia Mexico Thailand United Kingdom United States Vatican City Vietnam
Visitor arrivals per year	8,679,544			8,789,00
Major attractions	Tbilisi – ancient and vibrant capital city			Astana – the changing face of central asia

	Sighnaghi – city of wine and love Bakuriani, Gudauri, Svanetian resorts, Goderdzi – winter resorts Racha – main regional center of Zemo Vardzia – cave city Mestia – national park on slopes Kazbegi – dormant stratovolcano and a major mountain of the Caucasus Mtskheta – ancient capital city Gori – original fortress on a hilltop Borjomi – mineral water	Almaty – kazakhstan's biggest cultural hub Aktau – pretty town by the caspian Taraz – welcome to the ancient city in south kazakhstan Lake Balkhash– the 15th largest lake in the world Baikonur – city of spaceport, rockets, and spaceships Semey – an ancient and historical city Turgen Gorge – amazing place for trekkers Lake Kaindy – a natural dam Tamgaly-Tas – a sacred sanctuary Nomad's land – abandoned film set Shymkent – getaway to the heartland of Kazakhstan

Tourism policy in Georgia

Capital	Tbilisi	Nur-Sultan
Population	3,989,764 (June 1, 2020)	18,757,562 (June 1, 2020)
Strategy paper on tourism	National Tourism Strategy 2015-2025 by the Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia and GNTA on December 4, 2015	Order of the Government of the Republic of Kazakhstan of May 31, 2019 No. 360 about approval of the State program of development of tourist industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025
Visa-free countries	Nationals of the following countries and territories may visit Georgia without a visa for a year unless otherwise noted (last amendment on 9 June 2015): All citizens of the European Union Albania Andorra Antigua and Barbuda Argentina Armenia Australia Azerbaijan Bahrain Barbados Brunei Canada Chile Colombia El Salvador Grenadines Honduras Iceland Iran Israel Japan Jordan Kazakhstan Malaysia Mauritius Monaco New Zealand Norway Oman Philippines Qatar Russia San Marino Saudi Arabia Serbia Seychelles Singapore South Africa Saint Vincent and the	54 countries (on September, 2019) All European Union citizens Australia Bahrain Brunei Canada Chile Colombia Iceland Indonesia Israel Japan Malaysia Monaco New Zealand Norway Oman Philippines Qatar Saudi Arabia Singapore Switzerland

Georgia is a country with tourism traditions. According to the experts' data, the highest number of tourist in Georgia was in 1988 (4.5-5 million). At this time, there were a lot of sanatoriums and tourist facilities. Georgia has natural-geographic resources to develop domestic and international tourism. The reasons for a huge change in tourism in Georgia were [4]:

- ✓ Fast development of tourism infrastructure;
- ✓ Worldwide advertisement of tourism offerings of Georgia;
- ✓ Appointment of direct charter flights;
- ✓ Organization of different cultural activities (festivals, concerts, etc.);

Visiting places of untouched nature is becoming a more popular holiday and relaxation alternative, and Georgia has an abundance of such places, with many types of tourism-recreational resources and biodiversity of resources available in the country.

In 2014, Georgia was among the top 50 tourist destinations listed by "National Geographic Traveler". It underlined Georgian cuisine, wine and culture. Georgia was listed next to countries such as France, Italy, Portugal, Switzerland, Scotland, Sweden and Denmark. Aside from this, Georgia was listed in the top 10 safest countries to travel in several international ratings. And success in international relations saw the country host the fourth meeting of the Silk Road working group [4]. Many activities are being carried out to increase international tourism in Georgia. These include improving infrastructure, simplifying international travel requirements, increasing awareness of Georgia, implementing marketing activities at international and domestic markets, developing of tourism products and organizing training for better service. The Georgian National Tourism Administration participated in 19 international tourism exhibitions in 2014, implemented marketing campaigns in nine target markets and conducted 46 press-tours. Several international events were held in 2015, such as the European Youth Olympiad and UEFA Super Cup match. These events increase the awareness of Georgia as a destination. In addition, it should be mentioned that in 2015, there was an increase in marketing activities, in particular, a promotional advertising campaign was run in nine target markets (Azerbaijan, Turkey, Ukraine, Kazakhstan, Russia, Belarus, Hungary, Latvia, Israel), as well as on popular international channels (CNN, EURONEWS). This supports the country's popularity across the world [5]. The increase in the skill level of tourism sector workers can be attained through long and short-term training. The government can encourage successful sharing and implementation of teaching programs. Implementation of short- term exchange programs is necessary for cooperation with tourism agencies and related organizations. This will contribute to the sharing of experience and knowledge. Despite the high level of unemployment in the country, there is a lack of qualified employees in the tourism sector. There are few specialized schools and relevant textbooks. A variety of hotels is the most important component of tourism infrastructure.

There are several international brand hotels in Georgia, but it is not sufficient to accommodate a large number of tourists. Developed informational infrastructure is important to organize tourist flows. Foreign tourists experience difficulties in orientating the country's city and rural roads and crossroads without proper signage, and as such, it is important to develop a clear and comprehensive sign network for tourists. The Tourism Administration can help small-sized hotels to register on international tourism websites (booking.com, tripadvisor.com) and provide relevant consultations. In addition, tourist maps and guides, and mobile apps, etc., will simplify the choices for a tourist. Increasing speed of life in the civilized world, existence of stress and tiredness in everyday life, increasing rate of ecological contamination, requires keeping normal physical and psychical condition. A person demands to harmonize physical and psychological conditions. He/she wishes to stay young for a long time, stop ageing and have joy of life [6]. That is why a lot of people try to use Wellness Industry's products and services.

the awareness of Georgia as a destination. In addition, it should be mentioned that in 2015, there was an increase in marketing activities, in particular, a promotional advertising campaign was run in nine target markets (Azerbaijan, Turkey, Ukraine, Kazakhstan, Russia, Belarus, Hungary, Latvia, Israel), as well as on popular international channels (CNN, EURONEWS). This supports the country's popularity across the world[5].

The increase in the skill level of tourism sector workers can be attained through long and short-term training. The government can encourage successful sharing and implementation of teaching programs. Implementation of short- term exchange programs is necessary for cooperation with tourism agencies and related organizations. This will contribute to the sharing of experience and knowledge. Despite the high level of unemployment in the country, there is a lack of qualified employees in the tourism sector. There are few specialized schools and relevant textbooks.

A variety of hotels is the most important component of tourism infrastructure. There are several international brand hotels in Georgia, but it is not sufficient to accommodate a large number of tourists.

Developed informational infrastructure is important to organize tourist flows. Foreign tourists experience difficulties in orientating the country's city and rural roads and crossroads without proper signage, and as such, it is important to develop a clear and comprehensive sign network for tourists. The Tourism Administration can help small-sized hotels to register on international tourism websites (booking.com, tripadvisor.com) and provide relevant consultations. In addition, tourist maps and guides, and mobile apps, etc., will simplify the choices for a tourist. Increasing speed of life in the civilized world, existence of stress and tiredness in everyday life, increasing rate of ecological contamination, requires keeping normal physical and psychical condition. A person demands to harmonize physical and psychological conditions. He/she wishes to stay young for a long time, stop ageing and have joy of life [6]. That is why a lot of people try to use Wellness Industry's products and services. Georgia has unique nature.

There are various climate zones, sea, mountains, rivers, forests, different types of mineral water, therapeutic mud, therapeutic plants, wine therapies, magnetic sands, spa and fitness centres, modern hotels based on recreation principles, etc. We can say that all the conditions are there to develop the wellness industry in Georgia. The author and establisher of Georgian medical wellness resorts, Doctor of Medicine Tamaz Mchedlidze mentions that there is a new niche in wellness industries - implementing a new medical ideology of wellness resorts [7]. Nowadays, the medical wellness resort "Bioli" is functioning. It is built near Tbilisi, in recreation zone of Kojori, 1,200 meters from the sea. The word "Medical" is not the only difference between "Bioli" and other wellness resorts. The diagnosis of the effective functioning of organism is held in "Bioli"; fitted wellness program are prescribed individually. It includes functional food with adding medical plants and anti-depressive physical activities, and appropriate spa therapies and other procedures. The therapeutic-recreation complex "Borjomi Palace" was triggered in Borjomi. There is a therapeutic-recreation spa center and health examinations are conducted in new modern equipped cabinets. The best conditions for recreation, treatment and prophylactics exist according to the unique climate of Borjomi and the supportive therapeutic-recreation complex; relaxation not only for spirit, but also for mind [8].

The visa liberalization policy implemented by the Georgian government increased the number of international visitors. With that, citizens from 94 countries can visit Georgia without a visa for the purpose of tourism [9].

These factors helped Georgia to build a strong tourism policy.

Tourism policy in Kazakhstan

Kazakhstan, located in the heart of Eurasia, acts as a bridge between these poles and other Central Asia countries (Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan and Turkmenistan); the strategic location of the country places special emphasis on the development of tourism along the Silk Road. It was 1997 when the first tourism potential study in Kazakhstan - "The Silk Road is the road of dialogue" - was conducted by UNWTO, UNESCO and UNDP. Elaborating a new concept for the development of the tourism industry until 2023 was set by the President for tourism in his decree of November 24, 2016. Then, the concept was officially adopted by the Kazakh Government on 27 June 2017 and opened a new stage in the development of the tourism industry. For the first time, the project identifies six clusters reflecting the geographical diversity and ethno-cultural identity of Kazakhstan's tourism offer [10]:

1. "Astana – the heart of Eurasia", a cluster, geographically located in the city of Astana, which is a symbiosis of architectural thought. Astana, with the existing high-tech infrastructure, will become a platform for cultural, medical and business tourism.
2. "Almaty – Kazakhstan's free cultural zone", which includes Almaty and part of the Almaty region owning an infrastructure of alpine, scientific and educational tourism.

3. “Pearl of Altai”, the cluster includes the territories of the East Kazakhstan region that will be transformed in the center of ecological tourism in Kazakhstan.
4. “Revival of the Great Silk Road”, the area placed at the crossroads of the Great Silk Road in Kyzylorda and Zhambyl region.
5. “The Caspian Gates”, which are located in Mangistau, West Kazakhstan and Atyrau regions and have the potential to develop the infrastructure of coastal and resort-sanatorium tourism.
6. “Unity of nature and nomadic culture” is a cluster that includes Akmola, Karaganda and Pavlodar regions that will be developed as the center of nomadic culture and diversity of the steppe.

Considering Kazakhstan’s rich tourism potential, the new project will promote the diversification of different types of tourism, from the cultural to the ethnographic; from event to medical; from ecological to sport; from sacral to trophy hunting.

Within the modernization of national identity, the President paid special attention to the issues of preserving Kazakhstan’s cultural identity and its own national code, which should make the country recognizable on the global tourism market. In this regard, Kazakhstan will develop a brand-new tourism product – the ‘Kazakhstan’s Sacred Belt’– a map of macro and micro-sacral objects comprised of 600 sacred monuments, some of which are planned to be include in the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) World Cultural Heritage List. One of the elements of ethnographic tourism will be the ‘ethno-auls’ (ethnic villages) created throughout Kazakhstan. In these seasonal villages, working from May to September, Kazakhstan’s visitors will come into contact with the ancient traditions of the Kazakhs, such as their music, craft, cuisine, sports games and rituals.

Since becoming the capital of Kazakhstan in 1998, Astana is regarded as a modern, innovative city. In order to revamp its sustainable development agenda, the Government has also undertaken reforms to promote sustainable city principles. Smart Astana as a brand has been advertised to represent the capital’s smart and sustainable development aspirations. This goal became an official policy initiative after a Road Map was set up by order of the President (Order No. 01- 7.6 of 22 April 2013 “On the need of developing an action plan for including Astana in the list of 50 “smart cities” of the world”). The goal is to improve quality of life and to speed up the modernization of the infrastructure in Astana, as well as to enhance its level of public safety.

In June 2017, a pilot regime has been launched until the end of the International Specialized Exhibition Expo 2017 Astana, according to which 72 hours of visa-free transit is provided to Chinese citizens who transit via Kazakh airlines through international airports of Astana and Almaty to third countries. On October 2019, Kazakhstan has granted visa-free entrance to 12 additional countries – Bahrain, Colombia, Indonesia, Kuwait, Liechtenstein, Oman, the Philippines, Qatar, Saudi Arabia, Thailand, the Holy See and Vietnam – for up to 30 days [11]. The relationship between events and tourism can be mutually beneficial. Events provide consumers with a leisure and social opportunity beyond everyday

experience. On the other side, they are able to contribute to a city's range of tourist attractions, facilitate media coverage for the destination, and promote awareness of the destination for future visitation (Y. Wang, A. Pizam, 2011).
In the case of Kazakhstan, many events, such as Asian Winter Games in 2011, sponsorship of which was provided by the Congress of the World Leaders and Traditional Regions, and the Winter Universiade in 2017, were used to show the world the nation and its resources, as well as to exemplify the political and social stability achieved under the existing political regime. The hosting of Winter Universiade marked the beginning of the creation of a brand of the nation to promote around the world and the first step for the achievement of more broad goals and for the realization of strategic plans to boost Kazakhstan's reputation internationally. Around 2,500 university students from nearly 60 countries came to Kazakhstan's former capital city for the competition only surpassed in scale by the Winter Olympics itself. Moreover, Winter Universiade was the first attempt to host large-scale international events and to demonstrate Kazakhstan winter tourism potential and investment attractiveness, showing the visitors its beautiful nature, traditions, culture and the facilities of the country. The event was also a way to instill a sense of national consciousness and pride, especially among the younger generation. In January 2017, in fact, Kazakhstan was the first country in CIS to host Winter Universiade, the objective of which was to contribute to the preservation of peace and prosperity in the region and to support the growth of the domestic economics. The World Expo is considered to be the third largest global event, after the Olympic Games and the FIFA World Cup, in terms of economic and cultural impacts. The exhibition originated from the tradition of national exhibitions in France. It culminated with the French Industrial Exposition in 1844, which was held in Paris. This exhibition was followed by other national exhibitions in Europe and the United Kingdom. The well-known "First World Expo" was held in Crystal Palace in London's Hyde Park in 1851, under the title of Works of Industry of All Nations". The Great Exhibition was the idea of Prince Albert, Queen Victoria's husband, and it is usually accounted the first international exhibition of manufactured products. It influenced the development of several aspects, including art and design education, international trade and relations, and tourism. Since he inception in 1851, the World Expos has evolved one of which was conducted in Astana, Kazakhstan, in 2017. Expo 2017 Astana gave Kazakhstan a chance to strengthen its brand and improve the perception of many aspects of the country development in the world. The International Specialized Exhibition opened up a lot of opportunities for the country: from the strengthening of international cooperation to the modernization of the energy sector, from the optimization of transport infrastructure to the breakout in tourism. Nevertheless, one of the Expo's most important objects was the promotion of Kazakhstan's national brand. It was about building an integral and recognizable reputation of Kazakhstan, designed to become the basis for the nation's attractiveness to potential investors and tourists. Today, the elevated economic competition among countries has resulted in increased importance of nation branding; as

a consequence, the perception of the country has no less significance for its global reputation than assets or real achievements. More than 100 states and 22 international organizations participated in EXPO 2017. Because an Expo is an event able to attract world leaders and decision makers, as well as millions of visitors, it can be considered a unique opportunity for Kazakhstan to strengthen its international image and position itself as a key player in the international arena. On the one hand, for Expo visitors, Kazakhstan offers an image of an open, friendly country, aimed at innovation and development of green technologies, with a futuristic capital city, rich nomadic culture and unique, unspoiled nature.

For many years after its independence Kazakhstan was marked by a story of failed carriers, poor safety records and infrastructure which was managed under the remnants of a former Soviet regulatory framework. Today Kazakhstan's accessibility for international visitors is constantly improving. Government is investing in the development of tourism infrastructure, which include new roads, railways, construction of new and renovation of old accommodation outlets, near the recreational zones, World Heritage Sites, as well as other cultural, historical and business centres. Although improving roads and rail connectivity is certainly helping to enhance connectivity within Kazakhstan and into neighbouring territories, the scale of the country means that air transport will also be important in helping the nation to grow international links and enhance domestic connectivity. Aviation is a priority for the region because its size, and its geography often makes road journeys impossible or impractical. The International Air Transport Association (IATA), in particular, called on the governments of Kazakhstan and Central Asia to utilize air transport as a catalyst for further economic growth and development. Aviation, in addition, will connect people and support education and business. Kazakhstan has all possibilities for successful development of a hotel economy. A rich history, ancient monuments, original culture, political stability, a relative openness and its readiness for cooperation – all it has to intensive development both tourist, and hotel sphere.

COVID-19

COVID-19 has affected almost every country on planet, including Georgia and Kazakhstan. After the number of international arrivals to Georgia reached a record high of 9.3 million in 2019, most analysts predicted 2020 to be even better. Nobody has predicted a global pandemic. Georgia is one of the countries which fought and took safety actions against the virus at its earliest stage. The country has taken serious restrictions, closed the borders and cancelled so many journeys of life. The Georgian National Tourism Administration (GNTA) has been predominantly responsible for managing the Georgian residents coming back from abroad. The First Deputy Head of GNTA Rusudan Mamatsashvili told me that GNTA has been organizing transport from different borders, placing people in mandatory 14-day quarantine in different hotels throughout Georgia, and looking after them while they were quarantined.

Tourism industry is the first sector of Georgia's economy to be hit by the crisis

and is expected to be the last to recover. Though, the country strives to be the first country to reopen for visitors from July 1st, 2020.

Conclusion

The conducted analysis gives us an opportunity to set up main conclusions. Research showed that the reforms held in tourism must be oriented to solve several problems, namely:

- ✓ the elimination of conflict zones and creating safety in a country;
- ✓ increasing rate of tourism and advertising-informative infrastructure;
- ✓ qualified resources and quality products/service in tourism;
- ✓ affordable prices of hotels and food products;
- ✓ appropriate settlement of excursion-spectacular places;
- ✓ commercialization of tourism opportunities;
- ✓ moderate interest rates on credit.

However, in some cases, direct adverse economic losses may come due to unexpected catastrophes and countries can suffer huge economic impacts on tourism industry.

REFERENCES

1. Kazakh domestic tourism shows steady growth, reports Statistics Committee, 2019. https://astanatimes.com/2019/12/kazakh-domestic-tourism-shows-steady-growth- reports-statistics-committee/
2. Tourism development in Kazakhstan. 2020. https://dknews.kz/inner-news.php?id_cat=22%20&&%20id=65887
3. G. Erkomaishvili, E. Kharaishvili, M. Chavleishvili, N. Sagareishvili, Economic Policy of Tourism and the Development Tendencies of Medical Wellness Resorts in Georgia. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation 10(11) 2016*. p. 3387
4. Tourism Statistics, 2015. National Statistics Office of Georgia. www.geostat.ge
5. G.Erkomaishvili, R. Gvelesiani, E. Kharaishvili, M. Chavleishvili, Policy of Tourism and Opportunities of Development of Wellness Industry in Georgia.

International Conference on Economics, Management of Business and Technology. World Academy of Scienxe, Engineering and Technology, Dubai, UAE. 30-31 January, 2014. www. waset.org.
6. Tamaz Mchedlidze. Georgian Wellness Industry as A Big National Idea. www. mg.ge.
7. Relaxation is not only for soul but also for body. 2016. www.borjomipalace.ge
8. Countries thatdo not require a visa tovisitGeorgia.2019. https://www.ivisa.com/georgia-blog/countries-that-do-not-require-a-visa-to-visit-georgia
9. Ch. Biolo, Tourism in Kazakhstan: Challenges and Opportunities. Astana, Giugno/Settembre, 2017. p. 6
10. Kazakhstan grants visa-free status for 12 more countries to attract investment, tourists, businesses. 2019. https://astanatimes.com/2019/10/kazakhstan-grants-visa- free-status-for-12-more-countries-to-attract-investment-tourists-businesses/
11. Number of tourists visiting Georgia increases 5.1% in February 2019. https://agenda.ge/en/news/2019/578

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ
(на примере филологических дисциплин)

Каюмова Венера Фаварисовна
Кандидат филологических наук,
доцент Электронный научно-методический журнал
«Иностранные языки в Узбекистане» (fledu.uz)
venerakayumova@mail.ru

Аннотация. В докладе рассматривается история зарождения научного туризма, дается ему определение, выделяются основные направления научного туризма, а также говорится о перспективах развития научного туризма в Узбекистане на примере филологических дисциплин.

Ключевые слова: научный туризм, разновидности научного туризма, условия для осуществления туризма, научный потенциал.

Наша страна известна не только выращиваемыми сельскохозяйственными культурами, промышленностью, прекрасными произведениями ручной работы, архитектурой, вкусной едой, замечательным климатом и красивыми картинами гор, долин, степей и песков. Узбекистан – страна огромной научной культуры и знаний, которые формировались на протяжении многих веков под пером выдающихся ученых самых разных

направлений. Эти и еще ряд особенностей нашей страны создают условия для развития научного туризма. Этот вид туризма возник сравнительно недавно и в существующей литературе еще четко не определены его границы. Одни авторы называют его в составе экологического туризма [1], другие рассматривают его как самостоятельный вид [3]. Более того, и временные его границы также определяются неоднозначно. Некоторые исследователи называют его зарождение еще в период античности, когда совершались разного рода путешествия с целью открытия новых земель и рынков. В частности, С. Голубев, председатель комиссии научного туризма Русского географического общества отмечает, что «в завоевательных походах и мореплаваниях, торговых вояжах принимали участие не только армии, вооруженные группы людей и купцы, а так же ученые (Аристотель, Геродот, Страбон…), да и просто непоседы, отправлявшиеся в путешествие на свой страх и риск (Пифей из Массалии…). В не так далекую эпоху «Великих географических открытий» в торговых и разведывательных плаваниях, например: Кука – участвовал ученый Бенкс, Беринга – Стеллер, с Крузенштерном – Горнер, Тилезиус и Лангсдорф и т.п.» [2]. В.П. Павлов в статье, посвященной научному туризму, сообщает, что «американец Дюэйн С. Никель в 80-е годы прошлого столетия разработал и опубликовал «Путеводитель для научного путешественника: посещая места, связанные с астрономией и изучением космоса на территории Америки»» [3].

По мнению другого автора, «основа научного туризма была заложена в конце 80-х годов американским исследователем аномальных явлений Гленном Кемпбеллом, который обрёл всемирную известность после постройки в штате Невада первой мониторинговой станции наблюдения за НЛО… Построив мониторинговую станцию, Гленн Кемпбелл также разработал и запустил Интернет-портал (www.ufomind.com), на котором публиковал как результаты своих исследований, так и результаты исследований других энтузиастов непознанного. В течение последующих двух лет этот портал стал настолько популярным, что по исследованиям американского научно-популярного журнала «OMNI» занял одно из первых мест по посещаемости в мире» [4].

С. Голубев утверждает, что в 1980 г. в Географическом обществе Союза по инициативе академика Трешникова была образована Комиссия научного туризма [2].

Кто бы ни считался «отцом» научного туризма, понятно, что его зарождение относится 80-м годам XX в. Эта сфера туризма активно развивается в настоящее время. На основании оценок экспертов ЮНЕСКО, «доля научного туризма к 2020 году составит 25% от общих показателей мирового туризма или около двух триллионов долларов США в год, что фактически завершит процесс превращения туризма в ведущий комплекс мирового научного и культурного развития» [3].

Так что же такое научный туризм? В литературе можно выделить широкое и узкое его толкование. Рассмотрим первый его вариант.

«Принятая ЮНЕСКО и Всемирной туристской организацией (ВТО) Хартия научного и культурного туризма, Манильская декларация по мировому туризму дают следующее определение: «Научный и культурный туризм имеет своей целью inter alia – личное познание научных достижений и открытие исторических мест и памятников». ЮНЕСКО на передний план в отношении научного, культурного и природного наследия выдвигает туризм как эффективное средство массовой востребованности, широкой доступности научных, культурных и рекреативных ценностей, как действенный канал и источник сохранения и познания наследия через его использование в интересах нации, мира и развития.» [3]. На наш взгляд, в этом смысле научный туризм не будет отличаться от обычного познавательного наиболее массового вида туризма. Более точное определение дает Ю.Е. Холодилина: «научный туризм – это осуществление исследовательской (научной) деятельности, на конкретной территории, не являющейся местом постоянного проживания туриста в период от 24 часов до 6 месяцев подрядбезизвлеченияматериальнойвыгоды» [5, 500]. Хотя в данном случае научный туризм не будет отличаться от научных командировок сотрудников. По всей видимости, основными чертами научного туризма должны быть:

—передвижение по определенной местности

—познавательная и/или научная деятельность;

—открытие новых фактов в результате обсуждения увиденного и др.

Таким образом, научный туризм может сопровождаться чертами, характерными и для познавательно-культурного туризма, поэтому в научном туризме определяющим является научно-исследовательская деятельность.

Обобщая данные научных исследований в области туризма, можно научный туризм разделить на три направления:

1. Ознакомительный научный туризм: туристам демонстрируются природные и антропогенные объекты и образцы и даются квалифицированные пояснения по ним и проблемам, с ними связанным.
2. Вспомогательное участие: туристы принимают участие в научных и сопутствующих работах в качестве вспомогательного персонала (участие в реставрационных работах, работах в заповедниках по сохранению редких животных,полевых научныхисследованиях).
3. Самостоятельные исследования туристов в сотрудничестве с научным персоналом[2].
4. Участие в научных конгрессах, симпозиумах, конференциях.

Какие необходимы условия для осуществления научного туризма филологической направленности?

– интересная история края в отношении литературы, культуры, истории людей и науки в целом.

– наличие артефактов, свидетельствующих об этой истории;

– специалисты, которые могли бы дать профессиональную оценку и комментарий наблюдаемым артефактам;

– необходимая инфраструктура и материальная база для осуществления этого вида туризма.

Дополнительно могут быть привлекательными для участников научных маршрутов такие факторы, как разнообразные ландшафтные и биосферные заповедные зоны, центры национальных народных промыслов, вкусная и доступная еда и т.п.

Необходимо подчеркнуть, что все названные условия имеются в нашей стране.

В октябре 2020 года наш портал и электронный журнал «Иностранные языки в Узбекистане» планирует провести международную конференцию, посвященную деятельности Е.Д. Поливанова. Хотелось бы до начала конференции организовать виртуальный музей Поливанова, а после конференции – провести научную поездку с участниками конференции по местам работы ученого Расскажу немного об этом ученом. Евгений Дмитриевич Поливанов – это ученый-лингвист, ученый с мировым именем, основоположник многих научных направлений в области языкознания и методики преподавания языков. Он внес важный вклад в изучение японских диалектов, написал учебник японского языка, предложил транскрипцию японского языка, которая используется и в настоящее время. Е.Д. Поливанов в соавторстве написал учебник китайского языка. Но что наиболее ценно для нас – он описал многие диалекты узбекского языка, составил учебники узбекского языка, словари. Он принял непосредственное участие в языковом строительстве и разработал латинизированные алфавиты некоторых тюркских языков, в т.ч. и узбекского. Он работал в качестве профессора в Самарканде и в Ташкенте. В архивах названных городов имеются интересные материалы, рассказывающие о деятельности этого ученого в Узбекистане. Другая интересная для филологов фигура – Юрий Николаевич Завадовский (1909–1979), востоковед, исследователь диалектов арабского языка. Волею судеб он оказался в Узбекистане. С 1951 по 1960 г. Ю.Н. Завадовский работал в Ташкенте, в Институте востоковедения, где опубликовал множество трудов по творческому наследию Ибн-Сины, Бируни и Аль-Фараби. Жизнь этого известного ученого, как и Е.Д. Поливанова, не только интересна научными открытиями, но и внешними событиями, которые показывают мощь человеческого духа и разума.

Другими примерами научного туризма в Узбекистан могут быть поездки, связанные с изучением узбекского языка. Причем, можно организовать проживание обучающихся в семьях, где можно будет не только практиковаться в изучении языка, но и изучать традиции узбекского народа. В нашей стране есть множество замечательных литературных музеев, например, Дом-музей Ойбека, С. Бородина, С. Есенина и многих других писателей и поэтов с удивительно интересными экспонатами, музей восточных рукописей и многое другое, что может привлечь ученых разных стран для совершения научного туризма в Узбекистан.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА
1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2008. 117 с.
1. Голубев С. Научный туризм// https://ntour.ucoz.ru/news/2009-01- 31-11 (дата обращения 1.06.2020)
2. Павлов В. П. Научный туризм: накопленный опыт и перспективы развития//http://www.intacadem.ru/statji/nauchnyy-turizm-nakoplennyy-opyt-i perspektivy-razvitiya.html (дата обращения 25.05.2020)
3. Субботин Н.В. Русский Бермудский треугольник. *Глава Научный туризм*// https://document.wikireading.ru/36391 (дата обращения 28.05.2020)
4. Холодилина Ю.Е. Теоретические аспекты развития научного туризма в регионе// Вестник ОГУ, № 13 (132), декабрь, 2011, С. 500–506.

THE FEATURES OF TOURISM DISCOURSE GENRES

Khojaeva Malika Nosirjonovna
ESL teacher Alisher Navo'i Tashkent State
University of Uzbek Language and Literature
malikakhojaeva1@gmail.com

AnnoThe article reveals the peculiarities of tourism discourse and its categories which are suggested as the crucial types of communication tools used in situations that represent the tourism business.
Keywords: *tourism, tourism discourse, communication, business genre, travel agencies, touristic manual.*

Today, tourism is considered as one of the areas that have become a global socio-economic phenomenon. It should be mentioned that no other industry can connect so many cultures. People are always inclined to learn new things, so tourism remains an ever-evolving active field. According to statistics obtained from several studies, the tourism business employs about 180 million people, which is more than ten percent of the number of workers worldwide [1, p. 198].
This branch of the tourism industry has given rise to linguistic research aimed at studying tourism speech as a separate type of speech activity.
An important task of the study of tourist discourse is to determine its typological feature. There are diverse opinions on this issue. In particular, the view that this type of discourse is a subtype of institutional advertising discourse can be exemplified [1, pp. 41-46]. From another point of view, it is an independent form of discussion that can interact with other types of speech (internal, scientific, advertising, etc.) [2, p. 198].
Tourism discourse involves the communication of people who do not belong to a particular social group or monolingual community. Nevertheless, it is common

for communication participants to have a clear idea of the genres of tourism discourse, as well as the organization and methods of information exchange.

An important factor to consider when determining the characteristics of a tourist discourse is the type of communication tools used in situations that represent the tourism business. The participants of the dialogue were, on the one hand, a wide segment of the population who are considered real and potential tourists, and, on the other hand, various organizations of the tourism industry (travel agencies, air and, rail ticket offices, excursions and guide-interpreters agencies, workers, services, etc.) consists of. The peculiarities of the sphere of activity of the above-mentioned tourist discourse are the basis for determining its typological features as follows:

a) tourism discourse is undoubtedly an institutional category because it is mainly used in communication situations where at least one of the parties is involved in social and / or tourism business (management, marketing, financial flows, personnel policy, economic institutions operating in public relations, media means, cultural and artistic institutions of different countries, state, legal, social, environmental organizations);

b) tourism discourse may apply to several types of business discourse because formal attributes are clearly expressed as its attributes (communication participants have a formal relationship with each other when both or one party performs certain professional duties), presence of business problems, clarity in time and space, the normality of communicative behavior, the rules of etiquette vary depending on the situation: with the representatives of the organization - in the form of formality, impartiality, communication between witnesses; in communication with tourists - feelings, evaluations, trust, natural transition to friendly relations, psychological impact, etc.

As the role of tourism has grown significantly around the world, there has been a need for a deeper study of the topic of tourism and its genres. It should be noted that in linguistics, a genre is understood as a set of features of a text, such as the form of speech and the traditional speech structure of a society and the combination of speech units. The genres of tourist speech can be defined as follows:

1) verbal genres (they depend on the conditions and conditions under which verbal communication takes place, for example, a conversation with a tour operator, a tour specialized in a particular field, etc.);

2) non-oral genres, i.e. types of written or printed tourist texts (e.g. brochures, booklets, manuals, phrases, etc.) [3].

The most challenging and unique type of tourist discourse above is this guide. It is not only one of the most common means but also combines several other tourist genres. The tourist guide is the most important source of information about the culture of the country, ensuring the interaction of representatives of different countries in a single cultural space.

The tour guide acquires a lot of information about the culture, mentality, peculiarities of life of a particular country, as well as some historical information. It is a country-specific business card. Each manual has the

following sections:
1) historical facts;
2) traditional holidays and cultural events;
3) information on attractions;
4) map and location information;
5) excursion programs;
6) price and time of tours;
7) types of communication.

Also, applications can include other sections, besides they have a completely different structure. Moreover, depending on the main topics, manuals can be divided into several types (authorship, advertising, encyclopedic and reference). At the same time, all the guides will be structured in such a way as to make the reader want to visit an interesting, specific country, with the desired impact. By its very nature, the manual is an ideological text designed to shape the image of a country or to reflect a particular reality in the mind of the reader.

Thus, all manuals have a certain psychological effect on users. The following methods are used for the most effective effect: 1) hierarchy of space - in the text of the manual only the highlight is allocated, i.e. the most attractive objects (beautiful scenery, architectural monuments, etc.) are identified; 2) selection of facts - the authors of the manual cite facts that may attract readers (excluding facts that may frighten them); 3) specific interpretation - the text is informed to the students from a certain point of view using different stylistic and syntactic methods.

It also notes the principle of collision in the manual genre, i.e. the presence of the necessary images (e.g., an object map or photographs of attractions). Images complement textual content that shows a stunning view of a particular geographic object or landscape. The collision of tourist texts implements the main strategy of this discussion, which gives a highly positive assessment of the tourism product.

Hence, as a result of our work on discussing the specifics of tourism discourse, we consider it appropriate to emphasize the following: as a type of institutional business discourse, tourism discourse has such attributes as a formality, status, normality, ethics and business tone.

In its linguistic and pragmatic features, the tourist debate is not the same - depending on the specifics of the communicative situation, the objectives of the activity and the type of recipient, it can be divided into three sub-categories: professional, academic and social tourism speech.

In conclusion, tourist discourse has many features and genres that have emerged in this discourse as a result of the need to optimize intercultural communication. The tourist guide belongs to the complex genre of tourist speech due to its more complex structure and different speech tactics, and also due to the media nature of tourist speech it interacts with other types of discourses (advertising, scientific, every day) that determine the use of strategy and values in tourist discourse.

REFERENCES
1. Filatova N. V. Turisticheskiy diskurs v ryadu smejnyx diskursov: hybridizatsiya ili polifoniya // Vestnik MGOU Seriya «Lingvistika». 2012. Vyp. 3. 41-46 p.
2. Mixaylov N. N. English for directing "Service" and "Tourism". M .: Akademiya, 2011. 198 p.
3. Tarnaeva L. P., Datsyuk V. V. Turisticheskiy diskurs: lingvopragmaticheskie characteristics // Vestnik SPbGU. Ser. 9. 2013. Vyp. 3.
4. https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-diskurs-lingvopragmaticheskie-harakteristiki
5. http://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-i-perspektivy-razvitiya-gumanitarnykh-nauk-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh/sektsiya-24-prikladnaya-i-matematicheskaya-lingvistika-spetsialnost-10-02-21/turisticheskiy-diskurs-i-ego-zhanrovye-osobennosti/
6. https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-diskurs-lingvopragmaticheskie-arakteristiki
7. http://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-i-perspektivy-razvitiya-gumanitarnykh-nauk-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh/sektsiya-24-prikladnaya-i-matematicheskaya-lingvistika-spetsialnost-10-02-21/turisticheskiy-diskurs-i-ego-zhanrovye-osobennosti/

THE ROLE OF TOURISM ADVERTISING DISCOURSE IN TOURISM INDUSTRY OF UZBEKISTAN

Aziza Sherboboevna Kholboboeva
PhD student,
Uzbekistan State World Languages University
azizakholboboeva1611@gmail.com

Absract. It is impossible to imagine “Tourism Industry” without advertising. This article discusses the general features of tourism advertising discourse, its types, as the most effective tool in the attempts of a tourist enterprise to convey information to its customers, modify their behavior, attract attention to the services offered, create a positive image of the enterprise itself, and show its social significance.

***Key words**: language advantages, advertising, discourse, types of advertising, classification of tourist advertising, motivational atmosphere, modern tourism.*

In the modern world, the importance of advertising communication is constantly increasing, and the advertising process permeates all social cells, using a variety of channels for this purpose. Today, many aspects of advertising communication have been studied in detail. For example, the structure of printed advertising discourse is studied (Chueva E.S. 2001), and the difference in the concepts of advertising discourse and advertising text in works is also given (Tyurina E. S. 2009). The language game in American advertising is shown in

the works (Amiri L. P. 2007), comparison strategies in advertising are analyzed (Anikin E. E. 2008). We can find linguacultural aspects of interpretation of the advertising text in the works (Goran E. P. 2007) in detail precedent phenomena in the British print advertising services for tourists (Ilyushina M. Y. 2008), linguistic and cognitive strategies of positioning the promotion of tourist services in the Anglo-American is (Tyuleneva N. And. 2008), and many others. Among the vast array of publications devoted to advertising, however, in quantitative terms, literature of a popular or applied nature significantly prevails. Scientific understanding of many problems of advertising discourse still lags far behind the rapidly developing advertising practice. The topicality of the chosen topic is determined by the fact that, despite a large number of works devoted to the analysis of the advertising language, the tourist discourse has not yet been subjected to a comprehensive study from the point of view of linguo culturology, which can say a lot not only about the advertised goods, but also in general about the linguistic a n d cultural situation, about the prevailing stereotypes and values in society. The role of advertising is not only to promote products on the market and stimulate purchases, it is extremely important for the formation of lifestyle and worldview. Speaking of advertising, it should be noted that thousands of people read it. Its language advantages, and especially disadvantages, strongly affect the speech of readers. The error is remembered automatically, and then the speaker gives it out in their speech. It would be possible to use advertising texts as visual aids of any grammatical constructions already at the middle stage. Advertising text is more interesting than boring, boring examples from textbooks. It will create a motivational atmosphere.

What is advertising? Advertising is an extremely multifaceted and multidimensional phenomenon. Advertising occupies a borderline position between different professional fields and attracts the attention of representatives of various professions. Therefore, it is not surprising that there are different interpretations of this concept and the definition of the term itself. The criteria

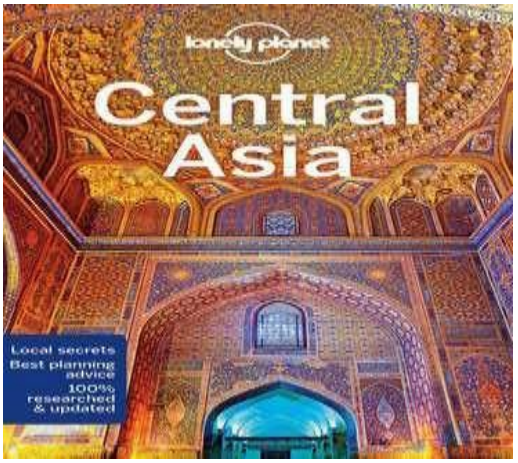
for this concept are not clearly defined. "Dictionary of foreign words" interprets the concept of advertising as " information about goods, various types of services, etc. for the purpose of notifying consumers and creating demand for these goods, services, etc."(A. G. Spirkin et al.,987). 426).

The dictionary " Language of Market" considers advertising as " information about goods and services for the purpose of notifying consumers and creating demand for these goods and services, ways and forms of communicating information about products and services that are sold in order to arouse the consumer's interest in them and provide them with the necessary set of information about the properties of the object of sale." (B. A. Raisberg, 1991-p. 115)

F. Kotler interprets the concept of advertising as follows: "Advertising is an impersonal form of communication through mediation of paid funds."

- prestigious advertising;
- brand advertising;
- classified advertising;
- sale advertising;
- outreach advertising. (Kotler F. 2001-p.111-113)

It is impossible to imagine “Modern tourism” without advertising. After all, it is the most effective tool in the attempts of a tourist enterprise to convey information to its customers, modify their behavior, attract attention to the services offered, create a positive image of the enterprise itself, and show its social significance. Therefore, effective advertising is the most important means of achieving the goals of the marketing strategy in General and the communication strategy in particular. As evidenced by world practice, the tourism industry is one of the largest advertisers. The experience of foreign travel companies shows that on average, they spend 5-6% of their income on advertising tourist trips.



The distinctive features of advertising as one of the main means of marketing communications in the field of tourism are determined by the specifics of both the advertising itself and the features of the tourism system and its product - a tourist product.

1. *Non-personal character*. The communication signal is received to the potential client not personally from an employee of the company, but through various intermediaries (mass media, brochures, catalogs, posters and other advertising media).
2. *The one-sided focus*. Advertising actually has only one direction: from the advertiser to the addressee (object of influence). Feedback signals are received only in the form of the final behavior of the potential client.
3. *Uncertainty in terms of measuring the effect*. This feature is a logical continuation of the previous one. Feedback in advertising is probabilistic and uncertain. The fact of purchasing a tourist product depends on a large number of factors, often not directly related to advertising, which are subjective and practically impossible to formalize.
4. *Public character*. Tourism advertising has a special responsibility for the accuracy, truthfulness and accuracy of the information transmitted through it. *Information saturation*. Tourist services, which, unlike traditional goods, do not have a material form and constant quality, need priority development of advertising functions such as information and communication.
5. *Catchiness and ability to convince*. The specificity of tourist services necessitates the use of visual, visual aids that provide a more complete representation of objects of tourist interest. Therefore, video and photo materials, paintings, and colorful products are often used in advertising.

Classification attribute	*Types of advertising*
Object of advertising	*Commodity*
	Prestigious
Direction	*Advertising opportunities*
	Advertising needs
The nature and features of advertising appeals	*Informative*
	Persuader
	Reminiscent
Target Impact to the audience	*Rational*
	Emotional
Referring to a specific segment	*Selective*

	Mass
Territory covered	*Local*
	Regional
	Nationwide

Table 1. Classification of tourist advertising [Durovich A.P., 2008-p.122].

	International
Source of financing	*Advertising on behalf of individual travel agencies*
	Joint advertising
Distribution	*Press Advertising*
	Printable advertisement
	Audiovisual advertising
	Radio and television advertising Promotional souvenirs
	Direct mail advertising
	Outdoor advertising
	Exhibitions and fairs
	Internet advertising

Advertising text has its own characteristics. In addition to verbal elements, most advertising texts include audiovisual elements. Perceived by us as a whole with written or oral statements, these elements may relate to different topics and not have a clear structure. Texts in the structuring of which in addition to verbal means use iconic ones (drawing, photograph), as well as means of other semiotic codes (such as color, font), are called creolized. Their texture consists of two inhomogeneous parts: verbal (language / speech) and non-verbal (belonging to other sign systems than natural language). As a rule, the presence of a non-verbal component of perception.

It is an indispensable attribute of a full-fledged advertising text. The advertising text reveals the main content of the advertising message. His task is to attract the attention of a potential buyer with his appearance, by interest in explaining it, and by convincing him to convince him to buy the offered goods. (Kibrik A.E.)

Conclusion.

Advertising in modern society is a multilevel phenomenon. In this regard, it is very important to understand how the main advertising tool, the advertising text, and how the communication strategy is implemented through its transformation, functions. The “duality” of the advertising text corresponds to the informational and manipulative components of the communication strategy, the verbal and nonverbal tools inherent in advertising in general. The intent of the advertising text to action (acquisition) or the formation of a particular installation often becomes key to its structure. The construction by the addressee of such a text is based on a number of important aspects, but the key is its immersion in a specific communicative situation, and compliance with the cultural settings of a particular society and consumer.

List of used literature:

1. Edwards Ch. Mundy. Retail Advertising and Sales Promotion. - N.Y., 1981- p. 143
2. Vestergaard T., Schroder K. The Language of Advertising / Blackwell Publishers Ltd., 1985- p. 245
3. Beauva C.L., Arena W.F. Modern advertising. / K.L. Beauvais-Tolyatti: Publ. House "Dovgan", 1995.- from 211
4. Golman N.A., Dobrobabenko N.S. The practice of advertising. / N.A. Golman - Novosibirsk, Soviet Siberia 1991- p.228
5. Durovich A.P. Advertising in tourism: textbook. allowance / A.P. Durovich - 4th ed., Sr. - Minsk: New Knowledge, 2008. - 254 p.
6. Carter G. Effective advertising. / G. Carter, M., Academy Publishing Center, 1999- p.140
7. Kotler F. Marketing fundamentals. / F. Kotler - M. Enlightenment, 2001- p.203
8. Kibrik A.E. Essays on general and applied questions of linguistics. - M.: Publishing Center "Academy", 1992. - S. 342.
9. Maslova V.A. Linguoculturology: a textbook for students of higher educational institutions / V.A. Maslova - M.: Publishing Center "Academy", 2001. - 208s.
10. Ogilvy D. Secrets of the Advertising Yard (Notes of the Old Advertiser) ./ D. Ogilvy - M. Enlightenment, 1992- p.118

THE USAGE OF CORPUS IN DISCOURSE RESEARCH

Boygucheva Lola Urinbaevna
Teacher,
Alisher Navo’i Tashkent State University
of Uzbek Language and Literature
lolaboyguchova@gmail.com

Abstract. The article discusses the issue of corpus linguistics for studying discursive phenomena. Although, modern corpora are widely used in lexical and grammatical studies, their applications, orientation to the research of various discourse phenomena seems to be restricted. The article gives a brief overview of studies and research of verbal irony demonstrated how specialized and general language corpora can be applied in discourse analysis.
Key words: corpus linguistics, discourse analysis, usage, discursive annotation, verbal irony.

The problem of choosing research material can be considered one of the most important issue for modern linguistics. It would seem that existing at disposal numerous dictionaries, grammar books, text books, the ability to record oral speech or direct contacts with native speakers, as well as their own intuition, that linguists should not have difficulty with choosing a data source for analysis. However, it should be noted that two significant problems can be faced by researchers. The first, each of these sources reflects, only certain aspects of the existence of a language. The second, every source can not provide sufficient information for a specific research. In this sense, it is especially difficult for researchers whose interests are not only individual phenomena related to a particular level of the language system, but also the usage of language in communication, i.e. discourse. One of the difficulties lies in the need to limit artificially the range of external factors that could affect potentially the speech activity of native speakers. How is this restriction implemented in practice?

The text is the only entity that is given to linguists in direct observation in modern discourse analysis, it is very often used as source of illustrative examples to confirm the theory under discussion [5,20]. Also, researchers play important roles as a native speaker in similar important intuition. Intuitive knowledge of the language together with professional knowledge of language allows linguists to construct examples, and potential contexts for their usage. Toward the result of such an attitude, the text is a situation of parallel coexistence of many models and theories that describe the discourse fragmentarily, and it may contradict each other in some cases.

Over the past fifty years reduce the level of subjectivity in the selection and analysis of material in "level" linguistics helps circulation to language buildings. An important advantage of the corpus is the ability to control various "variables" of communication: texts are equipped in the corpus with meta-marking additional information about the authors, time and place of creation, genre affiliation, etc. The user gets the opportunity for working with texts whose characteristics are relevant with ongoing research. It would seem that the corpus analysis of discursive phenomena, however, for those who engaged in discourse analysis, the possibility of accessing, the corpus is associated with a number of problems. Firstly, the quality of the study is more dependent on the size of corpus and time of its creation. Secondly, there is a serious obstacle for linguists engaged in communicative: modern corpuses are focused primarily on the analysis of lexical

and/or grammatical phenomena, and units of communication that do not have standard ways of expression (for example, speech acts). As a result, the corpus cannot provide the user with the ability to obtain data on complex units for communications. Therefore, researchers based on their own intuition and reading experience, deny the usage of enclosures in property studying text and discourse [2,472]. As arguments, thoughts of this point of view are expressed about the impossibility of creating such an annotation, which reflect structural and semantic text properties. Indeed, annotation discursive phenomena remains one of the major problems of corpus linguistics. Besides, researchers doubt the possibility of using statistical analysis in relation to structural and semantic properties of texts. At first glance, it is impossible to combine the ideology of discourse analysis with the techniques and methods of corpus linguistics. However, it's also known what the analysis of discourse and corpus linguistics, there is a common object of study consumption, ouzos (as opposed to orientation to system language features inherent in "level" linguistics). Another important factor in favor joining forces is what corpus analysis let's see the facts that turn out to be inaccessible with an "intuitive" approach to the selection and analysis of texts.

An example of the successful application of corpus linguistics in discursive research phenomena can be considered the work of E. Semino and M. Short, who devoted to the ways of presenting speech and thoughts in English texts [6,272]. For this project A corpus which consists of 250-thousand-word usage was created. Discursive text annotation, attribution of additional structural information and informative properties of the text are produced manually.

It can be pointed to a number of case studies for oral discourse: for example, the project "Tales of Dreams" by A.A. Kibrik, V.I. Podlesskaya and others [1,736], which the records of oral narratives (About the dreams of children's dreams) were transcribed and labeled further in terms of the theory of rhetorical text structures [4,243]. Also, rhetorical relations are underlined the corpus research of M. Taboada, which is dedicated coherence and cohesion in dialogic communication [3]. The material for the study of rhetorical relations was parallel with Anglo-Spanish corpus of dialogue recordings that the purpose of agreement on the time of the meeting.

Another example of the usage of the corpus in the study of discourse is the study of anaphoric relationships is presented in the work of R. Garside, S. Flea Gelstone and S. Botley [7,261]. Studying anaphora is an attempt to answer the question of how, with the help of coreferent groups, semantic connectivity is provided in discourse. Above mentioned that, the first the studies are united by the methodological aspiration of linguists for using enclosures to solve analysis problems of discourse. The second, the desire to find semantic integrity is ensured, i.e discourse coherence.

Studying coherence mechanisms is a complex research task for both theoretical and applied value. However, it is necessary to remember that in reality not all communication is perceived by users as a semantically and pragmatically coherent discourse. Violations of the semantic structure of discourse - there is no less interesting to study the phenomenon. In particular, the speaker creates

intentionally incoherence, i.e. semantic "inconsistency" between elements of utterance or between utterance and the describing situation which underlies verbal irony. The permanent ways for expressions, available cases are less informative: morphological, syntactic and semantic markup is not enough to detect an irony. So, in the Uzbek National Corps language can be detected only 6 cases of pointing out the speaker's irony with litters (with irony) in the oral subcorpus:

Bupti/ unga ko'proq pul bering/ uning ozgina puli bor (said with irony).

There is a question, does the fact of absence discursive annotations in the national language do impossibility of its usage in the research for making irony? The study of met-pragmatic markers of the mode of communication, including irony as one of modes. National Corpus allows user to form concordances of contexts in ironic intention which is explicitly marked.

From a semiotic point of view, explicit markers of the mode of communication are the indices with participants in the discourse "link" of the situation and statement. Their appearance in speech is explained by the need to ensure coherence of discourse in those cases where dual interpretation is possible text / statements. To study met-pragmatic activities for native speakers of the Uzbek language, a concordance was formed of 675 contexts in which the verb is ironic or the prepositional group with irony functions as met-linguistic comments.

Analysis concordance has shown that the need for removing illocutionary ambiguity can be caused several reasons:

1) the speaker fears an incorrect interpretation of his intentions by the addressee; in order to avoid misunderstanding, he explicitly indicates his communicative intentions.

2) the speaker wants the addressee for understanding correctly how the statement and reality are related: in the case of bona fi de communication, the statement corresponds to reality, in the case of non-bona fi de communication compliance is violated; this is what is being reported markers.

3) the addressee wants to check whether he / she is correct, to understand the intentions of the interlocutor.

4) the addressee refuses to accept the proposing modus non-bona fi de communication and brings the dialogue in the source modus.

5) observer (narrator) evaluates statement as ironic, the way of interpreting the text by reader.

The study of verbal irony corpus provides an opportunity to find out what statements classified by native Uzbek speakers with using irony.

Discursive markup allows user to select fragments of texts which containing verbal signals of irony and statistical analysis of the various strategies occurrence and tactics for creating irony in discourse. One of the challenges is faced by user of corpus balancing and representativeness of the corpus. Because, initial objective of our study was to study irony in various areas of communication, moreover, corpus which including recordings of oral speech, fragments computer-mediated communication and written non-fiction texts in the field of academic and political discourse, publications of various media. Thanks to a variety of sources provides corpus representativeness with regard to balance, the genre

diversity of the included texts (for example, for computer-mediated communication, such sources were blogs, forums, social networks, twitter, news feeds and other). On the other hand, balancing the volume of textual material. Volume corpus is about 2.5-million-word usage. Information on the composition of the body is summarized in the Table 1.

Structure of Corpus
Table 1

	Written texts	Oral texts	Computer-indirect communication
Number of texts	500	500	500
Number of word	774 000	882 000	879 000

The ways of creating irony were divided into three strategies: verbal, discursive (rhetorical critical) and cognitive. These strategies correspond to three groups of factors that influence our perception of discourse.

The first group consists of linguistic factors associated with native speakers explicit and implicit knowledge of conventions, ouzos and language norms, as well as with the ability to distinguish normative and acceptable, expecting usage of the language from abnormal, unusual, unexpected.

The second group combines cognitive factors that are associated with the communicants' knowledge of the world and ideas about the normal events.

The third group is discursive (rhetorical) factors that are manifested in the ability to establish semantic relationships between individual segments discourse, including in those corpuses when these segments are not integral components of a single communicative situation rather divided in time and space. Discursive markup cannot be performed in the automatic mode because we are interested phenomena associated to not the formal as with the content side of communication. A discursive text annotation is the result of an analytic activity based on contextual and pragmatic components. In addition, the process of creating a scheme is also a process of clarifying existing ideas about how to create irony in utterance and text. Frequency data implementation of the selected strategies are given in the Tabl

Frequency of implementation of various irony strategies

Table 2

	Verbal strategy	*Ritoric strategy*	*Cognitive strategy*
Number of contexts	1569	738	591

THE CORRELATION BETWEEN BILINGUALISM AND CROSS-CULTURAL COMPETENCE AND THE IMPORTANCE OF FOSTERING THE CROSS-CULTURAL COMPETENCE

Mavlonova Maftuna Ulugbekovna,
A senior student, Fergana State University maftuna.mavlanova@yahoo.com

This article dissects the notion of bilingualism and its correlation with cross-cultural communication as well as the effect of education on shaping cross- cultural competence.

***Key words**: bilingualism, cross-cultural communication competence, globalization, culture assimilation, immersion.*

Humanity has always existed and thrived at the crossroads of cultures and language systems, and hence effective communication, meaning the ability to fully use several languages can serve as a tool for purposeful partnership and mutual support. Providing a person is fluent in two languages, in other words, a bilingual, he has greater opportunity to contribute to the values of the world language map by getting involved in communication with representatives of other notwithstanding the intensity of the occurring processes in intercultural interaction, the outcome will not necessarily be the unification and standardization of cultures, since at the place of the junction of culture national, regional with global world trends are managed to be combined effectively and flexibly. Another widespread phenomenon is a mechanical transfer of Western staples of culture without taking into account local, ethnic specifics, which, consequently, leads to the loss of identity. Due to R. Robertson (USA) globalization can be interpreted as a series of actions whose goal is turning the world into a "single place": the world shrinks into the size of a community without language, cultural or social barriers. Dwelling in the opposite partsof the planet, people may be engaged in the same events, which are elements of the intercultural interaction.

Being one of the authors who introduced the concept of globalization, R. Robertson
differentiates two flows in globalization:

- Global institutionalization of the life and world- large-scale macrostructures orchestrate the organization of daily regional interactions using direct influence of behavioral patterns in world mass media;
- Localization of globalism which represents interaction of cultures with the inclusion in the daily life of elements of local, "exotic" cultures. This process is regarded to be a defensive reaction in connection with the risk of losing identity before the threat of being assimilated by unification processes.

Under contemporary and past condition, globalization occurs together with "globalization," which is, the adaptation of cultural elements to various regional

conditions based on local traditions, as Robertson stated. Therefore, the allegation of heterogeneity of crucial activity as a normative standard that occurs, not the complete absorption as it was previously believed. Thus, the concepts of cultural homogeneity and heterogeneity are combined in the process of molding a new world culture. Owing to this, it becomes possible not only to preserve but also retrieve traditions [3].

R. Robertson shed light into the term "globalization" as he wanted to represent the two-tier nature of globalization. It was strongly believed by him that globalization manifested in the resistance movement of regional cultures against globalization processes such as universalization, standardization, unification as well as the aim of local structures to pertain identical.

Otherwise, intercultural communication symbolizes the culture in terms of its ability to contemplate other cultural elements and transit its values into other cultures. If the concept of R. Robertson is taken as a starting point, the interaction of global and local can be regarded as an indispensable characteristics of the status of the modern world, where national cultures are not only influenced by the sociocultural tendencies which are in dominance over the world but also the uniqueness of national cultures is reflected in global culture.

Thus, in the terms of McDonaldization, globalization, and hybridization, the major focus is put on various aspects of intercultural communication since they symbolize different opinions of scientists on the communicative processes occurring in the modern world. In spite of this, all the processes of intercultural communication including unification, identification, differentiation, localization, hybridization somehow harmonically coexist in the sociocultural space of all states.

The urge to study foreign languages and search for new approaches to teaching foreign languages are caused by the prevailing problems of intercultural communication. The point began to be actively confirmed: because the efficient establishment of intercultural contacts, either linguistic or cultural skills was necessary.

Teaching a foreign language should be targeted at establishment of real intercultural communication, mutual understanding, equal interaction between people, native speakers of different languages, representatives of different communities and ethnicities. From this perspective, a tendency to identify factors, means of intercultural communication and intercultural interaction, tools of data exchange, emotional cooperation between people from different backgrounds, updating their characteristics has been viewed.

One more feature of intercultural communication to be noted is related to the idea that participants being face-to-face during the communicative contact use different language strategies rather than on occasions when communication takes place within the culture. All this, of course, demands a great focus on the practical orientation of teaching foreign languages, on the educational outcome, which incorporates mastering the skills of intercultural communication, acquisition of intercultural communicative competence.

Intercultural competence is a intertwinement of linguistic knowledge, ways of empathic and tolerant interaction between people of different sociocultural nature and skills necessary for intercultural cooperation. Intercultural communication involves the development of a cultural context, knowledge of a foreign cultural communicative code as a combination of such norms as language, rules of behavior, psycho-mental characteristics and mentality codes.

The progressive development of modern society is attributed to the soared rates of intercultural communication, which is the main cause of the spread of the bilingual learning model. According to the notes of Birner, bilingualism or multilingualism is a characteristic notion in many countries: "Multilingualism is not unusual; in fact, this is the norm for most world societies" [4]. On circumstances of natural bilingualism (birth in a family with parents speaking different languages) it is stable and transitioned from generation to generation, on the contrast, the formation of bilingualism in international communication is a pedagogical task.

In the research literature, there are many definitions of the concept of "bilingualism education." Education of bilingualism was understood by L. Bloomfield as the possession of a second language at the native level, "native-like control of two languages" [5, p. 55–56]. However E. Haugen disagreed with L. Bloomfield, putting forward minimal requirements for this notion believing that if a person is able to express the meaning of a sentence in a non-native language, he is a bilingual [6]. The 1960s were years when the introduction of bilingual principles in teaching methods occurred in. One of the incipient methodologists who introduced the bilingual method as a method of teaching a foreign language was K. Dodson [7]. K. Dodson's bilingual teaching method is based on the introduction of three components into training - presentation, practice, production. Based on C. Dodson’s research, performance, practice, production are the three major stages of any language lesson.

The principles of C. Dodson's bilingual method are, firstly, the simplification of understanding words and sentences in foreign languages by the usage of the native language of students, secondly, the explanation of the meaning of words and sentences of the language should be carried out in practical and non-artificially created situations. The third element was a combination of the

Direct method and the grammar-translation method, in the form of engaging students

in the activities by presenting them real-life situations and an environment for immersion. If bilingualism is natural and is present in a communicative environment for a child who has grown up in a bilingual environment, then for bilingualism it is typical to learn a second language in the learning process and the occasional use of the academic language in the communication process. Therefore, bilingual teaching technologies mostly consolidate the intertwined connections of foreign language units with their equivalents in the native language of the student, whilst the educational process

naturally includes the student in situational relations, updating situational clichés of a foreign language. The situational nature of bilingual education allows us to further set the mechanism up for switching students from one language to another. The use of bilingual teaching technologies allows the student to master a foreign language in the study of the subject, which has major part in not only the formation of professional competences in a specific field but also is of great importance in the further practical expansion of intercultural communication. Consequently, the use of bilingual practices in teaching students helps to increase students' motivation in learning a foreign language at the same time allowing for the integration of subject knowledge, leading to wider understanding of the holistic picture of the world.

A characteristic of bilingual education is that this learning model assists in surpassing the perception of a foreign language being isolated from other subjects. In the process of learning, a person is "immersed" in a bilingual linguistic space, while linguistic and multicultural factors are interconnected complementing each other. The bilingual environment determines the texture of the formation and development of the contemporary educational environment. The bilingual environment is the organization of language training in different forms with the usage of a variety of didactic materials comprising audio, video, and materials on different media, which are selected by the teacher based on the level of students' language proficiency. At the same time, some shortcomings in organization of bilingual education are needed to be noticed. These include problems associated with the preparation of bilingual teachers, providing the learning process with the required teaching materials. Bilinguals, often widely symbolized as individuals (or groups) who obtain the knowledge and use of more than one language are expected to manifest complex psychological and socio-cultural linguistic behavior. The fact that the knowledge of another individuals' language is an essential component of intercultural communication and the incipient step in founding successful communication between people of different nations and cultures is needed to be taken into consideration. Addressing a representative of a particular ethnicity tactlessly and ignoring the linguistic peculiarities may lead communication into a state of failure even before it starts. Failing to understand meanings of the metaphorical and symbolic systems leads to confusion, comic situations and sometimes even conflicts. The further delineated circumstance outlines the fact that not only individual style, personality and experience of two employees from different countries working together and speaking English, but also the existence of cultural expectations can differ to the great degree. These people expect others to behave according to their own

cultural rules and ways, contemplating them through their cultural prism. Let to look at him during the formal meeting. The reason is that for Lucio's culture eye contact is an important part of communication representing the engagement, interest and respect. However, when she doesn't frequently maintain eye contact, he perceives it as a lack of interest. Jamila, however, is acting in accordance

with her own cultural rules. In her community, looking at the eyes of the stranger, especially if he is of opposite sex, can be interpreted as rudeness. Additionally, she feels uncomfortable when a man sits in a close proximity to her as such behavior is considered impolite in Jamila's culture.

The instance makes it obvious that the lack of knowledge of another culture can lead to embarrassing or amusing mistakes, as well as confusing or even offending those with whom we are involved in cooperation. The theory of contemporary linguistic sociology by Dutch sociologist Geert Hofstede [8] proves that each person processes the surroundings under the affect of individual set of features of unique psyche, social environment, pecularity of ethnic culture, and therefore is the carrier of a certain way of thinking and potential actions. When it comes to deep analysis and research, a complex insight has been made in the language psychology which reflects unprecedented traits of an individual's personality.

Bilingualism in the international settings has been interpreted by huge amount of data as being orchestrated by the theory called "triple language phenomena" consisting of the following particles:

1) speech activity which could be detected in the process of speaking and comprehension;
2) language systems. In this criterion, comprehension leads to a certain period of development of the society which is later fixed in grammar books or dictionaries;
3) language material comprising the sum amount of what is said and understood by a social group.

Looking at this issue from the perspective of psychological mechanisms of speech and mental activity, it would become clear that the emphasis should be placed on different categories of emotional verbalization, specific abilities to express oneself in different languages. That's why approach of activity in the study of bilingualism allows distinguishing different functional loads of bilingual skills in relevant communicative situations.

In her research, S.I. Kuranova stated that "modern communicative environment encourages people to choose behaviour strategy depending on the situation and circumstances, the focus of which is always language reflecting the key features of the personality and all national and cultural community [9].

So, the direction of interaction depends largely on the social predispositions of participants in communication, and their internal (psychological and cognitive) states. The sender's and the recipient's communicative roles, their opinions on the "objects" of communication and attitude are determined by these socio-pragmatic aspects.

In sum, factors that credit to successful intercultural communication, or, skills or abilities required to be acquired in cross-cultural communication are communication skills, interpersonal skills and cross-cultural skills.

The current investigations of psycholinguistic characteristics of a bilingual in the settings of intercultural communication helped to understand the fact that any individual is able convey a sense of communication appropriateness and effectiveness in diverse cultural contexts by the help of adequate language and

cultural command. Obviously, the complexity and multidimensional nature of bilingualism is clear. In such a diverse environment, a communicator is demanded to obtain cross-cultural competency, in other words, be fully aware of the "social skills" of an international lifestyle required for adaptation in the novel surroundings.

BIBLIOGRAPHY

1. C. J. Dodson, Language Teaching and the Bilingual Method (London: Pitman 1967). 109-124 p.
2. D. J. Goodman, J. Ritzer, Sociological Theory. (Sixth Edition. McGraw Hill 2004). 34-67 p.
3. E. Haugen, The Norwegian Language in America: A Study in Bilingual Behavior. (Philadelphia: University of Pennsylvania Press 1953) 87-95 p.
4. Geert Hofstede. (1998) Business across cultures: Effective communication strategies. - New York., Longman – 176p.
5. J. N. Pieterse, Globalization and culture: Three paradigms, Globalization and Culture: Global Mélange. J. N. Pieters (Ed.). (Maryland: Rowman & Littlefield Publishing Group, nc., 2003) 41-58 p.
6. L. Bloomfield, Language. (London: George Allen and Unwin, 1933) 78-89 p.
7. Kuranova S.I. (2012) Fundamentals of psycholinguistics: a course book - K., EC "Academy" 208 p.
8. R. Robertson, Globalization: Social Theory and Global Culture. (London, SAGE 1992) 116-137 p.
9. B. Birner, Bilingualism, Linguistic Society of America. Retrieved from: http://www.linguisticsociety.org/sites/default/files/Bilingual.pdf 1-11 p

АКТ ТЕРМИНЛАРИ ИНТЕРНАЦИОНАЛ ЛЕКСИКА СИФАТИДА

Мавлонова Мавлуда Давуровна Абдиева Саида Ирисовна
Катта ўқитувчи
Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги
Тошкент ахборот технологиялари университети
mavludamavlonova@mail.ru

Аннотация. Мақолада бугунги глобаллашув даврда АКТ терминларининг она тилимизга ўзлашган ва таржима қилинмасдан тўғридан тўғри қабул килинаётган сўзлар ҳақида фикрлар баён қилинган. Шунингдек бугунги кунда АКТ терминлари маъносида қўлланувчи сўзларнинг бошқа маънолари ва уларнинг этимологияси тўғрисида батафсил ёритилган.

Калит сўзлар: *лексика, терминлар, маъно, этимология, лўғат, таҳлил*

Информатика фаол халқаро ҳамкорлик аренасига айланди, бу муҳим даражада унинг қуйи тили лексикасининг ахамиятли қатлами халқаролашишга мойиллиги билан ифодаланади. Ҳаттоки *computer* сўзининг ўзи ҳам интернационализмдир; компьютер клавиатурасидаги буйруқларни ҳам бу ерга қўшиш мумкин: *time, date, print, files* ва бошқлар. Компьютер терминологиясининг алоҳида интернационализмлар гуруҳи график белгилар билан ифодаланади, уларнинг барчаси интернационализмлар ҳисобланади; масалан: дисплей, монитор, онлайн, веб ва бошқалар.

Ахборот коммуникация терминларининг халқаро терминлар сифатида ўз мавқеига эришиши айниқса, XX аср охири ва XXI аср бошларида кузатилди. Ижтимоий-иқтисодий ҳаётнинг ҳар бир соҳасига замонавий технологияларнинг кириб келиши ва технологияларнинг фаолияти ахборот коммуникация технологиялари ёрдамида амалга оширилиши бунга асосий сабаб бўлди.

Table атамаси 1175 йилларда *доска, стол, плита* маъноларини англатган. Бу сўз қисман қадимги грекча *table* сўзидан олиган, қисман эса (1000 йилларда) қадимги инглизчада пайдо бўлган *tabele*. Ушбу иккала (қадимги грекча ва қадимги инглизча) сўз ҳам лотинча *(tabula*) сўзидан олинган.

Algorithm атамасининг этимологияси луғатда икки маънода келтирилган. Биринчи мақолада *algorism* кўринишда бўлиб, арабча ёки ўнлик санаш тизимини англатади. Ушбу сўз қадимги французча *(augorisme, algorisme)* олинган, ва ўз навбатида, лотинча *algorismus* – машҳур математик олим арабча исмидан олинган. Иккинчи луғат мақоласида *algorithm* сўзининг бошқа маъноси тўғрисида гап кетади: математикадаги расмий процедура. Ушбу сўз 1699 йилда
пайдо бўлиб, унинг имлоси француз тили (*algorithme)* таъсири, шунингдек қисман грек тилидан олинган инглиз тилидаги *algorism* сўзининг аллитерацияси натижасида шаклланган ва олинган.

Variable сўзи 1385 йилда *фарқ, тафовут* деган маънони англатган. Бу сўз қадимги французчадан олинган (*variation),* улар эса ўз навбатида лотинчадан олишган *(variatio —фарқ).* Сўзнинг маъноси – *фарқ қилмоқ, ўзгармоқ* – илк бор инглиз тилида 1502 йилда рўйхатга олинган.

Access сўзи 1300 йилда "касаллик хуружи" маъносини билдирган. Бу сўз қадимги французчадан олинган (*access),* у ерга ўз навбатида лотинчадан келган (*accessus).* Мазкур сўзнинг асл лотин тилидаги маъноси *яқинлашув, ёндашув, кириш, киришга рухсат* – инглиз тилида 1384 йилда пайдо бўлган.

Image атамаси 1200 йилда қадимги французча (*image)* ва лотинчадан (*imago)* олиниб, *экземпляр, репродукция, ўхшашлик, каби, портрет, расм, фикр, ғоя* маъноларини англатган. Лотин тилида мавжуд бўлган ушбу сўзнинг турли хил маънолари аста-секин инглиз тилида пайдо бўлмокда.

Юқорида келтирилган этимологик луғатнинг луғатга оид мақолалари таҳлили АКТ терминологиясининг халқаро хусусиятга эгалигини тасдиқлайди. Тадқиқот натижаларига ойдинлик киритиш мақсадида, қуйида

ҳар хил тиллардан олинган, информатика терминлари ҳар бир бўлими бўйича рўйхатга олинган миқдор тўғрисидаги маълумотлар жадвали келтирилган. Шунингдек, қуйидаги жадвалда компьютер атамаларининг тиллараро алоқалари мавжудлиги ҳисобга олинади. Таъкидлаб ўтиш жоизки, "Таҳлилий машина"ни яратиш ғояси инглиз Чарльз Бэббижга тегишли (1822 йилда у ўзининг лойиҳаси "Таҳлилий машина" ғоясини амалга оширишга бел боғлаган), Ч. Бэббижнинг ўлимидан кейин 20 йил ўтиб, америкалик ихтирочи Герман Холлерит электромеханик ҳисоблаш машинасини, 1980 й. АҚШда ўтказилган, аҳоли ёзишмалари натижалаини қайта ишлаш учун ишлатилган табулятордаги инфокарталарни ихтиро қилди.

Информатика қуйи тилидан олинган атамаларни қуйидаги таснифда келтириш мумкин:

1) Олинган сўзлар манбаси бўйича мисол учун: француз тилидан (фр. *addresser*), *alphabet* — грек тилидан (грек. *alphabetos*), *code* — лотин тилидан олинган (лот. *codex*) ва ҳк. Chambers Dictionary of Etymology этимологик луғати материалларида ўтказилган статистик маълумотларнинг таҳлили шу фактга далолат қиладики, инглиз тили компьютер атамашунослигида олинган сўзларнинг энг кўп бирлик ҳажми лотин тилига тўғри келади. Компьютер атамашунослигига лотин тилидан 41 атама, французчадан – 39, немисчадан – 16, грекчадан – 8, исландчадан – 7, фризчадан – 5, қадимги ҳинд-европа тилларидан – 5, готчадан – 4, дания тилидан – 2, она инглиз тилидан – 27 атама олинган. Жами информатика қуйи тилининг 160 атамаси таҳлил қилинди.

2) ўзлаштириш жиҳатидан (яъни сўзнинг қайси жиҳати ўзлаштираётган тил учун янгиҳисобланиши):

а) *фонетик жиҳат* (умумий товуш мажмуаси ўзлаштираётган тил учун янги ҳисобланади), масалан: *montage* (фр. тили), *moire* (фр. тили), *medium* (лот. тили.) ва б.;

б) *семантик жиҳат* (тилда мавжуд бўлган сўзга янги, кўпинча мажозий маъно олиш), масалан: *language* (лот. *lingua).*

Language компьютер атамаси деганда, компьютерга дастур ёзиш учун қўлланиладиган тил назарда тутилади. Бошқа мисоллар: *chapter* (лот.), *character* (лот.) ва ҳк.

в) *морфологик жиҳат* (сўзнинг алоҳида маъно берадиган қисми: илдиз морфемалари, префикслари, суффикслари), масалан келиб чиқиши лотин тилидан бўлган префикслар: *ab, anti, non* терминларда: *abort, anti-clash, nonprint* ва кўпгина бошқалар;

г) *таржима жиҳати* (ўзга тилдаги сўз ёки иборани кузатиш ёки сўзма-сўз таржима шаклида ўзлаштириш, яъни морфологик тузилмаси ва мотивациясини сақлаб қолиш билан қабул қилаётган тил воситалари ёрдамида айнан такрорлаш кўринишида), масалан: *index character* (лот. тили), *parallel computer* (фр. тили) ва кўпгина бошқалар;

3) ассимиляция даражасига кўра:
бутунлай ассимиляция бўлган (қабул қилган тилнинг барча фонетик, орфографик ва морфологик нормаларига мувофиқ келади), масалан: *table* (фр. тили), *disc* (лот. *discus), code* (лот. *codex)* ва ҳк;
б) *қисман ассимиляция бўлган* (асл талаффузи, ёзилиши ёки грамматик шаклининг ўзга тилдагидек сақланган), масалан: *moire* (фр. тили), *medium* (лот. тили);
в) *эквивалентсиз қисман ассимиляция бўлган* (ўзга миллат маданияти билан боғлиқ ва қабул қилинаётган тилда эквивалентга эга бўлмаган),
масалан: *Hangeul* – Корея ёзма тиллари, *Hanja* — корейс тилида ишлатиладиган хитойча харфлар.
Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, компьютер атамашунослигининг муҳим қисми (80 фоизга яқини) халқаро ҳисобланади [Бабалова, 2002]; бунга атама-иборалар, атама-қисқартмалар ва белгилар киради.
Статистик маълумотларнинг кўрсатишича, компьютер лексикасининг энг "фаол таъминотчилари" лотин, француз ва итальян тиллари ҳисобланишган.
Ушбу бобда баъзи атамаларнинг этимологик маълумотлари келтирилган.
Улар компьютер атамаларининг халқаро хусусияти ҳақида маълумот беради.
Ўзлаштириш манбаси, жиҳати ва ассимиляциядаражаси бўйича атамалар таснифи бунга далил бўлади. Ушбу атамаларни ишонч билан интернационализмлар деб аташ мумкин, чунки улар нафақат ташқи шаклида турли тилларда бир-бирига мос келади, балки ахборот соҳасида халқаро хусусиятга эга тушунчаларни ҳам ифода этади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1.Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 1 - жилд. – Т.: "Ўзбекистон миллий энциклопедияси", 2007. – 303 б

2. Гринёв С. В. Введение в терминоведение. — М.: Московский лицей, 1993. –С.69-78.

3.Ивина Л. В. Лингво-когнитивные основы анализа отраслевых терминосистем (на примере англоязычной терминологии венчурного финансирования): Учебно-методическое пособие. - М.: Академический Проект, 2003. - С.27.

3 .Казарина: С. А. Типологические характеристики отраслевых терминологий. — Краснодар: Изд-во Куб. гос. мед;, акад.,. 1998. - С.73.

5. Felber H. Terminology manual. – Paris: UNESCO Infoterm, 1984 – XXI – P.174.

6.Usage of IT Terminology in Corpus Linguistics Mavlonova Mavluda Davurovna International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE) ISSN: 2278-3075, Volume-8, Issue-7S, May 2019

7.ICT terminologies in learning English Mavlonova Mavluda Davurovna International Conference on Information Science and Communication Technologies ICISCT 2019 Applications, Trends and Opportunities.Tashkent university of Information technologies named Muhammad al- Khwarazmi

XITOY TILIDA QIYOSLASH MAZMUNIDAGI GAPLARDA DARAJANING O‘ZGARISHI MASALASI (Turizm terminlari misolida)

Maxamadtoirova Adiba Botir qizi
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti
Xitoy tili va adabiyoti kafedrasi
maxamadtoirov@mail.ru

Turizmni rivojilanishida tilning o‘rni beqiyos. Shu sababli ushbu maqola hozirgi xitoy tilidagi qiyoslash mazmunidagi gaplarda darajaning asta sekinlik bilan o‘zgarib borishini ifodalovchi konstruksiyalarning tuzilishi grammatik va struktur jihatdan ifodalanishi, turizmga oid atamalar misolida ko‘rib chiqishga qaratilgan.
Kalit so‘zlar: Qiyos, taqqos, o‘xshatish, inkor, qiyosiy daraja, daraja tengligi.

O‘zbekiston va Xitoy hamkorlik munosabatlari keng ko‘lam kasb etib, strategik sheriklik aloqalari yuksak darajaga ko‘tarilmoqda. Shu bilan birga prezident Shavkat Mirziyoyev tomonidan “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmon imzolandi. Mazkur farmonga binoan, Xitoy Xalq Respublikasi, shu jumladan Xitoy Xalq Respublikasining Gonkong maxsus ma’muriy hududi fuqarolari uchun O‘zbekiston Respublikasiga kirishda vizasiz rejimni belgilash to‘g‘risida Prezident farmoni qabul qilindi. Farmonga ko‘ra, 2020-yil 1-yanvardan boshlab Xitoy Xalq Respublikasi, shu jumladan Xitoy Xalq Respublikasi Gonkong maxsus ma’muriy hududi fuqarolari uchun belgilangan tartibda mamlakat xalqaro aeroportlari orqali 7 kundan ko‘p bo‘lmagan muddatga vizasiz kirish tartibi belgilandi [1].

Yuqoridagilardan shu ko‘rinadiki, turizm sohasini rivojlantirishni ma’lum tilni o‘rganmay turib amalga oshirib bo‘lmaydi. Shu munosabat bilan, xitoy tili grammatikasini tilshunoslik nuqtai nazaridan ilmiy va nazariy tahlil etish, Xitoy

va O‘zbekiston o‘rtasidagi nafaqat turizm, balki iqtissodiy, siyosiy, madaniy aloqalar rivojining yangi pog‘onalariga chiqishga asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi. Zamonaviy xitoy tilida qiyoslash mazmunidagi gaplar, narsa va hodisalar, holat va sifatlar hamda darajalardagi o‘zaro farqlarning qay darajada yuqori yoki pastligini taqqoslashda qo‘llaniladi. Gapning stilistik jihatdan lo‘nda va ravon bo‘lishiga yordam beradi. Qiyoslash mazmunidagi gaplar ikkita katta guruhga ajraladi. Birinchi guruh, sifat va darajaning farqini, baland yoki pastligini ifodalofchi sof qiyoslash, taqqoslash mazmuniga ega bo‘lgan konstruksiyalar. Ikkinchi guruh, narsa, hodisa va holat darajalarining o‘zaro bir xilligini ifodalovchi o‘xshatish mazmuniga ega bo‘lgan konstruksiyalar kiradi [2].

Ushbu maqolada biz shaxs yoki predmetning o‘zgarib borayotganini ifodalovchi sof qiyoslash mazmunidagi konstruksiyalarni ko‘rib chiqamiz. Ular:

- 比 bǐ old ko‘makchisining oldi va orqasidan 一+ hisob so‘zni qo‘yish orqali [一+ hisob so‘z+比+ son 一+ hisob so‘z] darajaning asta sekinlik bilan o‘zgarayotganini ifodalovchi konstruksiyaar;
- [Ega+越来越*yuèláiyuè*+kesim (sifat yoki fe’l)] shaxs yoki predmetning so‘nggi vaqtda to‘xtovsiz rivojlanishi va o‘zgarishlarini ifodalovchi konstruksiyalar.

[一*yì* + hisob so‘z + 比*bǐ* + son 一*yì* + hisob so‘z]

Yuqorida ta’kidlab o‘tganimizdek, zamonaviy xitoy tilida qiyoslash mazmunidagi gaplarni ikkita katta guruhga ajratiladi. “一*yì* + hs so‘z + 比*bǐ* + son 一*yì* + hs so‘z” modeli yordamida qiyosiy darajaning ifodalanishini birinchi guruh, sof qiyoslash mazmuniga ega bo‘lgan tizimlar guruhiga kiritamiz. Chunki, bu shakldagi konstruksiya orqali biron holat yoki darajaning avvalgisiga qaraganda yana bir pog‘onaga asta sekinlik bilan o‘zgarayotganini anglatadi. Gap tuzilishida 一年比一年*yìnián bǐ yìnián* yildan yilga, 一天比一天*yìtiān bǐ yìtiān* kundan kunga kabilardan foydalanganimizda, ular gapda hol vazifasida kelib, darajadagi farqni asta sekinlik bilan o‘zgarib borayotganini bildiradi [3]. Masalan:

1. 旅游服务组织一天比一天好了。

Lǚyóu fúwù zǔzhī yìtiān bǐ yìtiān hǎole.

Sayyohlik xizmatlarini tashkil qilish kundan kunga yaxshilanmoqda.

2．旅游团队数量一年比一年增加。

Lǚyóu tuánduì shùliàng yìnián bǐ yìnián zēngjiā.

Sayyohlik guruhlari miqdori yildan yilga ko‘paymoqda.

Daraja asta sekinlik bilan o‘zgarib borayotgan gaplarda, 比 *bǐ old* ko‘makchisining oldi va orqasidan bir vaqtda 一*yì* hisob so‘z (yoki hisob so‘z harakteridagi ot) ni qo‘yish orqali foydalanamiz. Uning qabul qilingan ko‘rinishi quyidagicha bo‘lib, 一*yì* + hisob so‘z + 比*bǐ* + son 一*yì* + hisob so‘z] gapda to‘liqlo‘vchi vazifasida keladi [5]. Unga quyidagilarni misol qila olamiz:

- 一天比一天*yìtiān bǐ yìtiān* kundan kunga;
- 一年比一年*yì nián bǐ yìnián* yildan yilga;

- 一次比一次*yícì bǐ yícì* har safar.

Lekin ushbu konstruksiyalarni egadan oldin qo‘llash mumkin emas [6].

Masalan:

1. √ 旅游者的数量一天比一天少了。

Lǚyóu zhě de shùliàng yìtiān bǐ yìtiān shǎo le.

×一天比一天天旅游者们的数量少了。

Yìtiān bǐ yìtiān lǚyóu zhě men de shùliàng shǎo le. Sayohat qiluvchilar soni kundan kunga kamaymoqda. 2. √我们的国家旅游服务质量一年比一年丰富.

Wǒmen de guójiā lǚyóu fúwù zhìliàng yìnián bǐ yìniánfēngfù.

×一年比一年我们的国家旅游服务质量丰富.

Yìnián bǐ yìnián wǒmen de guójiā lǚyóu fúwù zhìliàng fēngfù.

Bizning mamlakatda turizm xizmati sifati yildan yilga boyib bormoqda.

3. √旅游服务等级一次比一次好。*Lǚyóu fúwù děngjí yícì bǐ yícì hǎo.*

× 一次比一次旅游服务等级好。*Yícì bǐ yícì lǚyóu fúwù děngjí hǎo.*

Turizm xizmati darajasi har safar yaxshilanmoqda. [Ega+越来越*yuèláiyuè*+kesim (si fat yoki fe’l)] 越来 越 *yuèláiyuè* shaxs yoki predmetning so‘nggi vaqtda to‘xtovsiz rivojlanishi va o‘zgarishlarini taqqoslab keladi. 越来越*yuèláiyuè* o‘zbek tiliga *borgan sari*, *tobora* deb tarjima qilinib, biror holatning avvalgisiga nisbatan darajasini ko‘tarilgani yoki pasayganini ifodalaydi [4]. Bunday gaplarning modeli quyidagicha ko‘rinishga ega: [Ega+越来越 *yuèláiyuè*+kesim (sifat yoki fe’l)] Masalan:

1. 旅游定点商店越来越漂亮了。

Lǚyóu dìngdiǎn shāngdiàn yuèláiyuè piàoliang le.

Sayyohlar uchun mo‘ljallangan do‘kon borgan sari chiroyli bo‘lib bormoqda.

2. 旅游团队的人越来越想学中文了。

Lǚyóu tuánduì de rén yuèláiyuè xiǎng xué zhōngwén le.

Sayyohlik guruhidagi odamlar borgan sari xitoy tilini o‘rganishni xohlashyapti.

[Ega + 越来越yuèláiyuè + kesim (sifat yoki fe’l)] orqali qiyosiydarajani ifodalaganimizda, e’tibor berish kerak bo‘lgan jihatlar quyidagilardir:

Birinchidan, 越来越 *yuèláiyuè* orqali qiyoslash mazmunidagi gaplarni ifodalayotganda, oddiy fe’ldan oldin qo‘llanilmaydi. Agarda fe’l bilan ishlatilsa, quyidagicha ko‘rinishda bo‘lishi kerak [6]. Masalan:

× 旅游散客还没回星级饭店来。但是外面风越来越刮得大了。

Lǚyóu sǎn kè hái méi huí xīng jí fàndiàn lái. Dànshì wàimiàn fēng yuèláiyuè guā dé dà le.

√ 旅游散客还没回星级饭店来。但是外面风越来越大了。

Lǚyóu sǎn kè hái méi huí xīng jí fàndiàn lái. Dànshì wàimiàn fēng yuèláiyuè dà le.

√ 旅游散客还没回星级饭店来。但是外面风刮得越来越大了。

Lǚyóu sǎn kè hái méi huí xīng jí fàndiàn lái. Dànshì wàimiàn fēngguā dé yuèláiyuè dà le.

Sayyohlar hali besh yulduzli mehmonxonaga hali qaytishmadi. Lekin tashqarida shamol borgan sari kuchayib bormoqda.

越来越*yuèláiyuè* ketidan keluvchi kesim o‘zgaruvchi tomonni ifodalashi kerak. Odatda sifat yoki ichki kechinmalarni ifodalovchi fe’l bilan to‘ldirilib keladi [10]. Bunga yuqorida keltirilgan misoldagi 大misol bo‘la oladi.

Ikkinchidan, 越来越 *yu láiyuè* gapda egadan oldin qo‘llanilmaydi.

Masalan:

×越来越学习汉语的人多了。*Yuèláiyuè xuéxí hànyǔ de rén duō le*。

√学习汉语的人越来越多了。*Xuéxí hànyǔ de rén yuèláiyuè duō le*。

Xitoy tilini o‘rganuvchilar borgan sari ko‘payib bormoqda.

Uchinchidan, 越来越*yuèláiyuè* ketidan daraja ravishini ifodalovchi so‘zni qo‘llab bo‘lmaydi. Masalan:

× 旅游汽车越来越很热了。*Lǚyóu qìchē yuèláiyuè hěn rè le.*

√ 旅游汽车越来越热了。*Lǚyóu qìchē yuèláiyuè rè le.*

Sayohat mashinasi borgan sari isib ketmoqda.

越来越 *yuèláiyuè* so‘ngi vaqtlardagi o‘zgarish darajasi bilan birga o‘zgarishning o‘zini ham ifodalab keladi, undan keyin yana daraja ravishlari 很 hen, 非常 *fēicháng*, 比较*bǐjiào* kabilarni qo‘llab bo‘lmaydi [5]. Masalan “havo tobora isib bormoqda” gapini xitoy tiliga quyidagicha tarjima qilish mumkin emas. Masalan:

×旅游汽车越来越非常热了。*Lǚyóu qìchē yuèláiyu fēicháng rè le.*

×旅游汽车越来越比较热了。*Lǚyóu qìchē yuèláiyuè bǐjiào rè le.*

×旅游汽车越来越很热了。*Lǚyóu qìchē yuèláiyu hen rè le.*

Yuqoridagilardan quyidagi xulosaga kelishimiz mumkin.

- qiyoslash mazmunidagi konstruksiyalarning 越来越*yuèláiyuè* hamda
- [一+hisob so‘z+ 比+son 一+hisob so‘z] konstruksiyalari orqali ifodalanadigan

shakli, so‘zlovchiga grammatik xususiyatlari bilan qiyinchiliklar tug‘dirmasligi bilan qolgan konstruksiyalardan ajralib turadi;

- daraja asta sekinlik bilan o‘zgarib borayotganini 比 old ko‘makchisining

oldi va orqasidan 一+hisob so‘zni qo‘yish orqali ifodalanadi. [一+hisob so‘z+比 +son 一+hisob so‘z] konstruksiyasi gapda hol vazifasida kelib, uni egadan oldin qo‘llash mumkin emas;

- [一+ hisob so‘z+ 比+ son 一+ hisob so‘z] usul orqali biz natijadagi

darajaning birdaniga emas, balki asta sekinlik bilan o‘zgarib borayotganini kuzatishimiz mumkin;

- 越来越 shaxs yoki predmetning so‘nggi vaqtda to‘xtovsiz rivojlanishi va

o‘zgarishlarini taqqoslab keladi. 越来越dan keyin keluvchi kesim, o‘zgaruvchi tomonni ifodalashi kerak, odatda sifat yoki ichki kechinmalarni ifodalovchi fe’l

bilan to‘ldirilib keladi;

- 越来越gapda oddiy fe’ldan oldin qo‘llanilmaydi. 越来越dan keyin 很,

非常, 比较kabi daraja ravishlarini ham qo‘llab bo‘lmaydi. [一+hisob so‘z+比 +son 一+hisob so‘z] konstruksiyasi gapda hol vazifasida kelib, darajadagi farqni asta sekinlik bilan o‘zgarib borayotganini bildiradi. Egadan oldin qo‘llanilmaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611 sonli Farmoni
2. Драгунов А.А. Грамматическая система современного китайского языка. – Лененград, 1962. – 250 с.
3. Задоенко Т.К., Хуан Шуин. Основи китайского языка. – М.: Наука, 1986. – 245 с.
4. 刘月化等著. 实用现代汉语语法. – 北京: 商务印书馆, 2001. – 840 页.
5. 李德津, 程美珍. 外国人实用汉语语. – 北京: 北京语言大学出版社,
6. 2008. – 652 页.
7. 戴雪梅, 张若莹. 实用汉语语法三百点. – 北京: 新世界出版社出版,
8. 1999. – 240 页.
9. 故播刘. 实用现代汉语语法. – 北京: 新世界出版社出版, 2003 年. –
10. 页.
11. 丁声树. 现代汉语语法讲话. – 北京: 商务印书馆, 1996. –120页.
12. 肖琳. 基于留学生书面语语料库的比较句的研究. – 山东省烟台市:鲁 东大学博士学位论文, 2015 年. – 81页.
13. 刘昊博. A Syntactic Analysis of the Bi Comparative Construction. –
14. 四川:四川外国语大学硕士学位论文, 2013 年. – 78 页.

INTERTEXT AS A FRAME STRUCTURE

Melieva Sabina Gulomovna
English language instructor
Yeoju Technical Institute in Tashkent
sabinamelieva95@gmail.com

The category of intertextuality is of particular interest to researchers, since it is an important component of a literary text. The process of intertextuality is presented in the form of a system, the components of which are the precedent text, the recipient text and the intertext. For better perception and analysis of this category, the paper reveals an intertext scheme in the form of a frame structure, which includes domains of a cognitive metaphor and slots - cognitive knots of a literary text.

Key words: *intertext, precedent text, recipient text, cognitive metaphor, domains, frame, frame structure.*

Despite of the fact that the theory of intertextuality dates back to the theory of anagrams by F. De Saussure, the term "intertextuality" was proposed only in 1967 by the researcher Y. Kristeva and continues to cause interest among linguists to this day. The original definition was formulated as follows: "Intertextuality is a social whole, considered as a textual whole". In her works, Y. Kristeva attributes the phenomenon of intertextuality to "intertextual dialogue" by way of "quotation mosaic" [7, 116]. M. Bakhtin proposed the principle of "dialogicity" of the literary text, based on the fact that all of our speech, including literary texts, consists of words produced by others at some point in time [6, 267]. D. Ashurova defines intertextuality as a "peculiar quality of certain texts to correlate with other texts" [1, 87]. However, the most common definition of intertextuality was implemented by R. Barth, who suggested that "each text is an intertext; other texts are present in it at various levels in more or less recognizable forms" [2, 153]. In other words, he emphasizes that each text contains certain intertextual links in the form of quotes, codes, formulas, structures, which are considered to be a prerequisite for the emergence of a new text.

Intertextuality is presented in the form of a cognitive system, the main components of which are the precedent text, the recipient text and the intertext. The precedent text is the source which author refers to in the process of intertextual correlation. The precedent text is a well-known text of axiological significance relevant both to the world and national cultures. The sources of precedent texts are mostly: myths, legends, religious text, fiction, phraseological units, aphorisms, the titles of famous books, films, quotations, etc. The recipient text is the text containing intertextual inclusions or signals of intertextuality, presenting the intertext itself. Intertext is presented by epigraphs, citations, allusions, reminiscence, quotations, periphrasis, etc. The most frequent intertextual inclusion is allusion.

Considering the theory of intertextuality, it is important to note that there are several approaches to its study: linguocultural, literary and stylistic. For the linguocultural approach, the historical connection between texts and cultural information appear to be priority. The literary approach involves analyzing the intertext from the position of the reader and revealing the image of the author,

his conceptual world picture and their functions in the text. In literature intertextuality is understood in a broad sense, and any text is regarded as an intertext. It is accounted for by the fact that all texts are related to our knowledge of the world, reflect people's cultural and historical experience, and therefore any text contains elements of other texts in a more or less recognizable form. This conception found strong support among Russian and foreign scholars (Ю.М. Лотман, И.П. Смирнов, Б.М. Гаспаров, R. Barth, M. Riffatere) [1, 88]. The stylistic approach considers intertext as a stylistic device used to give expressiveness to the text and thereby have an emotional impact on the reader. In other words, there must be special intertextual signals, indicators and markers in the text. The literature on this subject indicates title, epigraph, "sounding names", antonomasia, parody, repetition of text forms (structure, rhythm), lexical units, allusions and etc.

Our study proposes a new cognitive approach to the analysis of intertext, applying the method of frame structure, which contributes to adequate interpretation of the intertext and reveals its deep semantics. This approach is closely related to the cognitive theory of metaphor by J. Lakoff and M. Johnson, since metaphorization processes is based on the processing of knowledge structures - frames and scenarios. Metaphorization is based on the interaction of two structures of knowledge - the cognitive structure of the "source" (source domain) and the cognitive structure of the "target" (target domain) [4, 92]. A similar interaction of structures occurs in the context: text precedent interacts with the text-recipient. Thus, it would be reasonable to study the theory of intertextuality along with the theory of conceptual metaphor, the component structures of which (source domain & target domain) can be built into a frame.

The term "frame" came to linguistics from psychology and was first introduced by American cognitive scientist M. Minsky (1974). According to him, frame is a structure of data for representing typical situations, especially when working with large memory items. Fillmore defines frame as "a system of concepts related in such a way that to understand any of them you have to understand the whole structure in which it fits" [3,111]. Presented in the form of scheme a frame structure provides accurate visualization of a stereotyped situation.

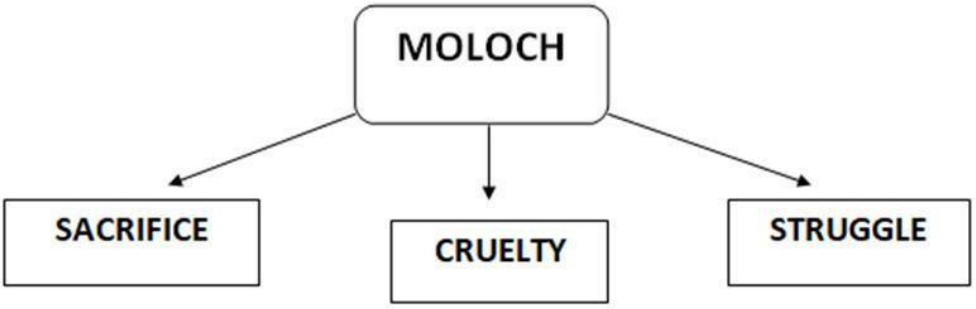
Thus, taking into consideration its practicality, we suggest applying frame semantics approach to analyze the intertext inclusions. To illustrate the function of the proposed method let us turn to the analysis of the story by O. Henry "The Duel", in which the author reveals the image of New York and presents the concept of a large densely populated city. The story provides a positive and negative description of the city; however the focus is on negative aspects. The image of the city is represented by using a conceptual metaphor based on the intertext: *New York is Moloch*. The megalopolis in the story is compared with the ancient biblical deity Moloch, to whom children were sacrificed because of fear and disability to resist the devil. New York in its turn demands "the innocence, the genius and the beauty" of this world as sacrifice in an unequal duel between the city and the man.

The artist gazed dreamily at the cartridge paper on the wall. "This town," said he, "is a ***leech****. It* ***drains the blood*** *of the country. Whoever comes to it accepts a challenge to a* ***duel****. Abandoning the figure of the leech, it is a* ***juggernaut****, a* ***Moloch,*** *a* ***monster*** *to which the* ***innocence, the genius, and the beauty*** *of the land must* ***pay tribute.*** *Hand to hand every newcomer must* ***struggle*** *with the* ***leviathan****. You've lost, Billy…"*

According to electronic encyclopedia Britannica, **Moloch** is a Canaanite deity associated in biblical sources with the practice of child sacrifice. In the Hebrew Bible, Moloch is presented as a foreign deity who was at times illegitimately given a place in Israel's worship as a result of the syncretistic policies of certain apostate kings. The laws given to Moses by God expressly forbade the Jews to do what was done in Egypt or in Canaan. "You shall not give any of your children to devote them by fire to Moloch, and so profane the name of your God" (Leviticus 18:21).

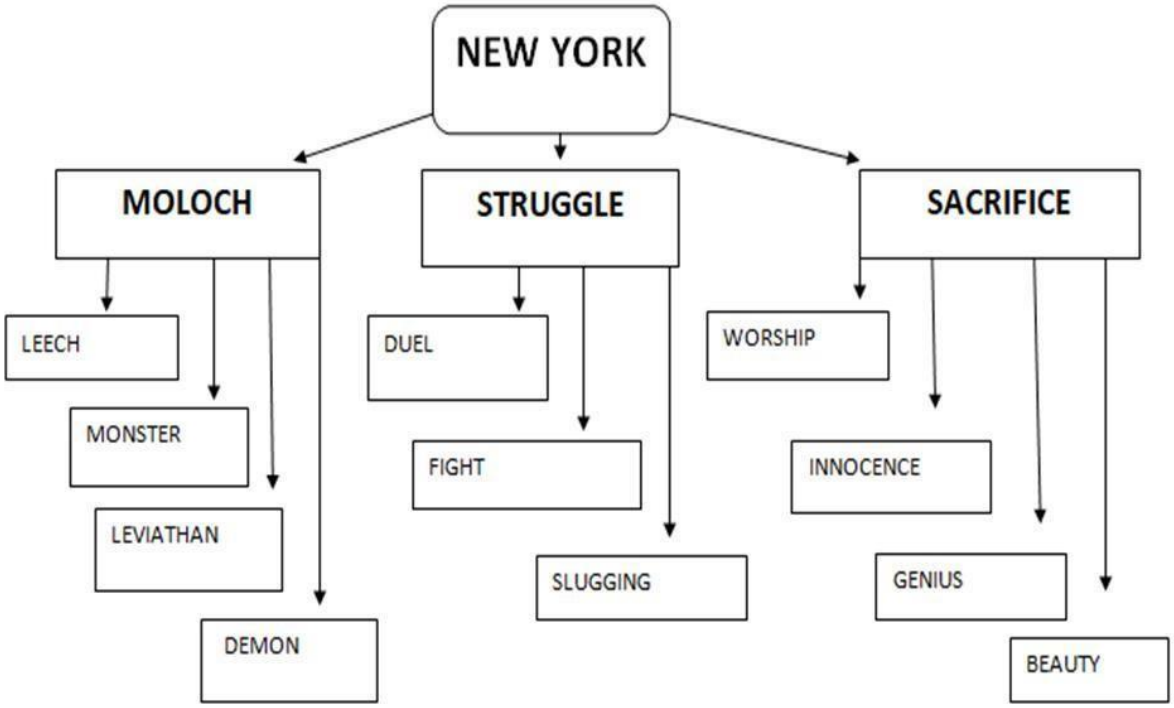
Based on the description of the city and the information that we managed to find about this deity, we built the knowledge structures of the two domains *(Moloch and New York)* in the form of frames:

Diagram No. 1



Using contextual and intertextual connections, we were able to build the image of the city in a frame structure *(See diagram No. 2).* It follows that the image of New York correlates with the image of the ancient deity of the Canaanites Moloch, described in biblical sources. Both appear in the form of terrible demons, to both something innocent is sacrificed and, finally, with both of them there is a struggle. The combined slots of the two domains of the conceptual metaphor *New York is Moloch* can represent the image of New York in a structured frame.

Diagram No.2



In conclusion, a frame structure can serve as an effective way of representing the knowledge structure. In the process of analyzing the story, we managed not only to enclose the legend and myth in a "compact" frame, but also to look into the deep content of the text, drawing parallels between the precedent text and the recipient text.

BIBLIOGRAPY:

1. Ashurova D.U., Galieva M.R. Text Linguistics. – Tashkent: Turon-Iqbol, 2016. – 324 p.
2. Barth R. Mythology: Les instances du recit. -M., Paris, 1977. – 253 p.
3. Fillmore Ch. J. Linguistics in the Morning Calm. – Seoul: Hanshin Publishing Company, 1982. – pp. 111-137.
4. Lakoff, G., & Johnson, M. Metaphors we live by. - Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 256 p.
5. Minsky M. A Framework for Representing Knowledge.-MIT-AI Laboratory Memo 306, 1974. – 76 p.
6. O.Henry, "The Duel" URL: http://www.eastoftheweb.com/short-stories/UBooks/Duel.shtml
7. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. - М. Эстетика словесного творчества. М.: Книга по требованию, 1986. С. 250-296.
8. Кристева Ю. Семиотика: исследования по семанализу / пер. с фр. Э. А. Орловой. М.: Академический Проект, 2013. - 285 с.
9. https://www.britannica.com/

TRANSLATION PROBLEMS OF MENUS IN GASTRONOMIC TOURISM

Mirkhamidova Umida Akhmad kizi
3rd year student of Uzbek-English translation faculty
Alisher Navo'i Tashkent State University of Uzbek Language and Literature
umidamirkhamidova97@mail.ru

This article reflects the fundamental role of translating menus in gastronomic tourism and the role of high-quality translations in meeting the needs of customers more satisfied. The present article aims at investigating some salient linguistic and cultural issues resulted from the usage of inappropriate methods in rendering food menus from Uzbek or Russian into English language. Moreover, the research paper outlines a series of possible recommendations to ameliorate the quality of translation in menus.

Key words: *gastronomic tourism, menus, food, high-quality translations, linguistic and cultural problems*.

Gastronomy tourism has become a major and rapidly growing component of the attractiveness of tourism destinations in recent years. The marketing opportunities to gastronomy tourism are being developed by the countries given importance to that issue. Tourists' wishes to experience local tastes in the destinations and accommodation facilities have prepared the ground for the development of gastronomy tourism [3, 725].

Gastronomy is the core of every country and culture around the world. Through discovering and tasting international food, one can experience full cultural immersion. This is where cultural and culinary translation can be highly fruitful. Due to this importance, cultural and culinary translation is the key in the global foodie world and it's one of our fundamental areas of specialized translation.

When it comes to translating menus, however the challenges, such as finding adequate translation, not making any lexical, orthographic and grammatical mistakes in translation become much bigger. No doubt, there are some issues with specific local vegetables, spices or type of cooking, which have no direct translation in the target language. The biggest problem, however, remains the name of the dishes. They pose a challenge even for the seasoned culinary translator. On the other hand, quite often the menus are translated by people with no experience in translation at all. That is a problem! When menus are not properly translated or trans-created into a foreign language, restaurants and destinations risk losing not only a huge market, but also damaging their image and reputation. Quality tourism requires excellent products and services, and quality professional menu translation is paramount. Linguistic and psychological aspects affect the way menus are designed, composed, written, and translated,

with the aim of enticing diners.

This paper aims at analyzing the quality of translated restaurant and café menus in Uzbekistan, in order to shed some light on the main types of mistakes found in this key type of text and investigating what kind of strategies have been used inappropriately while translating food menus. What is more, a myriad of proposals and recommendations are offered for better menu translations.

Currently, Uzbekistan receives more than three million tourists annually and the large majority of them are attracted by the reputation of Uzbek national dishes. On that account, some measures have been taken in order to boost the quality of eateries' menus translation. Moreover, it requires wide understanding of the gastronomy and culture of the country in which translation is done and the public to which is directed. To serve this purpose, translation of food menus is typically done by native translators who live in our country and perfectly understand both cultures and languages. It should be noted that the food culture of each country is its own world, and when also dealing with two very different life styles (like Russian or English compared with Uzbek culture), correct translation can become very complicated. Therefore, this kind of translation must be handled only by true translation professionals and not any cousin, friend who claims to understand the target language in order to avoid total blunders that can ruin the image of the establishment. Translators need to be aware of the differences between the two customs and culture-specific concepts in order to render the meaning accurately and successfully. Using the appropriate translation strategy has a paramount key role in translating the list of foods. As we know that a restaurant's or café's food menus are one the main tools to inform as well as to attract customers. Some of our national Uzbek dishes are unfamiliar to the foreign customers. In addition, the names of that foods cannot be easily and directly translated. Since a restaurant and café bill of fare plays an indispensable role in assisting customers to understand what is being offered, an accurate and effective translation is of fundamental importance. As in all domains of life, translation can play a key role since it enables "access to a different world of knowledge, traditions and ideas" [4] However, without awareness of the intricacies involved in translation process, a translator might unconsciously produce translation characterized by unintelligibility or inappropriateness. As Toury said that translation is not only a linguistic activity, but a cultural one as well. That's why, we should be careful while translating any kind of text which reflects way of life [4, 202].

As we mentioned above, we looked over some problems and challenges in Uzbek food menus. While analyzing a list of foods in Uzbek restaurants and cafes, we've encountered some problems occurred during translation, such as:

- *word-for-word translation;*
- *lack of explanations;*
- *orthographic mistakes;*
- *misleading translation;*
- *misinterpreting translation.*

Let's have a look these problems through carrying out them in menus. We'll scrutinize the first column of the menu of cafe "Vostok" in Tashkent city below:

Salads		Салаты
Fresh cabbage salad	$5.99	Салат из свежей капусты
Humus	$5.99	Хумус
Babaganoush	$5.99	Бабагануш
Tashkent salad	$5.99	Салат из белой редьки с майонезом
Salad "Olivie"	$5.99	Салат «Оливье»
"Vostok" Fried eggplant salad	$5.99	Салат из жаренных баклажанов
Korean Carrot Salad	$5.99	Салат из моркови по-корейски
Israeli Salad	$5.95	Израильский салат
Marinated Mushrooms	$4.95	Маринованные грибы (грузин)
Pickled vegetables	$5.80	Ассорти солений
Achichuk - Vegetable Salad	$5.95	Ачичук - Овощной салат
Soups		**Супы**
Meat Soup	$4.50	Шурпа
Pasta Soup	$4.50	Паста Суп
Borscht	$4.50	Борш
Charcho	$4.50	Харчо
Chicken broth	$4.00	Куриный бульон
Felmeni in Chicken broth	$4.99	Пельмени с куриным бульоном
Soup of the day		Специальный суп

Figure 1. The menu of café "Vostok"

Evidently, there was no any kind of explanation for the dishes. It led to *misunderstanding*. Foods and salads were not fully explained to the clients. Moreover, there were some *orthographic mistakes* in the name of meals.

For instance, the name of dish called "Humus". If you look up the dictionary, you will see the real explanation of this word. In the Oxford dictionary "Humus" was explained as soil made of decayed plants, leaves that is good for growing plants [3].

As it is crystal clear that "Humus" is not the name of dish. Therefore, it had better to write "Hummus" instead of "Humus" in the menu. Because, "Hummus" is a food made from chickpeas, lemon and spices. Furthermore, it would be better, if the translator had given more detailed information for each of the salads and food with vivid and appetizing pictures.

In soups category there was ambiguity as a result of a mistranslation. For example: "Шурпа" was mistranslated to the "Meat soup". From our humble opinion, it should not be translated like this. Because English people understand "Soup", mainly, as cream soup with boiled and blenderized vegetables, mushrooms, greens, cream and sour cream. Soup, prepared from boiled meat and vegetables are called broth – (rus.бульон) [1, 279]. Therefore, "Шурпа" should be translated as a "Broth with beef or lamb". In the next line you can see the food named "Charcho". The translator didn't use any translation methods when translating the name of this food. From our stand point, it would better, if the translator used a strategy that is commonly used with culture-specific concepts by *using loan word plus explanation*, [4, 206] such as: "Kharcho- is a national dish of Georgia that contains beef, rice, cherry plums puree and chopped walnuts.

On the other hand, "Борш" was correctly transliterated into "Borscht". But it had better to give some explanation to this dish in order to be clear to the clients.

E.g: "Borscht-is a soup made with beetroots, carrots, onions, potatoes and

tomatoes. The place of origin is Ukraine. [6] Here you can see another example. It is a menu of "Soy" restaurant.

Figure 2. The menu of restaurant "Soy"

In this menu you can see the column of first course dishes was written as "Soup" in singular form, this category contains *not only grammatical but logical errors*. Because in Russian language it was written "Супы" in plural form and it was translated into English as "Soup" in singular form. Besides that, in soup column of menu "Soy" there was given soup such as boiled soup, kuza shurpa, second course meal like moshkhorda, meal prepared from dough such as mampar and dumplings, instead of cream soup. It is not proper giving paste food in "Soup" category. As we have seen there was not any explanation about ingredients or preparation of dishes on the menu except from the name of dish itself. It might have caused to order dish unconsciously by foreign tourist.

Moreover, "Tongue soup" was transliterated into English as "teal shurpa". In fact, name of dishes, named due to ingredients, should *be translated, and not transliterated*. We dwelled at length on it in the chapter of semantics of food nominates. "Tongue" has not got national colorant; it should be translated as "tongue broth". In fact, the word "teal" in English means that a dark, somewhat bluish-green color or brightly colored duck with short necks:

Teal. Noun 1. A small freshwater duck, typically with a greenish band on the wing that is most prominent in flight. 2. A dark greenish-blue color.

English tourist couldn't imagine that this soup was prepared from beef tongue and its name was transliterated, she or he might think it as duck soup or green soup, prepared from greens. Especially, giving "tongue soup" as "teal shurpa" and sheep's tongue as ingredient would confuse the client completely. In cafeterias of hunting dishes teal soup means "duck soup". Existing beef tongue among ingredients of soup, named "duck soup", can confuse the tourist completely. [1, 279] That is a big misinterpreting of the food name to the clients.

Below we'll analyze the menu of cafe "Raykhon":

Figure 3. The menu of cafe “Raykhon”

We can see some shortcomings and errors in translation of this menu. In fact, we have to be very careful when translating the names of national dishes. If we misinterpret the names of nationwide meals, we will cause our customers to lose interest in that dish. The menu in Figure 3 is from one of the branches of the Raykhon cafe. Here we have observed that national cuisine was not properly described. Particularly, “Manti” was *simply transliterated* with short explanations, such as "meat" or "pumpkin". In reality, this dish is completely unfamiliar to foreign guests. Even they are not aware of that dish is a type of pastry. Therefore, it would be appropriate to transliterate the national dish "Manti" by commenting on it.

For instance, “Manti is a dish of Uzbek cuisine that has the form of large dumplings filled with either meat or pumpkin and steamed in a special pot”.

In addition, our national dish “To’y kabob” should be translated, and not transliterated as a “Tuy Kebab”. However, the Uzbek letter “o‘” was properly transliterated into “u”. But translation result in misunderstanding. Because overseas people do not have any notion of this meal. Therefore, “To’y kabob” should be translated as a “Wedding Kebab”. Consequently, it will be more understandable to call this dish “A wedding kebab” and give it a brief description, such as: “Wedding kebab” is a kebab that has cubes of meat marinated and cooked with vegetables usually on a skewer in wedding ceremonies. Although, the Kazan kebab was transliterated correctly, there was not enough explanation. It would be appropriate to comment on it as follows:

“Kazan kebab is a classic of Uzbek cuisine that can be cooked with succulent meat,

along with fried potatoes soaked in spices and meat aromas".

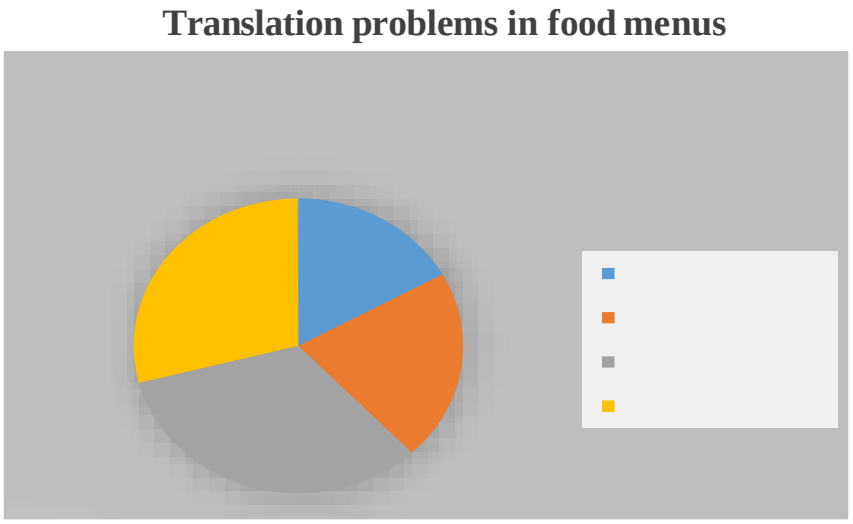
What is more, the food called "Kurutob" should be given with its origin and ingredients as an explanation. In that way we can arouse the interest of customers to that dish. Because "Kurutob" is not only eaten in Uzbekistan, but also in Tadjikistan. It is a national dish of Tadjikistan as well. "Kurutob is a mix of bread and onions in yougurt sauce (with the occasional extra meat and vegetables)".

Besides that, we can see some orthographic mistakes in that menu. For instance, one of them is the name of the dish "Branzini grilled". It was totally misinterpreted. Because we don't have such kind of food. Instead of "Branzini grilled", it should be given as a "Grilled Branzino". It is one of the prominent type of fish meals with lemon slices inside each fish.

As you can see there was not any information except the name of food on menus. Therefore, translators should know how to put into practice translation strategies while rendering the meaning of the food to the target language. Having analyzed those figures, we can say that the interpreters didn't use gastronomy lexical units; there were lexica-semantic and stylistic mistakes in translation. What is more, there was not any description and translation of food.

As Newmark stated that food terms are subject to the widest variety of translation procedures, understanding of the nature of translation process is prerequisite before embarking on translating food terms and it will help translators to make decisions as to the most translation procedures they need to use. [4, 208]

According to our research analysis, we would like to show you the most prevalent problems in translating food menus in the pie chart:



Pie chart: Translation problems in food menus

To sum up it briefly, translating eatery menus is not a piece of cake. Translators should be abreast of linguistic and psychological aspects influence the way menus are written, and translated with the aim of alluring diners.

It should be noted that translation problems in all the samples are described, discussed and illustrated with examples in our research paper. Some of translation problems were highlighted and the most frequently used strategies, such as word-for-word translation and transliteration associated with problems were discussed. Issues related to the accuracy and faithfulness of the employed strategies were judged by us and possible alternative approaches for ameliorating translation quality of Uzbek and Russian list of foods were suggested.

Bibliography

1. Gulnoza Odilova. *Problems of menu designing and translation issues* (Vol-118- Issue, 2019).
2. Baker, M. *In other words: A course book of translation* (London: Routledge, 2nd Edition, 2011).
3. Umit Sormaz, Halil Akmese, Eda Gunes, Sercan Aras. *Gastronomy in Tourism* (Volume 39, 2016).
4. Sultan Mohammed Al Rushaidi. *Translating food menus from English into Arabic: Linguistic and cultural dilemmas*, (Arab World English Journal for Translation & Literacy Studies, 2018).

5. Longman Dictionary of Contemporary English (5nd Edition.1978.-1257 p).
6. Chiaro, D & Rosatto, R. *Food translation, translation and food*, *The translator* (21 (3), 237-243, DOI:10.1080/13556509.2015.1110934).

Internet sources
1. http://www.signewords.com/language-services/translation-services/gastronomic-translation/
2. http://icdtranslation.com/challenge-menu-translations/
3. https://en.oxforddictionaries.com/definition/humus
4. https://en.oxforddictionaries.com/definition/teal
5. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567116302866
6. htpps://natashaskitchen.com/classic-russian-borscht-recipe/

ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY OMILLARIGA DOIR

Mirzaaliyeva Shahodat Mirzanazarovna,
mustaqil tadqiqotchi,
Toshkent viloyati Qibray tumani Chingeldi maishiy xizmat Kasb-hunar kolleji
Ma'naviy-ma'rifiy ishlar bo'yicha direktor o'rinbosari shahodat2020@gmail.com

Annotatsiya: maqolada turizm sohasining rivojlanishi va ahamiyati, O'zbekistonda ziyorat turizmining istiqbollari to'g'risida mushohada yuritilib, mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan islohotlar, mavjud muammolar va ularning echimi, shuningdek, ziyorat turizmini rivojlantirishning zamonaviy omillari yoritib berilgan.
Kalit so'zlar: turizm, ziyorat turizmi, sayyohlar, turizm xizmatlari, zamonaviy omillar, "egiluvchan" chora-tadbirlar.

Ma'lumki, jahonda turizm sohasi iqtisodiyotning etakchi tarmoqlaridan biri sifatida alohida mavqega ega hisoblanadi. Turizmni to'g'ri boshqarish va samarali yo'naltirish orqali dunyoning qator mamlakatlari katta iqtisodiy foyda olmoqda. Mamlakatimizda ham turizm sohasiga jiddiy e'tibor qaratilib, ushbu sohaning rivojlanishini boshqarib borish jarayonida yuzaga kelayotgan muammolarni bartaraf etib borish bo'yicha izchil faoliyat olib borilmoqda. Hozirgi kunda, xalqaro darajadagi kuchli raqobat sharoitida ko'zlangan maqsadga erishish uchun, eng avvalo, muhim strategik yo'nalishlarni ishlab chiqish, aniq chora-tadbirlar dasturlarini belgilab olish, zamonaviy omillarni inobatga olgan holda doimiy ravishda izlanishlar olib borish, turizm xizmatlarini jahon andozalari darajasida tashkil etish talab qilinmoqda.

So‘nggi yillarda, O‘zbekistonda ichki va tashqi turizmga bo‘lgan e’tibor, uning rivoji va takomillashtiriluvi yo‘lidagi imkoniyatlarning kengayishi ziyoratgohlarga kelayotgan ziyoratchilar sonining bir necha barobar oshishiga olib keldi. Mamlakatimizda turli davrlarga tegishli bo‘lgan 7,4 mingdan ortiq moddiy-madaniy meros ob’ektlari davlat himoyasiga olingan.

Ziyorat turizmi haqida gap ketganda, uni ikki yo‘nalishga ajratish mumkin – ziyorat va diniy turizmga. Ammo, ikkisi ham o‘zaro chambarchas bog‘liq yo‘nalishlardir. Mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun etarlicha salohiyat mavjud. Mamlakatimiz tarixiy va madaniy jihatdan ulkan merosga ega bo‘lib, bu yurtimizda ulkan salohiyatli turizm industriyasini izchil va barqaror rivojlantirish imkonini yaratadi. Deyarli har bir viloyatimizda Islom dini, ulamolari, ulardan qolgan bebaho tarixiy va ma’naviy meros bilan bog‘liq ob’ektlar topiladi. Birgina Toshkent shahrida Islom dining eng qimmatbaho yodgorligi hisoblangan Usmoniylar xalifasining Qur’oni Xasti-Imom majmuasi tarkibiga kiruvchi Baroqxon madrasasida saqlanayotganining o‘zi poytaxtimizga ko‘plab ziyoratchilar va sayyohlarni jalb etadi. Samarqanddagi muqaddas qadamjolar, ulug‘ va mo‘‘tabar zotlarning maqbaralari, Registon maydonidagi o‘ziga xos ansambl, Amir Temur maqbarasi, Buxoroi sharifning diqqatga sazovor tarixiy maskanlaridan “Hazrati Bahovuddin Naqshbandiy”, “Hazrati Mir Kulol”, “Mirarab” madrasalari, “Minorai Kalon” majmuasi, tarixiy ahamiyatga ega “Somoniylar” maqbarasi, Etti pir ziyoratgohlari, Surxondaryo viloyatidagi Sulton Saodat majmuasi, Shayx Aloutdin Attor, Iso Termiziy, Hakim Termiziy maqbaralari mamlakatimizda ziyorat turizmini riojlantirishning eng yaxshi omillaridan biridir. Mamlakatimizda ziyorat turizmi salohiyatidan har tomonlama samarali foydalanishga doir keng ko‘lamli chora-tadbirlar ko‘rilmoqda.

Davlatimiz rahbari hamda Hukumatimiz tomonidan qator normativ huquqiy hujjatlar qabul qilinib, ularning amaliy ijrosi yuzasidan mutasaddi tashkilotlar tomonidan izchil ishlar olib borilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining ushbu soha doirasida qabul qilayotgan muhim qarorlari davlatimizning turizm sohasi rivojiga yuksak e’tiboridan dalolat beradi. Mazkur normativ-huquqiy hujjatlar bilan sohada yig‘ilib qolgan muammolarni hal etish, mamlakat turizm salohiyatini oshirish bo‘yicha ustuvor vazifalar belgilanmoqda, ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirishga doir ko‘plab imtiyozlar, engilliklar berilmoqda.

Mamlakatimizda ziyorat turizmini takomillashtirish borasida hududiy infrastrukturani yaxshilash, ziyoratgohlarga eltuvchi yo‘llarning ravonligi, turistik xizmatlarning etarli darajada yo‘lga qo‘yilganligi, transport borasidagi qulayliklarning mavjudligi, ovqatlanish va sanitariya ob’ektlarining etarli ekanligi, sohada masofaviy marketing, mehmonxona va yo‘l chiptalarini to‘siqsiz onlayn tarzda bron qilish ishlarini yanada takomillashtirish zarur. Bu borada, mamlakatimizning turizm salohiyatini yanada yuksaltirish, jahon standartlari darajasidagi turistik servis xizmatlarini yo‘lga qo‘yishni takomillashtirish, ushbu soha taraqqiyoti yo‘lida izchil va barqaror tashkiliy-amaliy ishlarni, muhim chora-tadbirlarni amalga oshirish yaqin istiqboldagi

vazifalar etib belgilangan. Ushbu ustuvor ahamiyatga ega bo‘lgan vazifalar O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611-sonli Farmoni doirasida qabul qilingan 2019-2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi[1]da o‘z aksini topgan. Hukumatimiz tomonidan Konsepsiyada belgilangan asosiy yo‘nalishlarga muvofiq hamda yangi turistik mahsulotlarni yaratish, turizm infratuzilmasini yaxshilash, ziyorat turizmini yanada rivojlantirish va turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish orqali O‘zbekiston Respublikasida turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish [2] ga ham alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, ushbu qaror loyihasida bevosita ziyorat turizmi bilan bog‘liq bo‘lgan bir qator muhim masalalar o‘rin olgan:

- 2020 yil 1 aprelga qadar muddatda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Din ishlari bo‘yicha qo‘mita va Madaniyat vazirligi bilan birgalikda ziyorat turizmi ob’ektlarining, ular haqida batafsil ma’lumotlar ko‘rsatilgan, foto va video joylashtirilgan holda, ma’lumotlar bazasini yaratish (1);
- turistlar uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish maqsadida jamoat joylarida tahorat va ibodat qilish joylariga xos namunaviy talablar hamda ziyorat qadamjolarida bo‘lish, madaniy va ibodat binolarini ziyorat qilish qoidalarini ishlab chiqish (2);
- ziyorat turizmi bo‘yicha malakali yosh gidlar tayyorlash mexanizmini ishlab chiqish (3);
- yangi aviaqatnovlarni yo‘lga qo‘yish masalasini ko‘rib chiqish (musulmon aholisi mavjud davlatlar bilan) (4);
- ziyorat turizmi yo‘nalishida mavjud muammolarni aniqlash maqsadida turistlar o‘rtasida ijtimoiy so‘rov o‘tkazish (5);
- ziyorat turizmining turistik infratuzilmasi, shu jumladan “R&R” (Rest and Relax) ob’ektlarini rivojlantirish loyihalarini amalga oshirish uchun Islom taraqqiyot banki mablag‘lari va boshqa moliyaviy institutlarni jalb qilish masalasini ishlab chiqish (6);
- ziyorat turizmi reytingini oshirish uchun “CrescentRating” xalqaro reyting agentligining hududiy ofisini ochish (7);
- Islom hamkorlik tashkiloti bilan ziyorat turizmi masalalari bo‘yicha ikki tomonlama aloqalarni rivojlantirish (8) va h.k.

Ta’kidlash joizki, jahon iqtisodiyotida turizm sohasi jadal sur’atlar bilan rivojlanib bormoqda. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, yaratilayotgan ish o‘rinlarining har ettinchisi, “uchinchi dunyo” mamlakatlari kesimidagi pul mablag‘lari tushumining 50 foizi hamda bandlik darajasining qariyb 80-90 foizi turizm sohasiga tegishlidir.

So‘nggi yillarda ziyorat turizmi xalqaro va ichki turizm yo‘nalishlari ichida jadal sur’atlar bilan o‘sib borayotgan, jahon turizm bozorida eng tez rivojlanib borayotgan tarmoqlardan biriga aylandi. Xalqaro miqyosdagi tadqiqotlarga ko‘ra, ziyorat turizmi yo‘nalishida sayohat qilayotgan turistlar soni yil sayin ortib bormoqda. Ushbu yo‘nalishda asosan musulmon davlatlarining ko‘rsatkichlari yuqori turadi. Jumladan, 2018 yilda 140 mln. ga musulmon sayyohlari turizmi amalga oshirilgan bo‘lib[4], 2020 yilda mazkur raqam 158 mln. kishiga (umumiy turistik ko‘rsatkichning 10%iga), turizm bozori esa qariyb 220 mlrd. AQSH dollariga[5], 2026 yilga kelib, 230 mln. nafar sayyohga, hamda turizm bozori ko‘lami 300 mlrd. AQSH dollariga etishi bashorat qilinmoqda[6]. O‘zbekiston Respublikasi Davlat turizm qo‘mitasi ma’lumotiga ko‘ra, mamlakatimizga 2019 yilda 6,75 mln. sayyoh tashrif buyurgan (2018 yilga nisbatan 35 % ga ortiq ko‘rsatkich). SHundan Markaziy Osiyo davlatlari fuqarolari ulushi – 5,8 mln. kishini tashkil etadi[7]. Bundan ko‘rinib turibdiki, Markaziy Osiyo mintaqasi davlatlari fuqarolari yurtimizning tarixiy-madaniy ob’ektlari, ma’naviy ildizi tutashuvchi muqaddas qadamjo va ziyoratgohlariga befarq emas. Ushbu ko‘rsatkichni yanada oshirish imkoni mavjud. Bunda, qardosh davlatlar fuqarolari uchun turizm yo‘nalishidagi xizmat ko‘rsatish faoliyatida nisbatan imtiyozli chegirmalarni taqdim etish o‘rinlidir.

Shuningdek, uzoq yillar ilgari O‘zbekistonda o‘zlari yoki ajdodlari yashagan muayyan bir qatlam vakillari bugungi kunda dunyoning turli mamlakatlarida (Saudiya Arabistoni, Turkiya, Isroil, MDH mamlakatlari va boshq.) istiqomat qilmoqda. Ularda doimo ota yurtlari bo‘lmish O‘zbekistonga intilish tuyg‘usi kuchli va imkon qadar shunga harakat qilishadi [8] . Ziyorat turizmini rivojlantirishda bu jihatlarga ham etarlicha e’tibor qaratish muhim.

Ta’kidlash lozimki, mamlakatimizda 2020 yilning birinchi choragi davomida turistik maqsadlarda xorijdan kelgan sayyohlar soni 1214,0 ming kishini tashkil etgan. O‘z o‘rnida, mazkur ko‘rsatkich 2019 yilning shu davriga nisbatan 12,0 %ga kamayganligini ko‘rishimiz mumkin. O‘zbekistonga kelgan chet el fuqarolari sonining tahlili shuni ko‘rsatmoqdagi, 2020 yil yanvar-mart oylarida o‘tgan yilning shu davriga nisbatan 162,2 ming nafar kam chet el fuqarolari tashrif buyurgan[9].

Ushbu kamayish sur’atini joriy yilda butun dunyo bo‘ylab keng tarqalgan koronavirus pandemiyasi bilan bog‘lash o‘rinlidir. Jahon hamjamiyati uchun o‘ziga xos “favqulodda holat” sifatida baholangan mazkur sharoitda turizmning zarari 2020 yilda qariyb 1 trln. AQSH dollarini tashkil etishi mumkinligi soha mutaxassislari tomonidan ta’kidlanmoqda[10]. Ushbu davrda Hukumat tomonidan turizm yo‘nalishidagi tadbirkorlik sub’ektlariga nisbatan ko‘proq “egiluvchan” chora-tadbirlar (turli soliq imtiyozlari, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash choralari, AKT sohasidagi yangi dasturlarni yaratishda kreditlar ajratish) ni qo‘llash orqali zarar hajmini kamaytirish hamda ularning turizm faoliyatidagi yangi shakllarga

osonroq moslashishlariga sharoit yaratish lozim. Agar xalqaro tajribaga nazar solsak, ziyorat turizmi yo‘nalishida musulmon sayyohlar uchun maqbul sharoitlarni yaratish doirasida bir qator jihatlarga urg‘u kuchaytiriladi. Bunda, ziyoratchilarga sanitar-gigienik shart- sharoitlarni belgilangan musulmonchilik talablari asosida ta’minlash, erkaklar va ayollar uchun tahoratxonalar, nogironligi mavjud insonlarga qulay xizmatlarni yaratish, musulmon ziyoratchilar uchun “halol” standartidagi ovqatlanish tizimini yaratishga e’tibor beriladi. 2018 yilda Malayziyaning MS 2610:2015 “Muslim friendly hospitality services. Requirements” standarti bo‘yicha mamlakatimizda “O‘z DSt:2018 Turizm xizmatlari. Musulmon mehmondo‘stligi. Talablar” standarti loyihasi ishlab chiqildi. Ilk bor “Halol” standarti joriy etildi. So‘nggi yillarda, mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish doirasida xalqaro ko‘lamdagi konferensiyalar o‘tkazilmoqda. Bundan ko‘zlangan asosiy maqsad – ziyorat turizmi borasidagi xalqaro tajribani o‘rganish, soha mutaxassislaridan mavjud muammolarni bartaraf etish, zaruriy chora-tadbirlarni amalga oshirish, zamonaviy omillarni inobatga olgan holda ushbu tarmoqni taraqqiy ettirishga doir taklif va tavsiyalarni o‘rganishdir. Bu borada, Samarqandda “Buyuk ipak yo‘li chorrahasida ziyorat turizmining renessansi” mavzusida xalqaro miqyosdagi konferensiya Konferensiya ishida Xitoy, Rossiya, Fransiya, Italiya, Janubiy Koreya, Turkiya, Bosniya va Gersegovina, Polsha, Qozog‘iston, Tojikiston, Qirg‘iziston va boshqa xorij mamlakatlaridan nufuzli olimlar va turizm sohasining etakchi mutaxassislari ishtirok etishdi. Ushbu anjuman davomida sohaning qonuniy va huquqiy tartibga solinishi, turagentlar va turoperatorlarning ziyoratgoh turizmini ommaviy targ‘ib qilish, diniy turizm bo‘yicha tajriba almashuv, innovatsion xizmatlar, dasturlar va kasbiy texnologiyalarni ishlab chiqish borasidagi masalalar qizg‘in muhokama qilindi.

O‘zbekistonda ziyorat turizmi yo‘nalishida xorijiy davlatlarda taraqqiy etgan smart-turizmni rivojlantirishga ham alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tomonidan sohaga xalqaro muzeylar katalogi nashri hamda eksponatlarning 3D- modellari tayyorlanmoqda [12] . Bu yo‘nalishdagi ishlar virtual sayohat, onlayn turizm imkoniyatlari doirasida amalga oshirilmoqda. Ziyorat turizmini rivojlantirishdagi zamonaviy omillardan yana biri bu mamlakatimiz bo‘ylab Turkiya va Janubiy Koreya tajribasidagi kichik hajmli mehmonxonalar – xostellarni qurish masalasidir. Sig‘imi 8-50 nomerli kichik mehmonxona va xostellarning qurilishi sayyohlar uchun nisbatan arzon va qulay turistik xizmatlarni yo‘lga qo‘yilishini anglatadi. Boshqa tomondan, ushbu ob’ektlar uchun katta er maydoni ham talab qilinmaydi. Bu borada, yurtimizda 350 dan ziyod kichik mehmonxona va xostellar qurilishiga doir amaliy ishlar[13] boshlangan. Ta’kidlash joizki, mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish, bu borada, xalqaro tajribaning ijobiy xususiyatlarini o‘zlashtirish, shuningdek, barqaror ko‘rsatkichlarni ta’minlash borasida amalga oshirilishi lozim bo‘lgan qator masalalar bor. Ushbu masalalarning samarali echimini ishlab chiqish hamda izchil tatbiq etish orqali mamlakatimizning ziyorat turizmi yo‘nalishidagi salohiyatidan to‘laqonli va

samarali foydalanishimiz mumkin.

Bu borada, samarali **amaliy takliflar**ga to‘xtaladigan bo‘lsak:

- eng avvalo, O‘zbekistonning e’tiborga molik, muqaddas qadamjo va ziyoratgohlarining to‘liq ro‘yxatini shakllantirish (elektron katalogini yaratish), hamda ularning tarixi, ma’naviy ahamiyati, bebaho merosini o‘zida to‘liq namoyon etuvchi milliy turistik veb-saytlar va mobil dasturlarni ishlab chiqish va ishga tushirish (1);

“onlayn turizm”, “virtual turizm” yo‘nalishida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda, sifatli va jozibador 3D formatdagi dasturlarni yaratish va joriy qilish (2);

- turizm yo‘nalishidagi tadbirkorlik sub’ektlariga soliq imtiyozlarini berish orqali ularning xizmat ko‘rsatish darajasini yuksaltirish (3);
- mehmonxonalarning sifat va xizmat ko‘rsatish darajasini ko‘tarish (4);
- dunyoda yuz berayotgan har qanday jarayonlarga mos ravishda “egiluvchan” turizm dasturlari zaxirasini yaratish va milliy iqtisodiyotga moslashtirish (5);
- ziyorat turizmi borasidagi milliy salohiyatimizni namoyon etuvchi targ‘ibot-tashviqot ishlariga bo‘lgan e’tiborni yanada kuchaytirish (6);
- xorijiy turistlar uchun turli imtiyozlar, chegirmalar hamda qulayliklarga ega “tur paketlar”ni ishlab chiqish (7);
- O‘zbekistonning diplomatik korpuslari, elchixonalarida mamlakatimiz turistik salohiyatini namoyon qiluvchi maxsus burchaklarni joriy qilish (8);
- mintaqaviy yo‘nalishda, xususan, tarixiy ildizimiz o‘zaro bog‘liq bo‘lgan Markaziy Osiyo davlatlari sayyohlariga e’tiborni kuchaytirish (9);

---

12 https://www.pv.uz/uz/newspapers/turizm-novyj-vitok-razvitija.

13 Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 24 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнесини жадал ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори // www.lex.uz.

- ziyorat turizmi yo‘nalishidagi rang-baranglik, har tomonlama qulay va foydali hisoblangan keng qamrovli dasturlarni ishlab chiqish (10) masalalariga alohida e’tibor qaratish zarur.

Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash joizki, O‘zbekistonda turizm sohasining istiqbolli yo‘nalishlaridan biri hisoblangan ziyorat turizmini rivojlantirish, bu borada, amalga oshirilayotgan islohotlar doirasida zamonaviy omillarni inobatga olish yuqori samaradorlikka erishishda, iqtisodiy ko‘rsatkichlarning o‘sishida hamda mamlakat iqtisodiy salohiyatining yuksalishida muhim o‘rin egallaydi. Ayniqsa, turizmning asosiy qon tomirlari hisoblangan hududiy aeroportlar, temir yo‘l vokzallari hamda viloyatlararo avtovokzallarda ziyoratchilar uchun barcha qulay sharoitlarni yaratish, turistik ob’ektlar haqidagi infokiosklarni o‘rnatish, muqaddas qadamjo va ziyoratgohlar haqidagi batafsil ma’lumotlarni qamrab olgan, har tomonlama qulay mobil ilovalarni yaratish, ziyorat turizmi istiqboli uchun tadbirkorlik sub’ektlariga muayyan soliq imtiyozlarini berish, shuningdek, dunyo iqtisodiyotini muayyan darajada tebratuvchi favqulodda vaziyatlarda

(masalan, hozirgi koronavirus pandemiyasi davri yoki pandemiyadan so‘nggi davrda) turizm sohasida “egiluvchan” chora-tadbirlarni joriy etish O‘zbekistonda ziyorat turizmini yanada rivojlantirishda muhim rol o‘ynaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. 2017-2021 yillarda O’zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo’nalishi bo’yicha Harakatlar strategiyasi. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoniga 1-ilova // “O’zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi”ning veb-sayti – www.lex.uz.
2. 2019-2025 yillarda O’zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish kontseptsiyasi. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 y. 5 yanvardagi PF-5611-son Farmoniga 1-ilova // www.lex.uz.
3. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining “O’zbekiston Respublikasida turizm xizmatlarini yanada diversifikatsiya qilish chora-tadbirlari to’g’risida”gi qarori loyihasi (ID-13662). 2020y. 13 fevral // https://regulation.gov.uz/uz/document/13662.
4. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018 yil 24 noyabrdagi “O’zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesini jadal rivojlantirishga doir qo’shimcha chora-tadbirlar to’g’risida”gi qarori // www.lex.uz.
5. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 25 fevraldagi 133-f-sonli Farmoyishi // www.lex.uz.
6. O’zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo’mitasi hisoboti. – 2020. – B. 1-3.
7. Turizmni rivojlantirish davlat qo’mitasi 2019 yilda sohani rivojlantirishga doir amalga oshirilgan ishlar bo’yicha hisobot berdi. 2020 y. 10 yanvarь // https://uzbektourism.uz/cyrl/newnews/view?id=964
8. VEF otsenil poteri mirovogo turizma ot koronavirusa v $1 trln. dollarov v 2020 godu. 23 marta 2020 g. // finmarket.ru.
9. Global Muslim Travel Index 2018 // By Mastercard-Crescentrating. GMTI. – 2018. – P.3.
10. Global Muslim Travel Index 2019 // By Mastercard-Crescentrating. GMTI. – 2019. – P.18.
11. Xudoyarov A. Specific organizational and economic aspects of the development of pilgrimage tourism in Uzbekistan // The Light of Islam, Vol. 2019. – Iss. 4. – Art. 39.
12. http//vavilon.ru/statistika-v-turizme/https://www.pv.uz/uz/newspapers/turizm-novyj-vitok-razvitija

UZBEK-CHINESE DIPLOMATIC RELATIONS AS THE BASIS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Nasirova Saodat Abdullayevna
PhD, assotiated professor Uzbekistan,
Tashkent State University of Oriental Studies
saodat888@mail.ru

Abstract. The article is devoted to analysis of some socio-political terms according to their etymological characteristics, the formation and development of terms in the era of the establishment of diplomacy in Ancient China, Amir Temur's diplomatic relations with the Chinese emperors in the XIV century, which showed a growing trend of interaction between the national and international target audience of China and Central Asia.
Key words and phrases*: lexical and semantic specificity, etymology, sociopolitical terms, genesis, diplomacy, communication.*

In Uzbekistan, sinology has a history of several thousand years, because since ancient times our homeland was an important economic, transport, communication, and logistics center that connects the East and West on the great silk road. China carries out mutually beneficial cooperation with other countries in the fields of culture, science, literature, art, etc., and ensures the development of interregional and Intercontinental trade and humanitarian relations.

Leading Uzbek, Chinese and other foreign scientists conduct systematic research on the study of multilateral Uzbek-Chinese relations in the field of history, linguistics, literature, source studies, archeology, Islamic studies and other fields.

A comprehensive study of the deep history of relations between Uzbekistan and China requires even more work, search and analysis of foreign sources. The potential of such research should meet international requirements, and the results achieved should be presented to the scientific communities of developed countries. One thing is certain – true international relations have a multi-thousand-year history. To explain this thesis, you can refer to the following aspects.

First, since ancient times, representatives of Central Asia have traveled to East Asian countries, including China, where they settled and engaged in trade, culture and science. In particular, there is written information about the important role of our compatriots in the development of astronomy, medicine, geography, law and public administration in China. For example, during 1984-2000, more than 120 thousand manuscripts on the history, language and literature, traditions, folklore, medicine and religion of the small peoples of China were found in China. Of these, 110000 and 5000 manuscripts were ordered and published, respectively [9,86]. These historical facts show the close relations of the peoples of Central Asia with ancient foreign countries, including China.

Secondly, even in the I – II centuries BC, our merchants and scientists regularly

visited China. This indicates that our compatriots have been familiar with the Chinese language since ancient times. Such connections existed long before the opening of the great silk road, according to some experts, for 20 thousand years BC.

Third, the bones of an ancient man who lived several thousand years ago and is now stored in the Amir Temur Museum, the mummy of a man found in the Takla-makan desert with a 5 thousand-year history, petroglyphs found on rocks in Uzbekistan depicting the process of hunting and work, ritual dances and travel, as well as other archaeological finds, which indicate a similar level of development of human society in Uzbekistan and China, close relations between the two regions, migration processes.

Fourth, in the I – III centuries, the great silk road became the main factor in establishing and developing closer international trade and other relations between the four great empires of the world at that time: in Europe – Rome, in the Middle and middle East – Parthia, in Central Asia and Afghanistan – the Kushan Empire and in the far East - the Han Empire.

Experts associate the opening of the great silk road with two trips of the Ambassador of the ruler of the Western Han, Zhang Qiang, to Fergana, Kanga, and UiSyun in 164-114 BC.[1,439] In 630 after his journey through Central Asia the Chinese traveler Xuanzang pointed out several developed cities in the region in his Chronicles. During the Tang dynasty (618-907). There were also close trade and cultural relations between the States of Central and East Asia. It should be noted that information relating to the end of the XI century and the beginning of the XI Century about the implementation of regular trade by Central Asian traders with the state of Genghis Khan has been preserved. For example, in 1215, Genghis Khan in Beijing received ambassadors under the leadership of Beh ad-din Razi, who came from the state of Khorezmshahs. In 1218, Genghis Khan's ambassadors returned to Mawarannahr. As indicated in historical sources, one of the ambassadors was from Khorezm, the second - from Bukhara, and the third -from Otrar [1,623]. According to V. Barthold, one of these ambassadors was a man named Mahmud from Khorezm, who was later appointed ruler (Governor) of Beijing [1,119]. Mahmud Yalavach died in 1254, when he was serving as the ruler of Beijing. Important information about Mahmud Yalavach was left by such Islamic historians as Juvaini, Wassaf, Rashid al-din, and in the Mongolian "Secret legend" (translated by Kafarov) is also told about him. About the confrontation between Mahmud Yalavach and Chigatay, the works of Rashid al-din "Chigatay Ministers" are given. The son of Mahmud Yalavach Masudbek ruled one of the most developed regions of Central Asia – the Zerafshan valley. Masudbek was buried in Maasudiye madrasah in Bukhara built by his command. His son, i.e. the grandson of Mahmud Yalavach in the XIV century was the ruler of Kashgar, where he built the same Maasudiye madrasah [1,147].

Fifth, there are so many written sources testifying to the migration of some of our compatriots from Central Asia to China, who settled there and held important

positions. For example, Liu Yingsheng pointed out that in 1263, about 3,000 Turkestan families lived permanently in Beijing [6,276]. It took more than a dozen years for them to settle in Beijing and get used to the local traditions, climate and conditions. A special judge (Kazi) was appointed to manage the Turkestan Diaspora, i.e. approximately 16 thousand people. Liu Yingsheng pointed out that the above-mentioned Mahmud Yalavach held a high position in Beijing. Turkestan liaspors also lived in other provinces of China. For example, during the yuan dynasty (1280-1367), Turkic Salars moved from Central Asia to Qinghai province. They live here to this day, have preserved their national traditions, economic way of life, and partially their language. According to data from 1997 about 105 thousand people of Salar nationality live in China [9,158]. In total, according to the population census conducted in 2000, China has a population of 1 billion 265.83 million (excluding Hong Kong, Taiwan and Macao). 91.59% of the Chinese population, i.e. 1 billion 159.4 million people are khans. The remaining 8.41%, i.e. 106.43 million of the population are 55 small nations.

For the total population the indigenous peoples are in the following order: Chuang, Manjur, Huei, Maochan, Uighurs, Tongjiang, Yiyang, Tibet, Buitan, Dunc, aotian, Koreans, BAM, Hani, Kazakhs, Liyang, let Sean, licuan, Galatian, Dongxiang, Lakhuti, Shui Wai, Nasi, Qiang, Tui, Mulautyan, Sibotyan, Kirghiz, Daur, Jinpotyan, Maonan, Salar, Bulan, Tajiks, Achan, Pumi, Evenki, Nusuan, Jing, Jinotyan, Dean, Baoan, Russian, Uyghur, Uzbeks, Manbai, Orochon, Dulun, Tatars, Hecheyar, Gaoshan and Lobai [9, 9-10]. According to this list, the largest of the small peoples is the Chuang, and the smallest is the Lobai.

China is the home to more than 17 million Muslims, including the Hui (Dungans, tungons), Uighurs, Kazakhs, Kirghiz, Tajiks, Tatars, Salars, Uzbeks, Dunsians, Baons, and others [2,47]. In terms of numbers among these peoples, the largest nation is the Hui. According to the population census conducted in 2000 in China, they are 9.8 million people. "The early Hui," Wang Tsan wrote, "are the descendants of Arab and Persian traders who traded with China in the seventh century. The main part of the Hui is made up of Muslim migrants from Central Asia. After they were assimilated into the khans, Uighurs, and Mongols, a new Hui nation emerged in China" [9, 114-115]. Our diplomatic, commercial, cultural and other relations with China developed especially during the period of Amir Temur's Empire. According to the decree of Tamerlane, 8 Embassy caravans were sent to China in 1387-1396 to develop diplomatic and trade relations with China, including:

- 1387 and 1389 under the leadership of Mawlyan Hafizi;
- 1388 caravan with the Ambassador Taj ad-Din;
- 1391, Ambassador Sohail was sent;
- 1392 Ambassador Nigmat ad-Din;
- 1393-1395 twice under the leadership of the Dervish Ambassador;
- 1396 under the leadership of Ambassador Alomat at-Din.

As it was written in the chronicle of the Ming dynasty (1368-1644),

Samarkand ambassadors and merchants who arrived at the court of the Chinese Emperor brought with them thoroughbred horses, camels, lions, leopards, silk, processed leather, fabrics, silver, gold and various products made of precious stones, including dishes, knives and other handicrafts.

In 1395, the Palace of Amir Temur hosted the first Ambassador of the Chinese Emperor Hun Lung in Central Asia, Bo An (An Zhitao), who was allowed to open the first Embassy in Samarkand. Together with the Ambassador, 1,500 merchants arrived from China. It took the Ambassador more than 10 years to circumvent the territories of Amir Temur's Empire. In 1397, the largest caravan arrived in Samarkand under the leadership of the Ambassador Cheng Deveng. Written information about Amir Temur's diplomatic relations with the Chinese emperors in the XIV century has been preserved to this day. In 1996, in Beijing, employees of the Embassy of Uzbekistan found several such written confirmations in the Chinese state archives. This information was translated from ancient Chinese with the participation of Professor Yasin Ashuri. A number of ancient manuscripts are currently stored in the Amir Temur Museum. Representatives of the next generation of the Timurid dynasty also continued relations with China. During the reign of the fourth son of Amir Temur, Abu Nasr Shahrukh Bahadir Sultan (1377-1447), the international authority of the Timurid Empire was strengthened. Shahrukh paid special attention to the development of interstate relations, including the exchange of ambassadors. Shahrukh Mirzo received ambassadors from the rulers of China, India, Egypt, the Middle East, Byzantium and European countries. Mirzo Shahrukh also sent ambassadors to these countries. As it is known from sources, during the era of Amir Temur and his descendants (XIV –XVII centuries), more than 107 ambassadors and trade caravans were sent to China from Turkestan, Khurasan, Shiraz, Herat, Isfahan, Tashkent and other centers [4, 50-59]. In historical sources of the Timurid era, there are diaries and memories of the journey of Giyasiddin Nakkash, who visited China in 1429-1422 [7,112-115]. Of course, this information is only a drop in the ocean, because in this area, especially great challenges are faced by source studies. For example, in 2009, our scientists Mashrabov Z., V. Rakhmanov, F. Saidamatov, Sh. Sotkinova visited India to explore the history of Zahiriddin Muhammad Babur and baburids, visited the tomb of Muhammad Haidar Mirzo – author of the encyclopedia "Tarihi Rashidi" Jahanname" and "Mahmudname" in the cemetery in the old part of Srinagar. On a tombstone erected by an English Explorer, the captain William Morecraft, they read the following words:

"Mirzo Haidar Kurgan Ibn Mirzo Muhammad Hussein Kurgan ibn Yunuskhan. The cousin of the ruler Babur, vizier of Abu Said – the son of Ahmadhan – the ruler of Yarkend and Mogolistan. A descendant of the khans of Tugluk Timurhan, Chigatay Ibn Genghis Khan. Mirzo was born in Uratyube, in 805 - the happy Hijra year. After many years, at the behest of Abu Saidhan, he returned to Yarkend, and after conquering Tibet with 4,000 cavalry, conquered Kashmir on 4 days of the Shaaban month. He returned the Kashmiri padishah Muhammad Shah to his throne and returned to Tibet to Sultan Saidhan.

Sultan Saidhan appointed Mirza the Governor of Lhas and died on his return to Yarkend" (*Muhammad Haidar Mirzo (1449-1500) was born in Tashkent in the family of Muhammad Hussein and khub Nigor Khanum. For three years, he was raised by Zahiriddin Muhammad Babur. From 1540 to 1551, he was appointed Governor of Kashgar. He is the commander who conquered Tibet and Kashgar (1445-1448)*) [5].

The first Ambassador of the Russian Tsar Fyodor Isaevich Baykov, who visited China in 1654 and talked about it with officials of the Qing Emperor, told about the relations of Amir Temur and the Timurids with the Chinese Empire: "as they say, our great-grandfathers came to China together with Timur, but there is no exact information about this, we can only talk about some letters" (*it should be noted that Irka Mulla (possibly Erkin) from Bukhara participated in the trip of Ambassador Boikov to Beijing and worked as a translator*) [8,14]. Sending the first Ambassador from Russia to China only in 1654, which are historical neighbors and have several thousand kilometers of common border, suggests a certain idea (China shares 3,605 km of border with Russia in the northeast and 40 km of border in the Northwest (3,645 km in total)). This fact clearly shows that the policy established by Amir Temur for the development of international relations has overtaken the international policy of other countries for three centuries. This alone confirms that our great ruler pursued a long-term and promising foreign policy. As the First President of the Republic of Uzbekistan Islam Karimov noted, "after the rule of the Timurids, i.e. in the period from the XVII to the XX century, Turkestan fell into decay.

We all know that the internecine wars of the three khanates led to disastrous consequences not only in terms of economic, financial and military components, but also in terms of social and spiritual development"[3, 50-51]. From the 19th century to the end of the 20th century, we know how "in the dark ages of our history, which lasted almost 150 years, our homeland, which surprised the world with its statehood, great figures, high culture and science, well-maintained cities and villages, suffered severe suffering" [3, 50-51].

During this period, the centuries-old ties that existed between Uzbekistan and China were interrupted. After gaining independence, or to be more precise, on January 2, 1992 in Tashkent, the Republic of Uzbekistan and the people's Republic of China established diplomatic relations. From a historical point of view, it is only a moment. However, if we take into account the pace of development of bilateral relations and their positive results, it would not be an exaggeration to say that a huge amount of work has been done, which is no less important than historical relations. For example, the volume of trade between the two countries increased 20 times in 2009 compared to 1994. In the aspect of developing equal and mutually beneficial relations with China, the study of the Chinese language and literature, its history and economy is of current scientific and practical importance. In our opinion, the main reasons for the above are the following.

First, China is a peace-loving state with broad economic opportunities that consistently pursues a policy of good-neighborliness. *Second*, China is the third

largest country in terms of land area after the Russian Federation and Canada. China is bordered to the North by the Russian Federation and Mongolia, to the North and West by Kazakhstan, Kyrgyzstan and Tajikistan, to the southwest by Afghanistan, to the East by the DPRK, to the South and southwest by Pakistan and India, and to the Southeast by Myanmar, Vietnam, Nepal, Bhutan and Laos. The total length of borders on land is 22,117 km. China shares Maritime borders with the Republic of Korea, Japan, the Philippines, Brunei, Malaysia and Indonesia.

Third, China ranks first in the world in terms of gold and foreign exchange reserves and annual exports, and second in terms of gross national product production. *Fourth*, China is a permanent member of the UN Security Council, a member of the organization for cooperation of Asia and the Pacific, The organization of South and East Asian countries in the 10+1 and 10+3 formats, and the founder of the Shanghai cooperation organization. Among the main factors of increasing China's authority in the world, we can name its accelerated development over the past quarter of a century, high achievements in science, economy, foreign trade, space and technology.

The prospects for relations between Uzbekistan and China assign young and talented researchers the task of conquering new scientific peaks in these areas.

REFERENCES:

1. Barthold V. V. Works on the history and Philology of the Turkic and Mongolian peoples. - Moscow: Vost. Lit.,2002.- p.623
2. China. “Xinxing”, Beijing. 1997. - p.47.
3. Karimov I. A. High spirituality is an invincible force. "Cultural-spiritual", 2008, p. 50-51.
4. Karimova N. the Relationship between the Timurids and China. “Sharqshunoslik”. T:, “Minho”, 1996, No. 7, p. 50 – 59.
5. Literature and art of Uzbekistan. 2010. 10.02. No. 8 (4043).
6. Liu Yingsheng. The power of Wenhua Tusayan Juan. Zhejang.1996.- p. 276.
7. National encyclopedia of Uzbekistan. T.: State scientific publishing house "national encyclopedia of Uzbekistan", 2005, p. 112-115.
8. Skachkov P. E. Essays on the history of Russian Sinology.. “Science”. Moscow: 1977.- p. 14.
9. Wang Can's. Nationalities Of China. China Intercontinental publishing house, Beijing. 2004. - p. 158.

ROVSHANAK – GO’ZALLIGI ILA G’ARBNI MAFTUN AYLAGAN YANA BIR SHARQ AYOLI

Nodira Akbaraliyevna Uktamova

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o’zbek tili va adabiyoti universiteti 3-kurs talabasi

Annotatsiya. *Ushbu maqolada uzoq tarixda yashagan, Buyuk Iskandarning suyukli rafiqasi, Amudaryoning tengi yo’q go’zali Rovshanak (Roksana)ning hayotiga doir bazi tarixiy faktlar keltiriladi.*

Sir emaski, sharq ayollarining o’ziga hos latofati-yu tarovati butun dunyo shu jumladan Ovropani ham necha asrlardan buyon rom etib kelmoqda. Ertaklar, afsona-yu dostonlarda bizning chiroyda tengi yo’q ayollarimiz o’zgacha e’tirof etiladi. Ushbu ijod namunalarida sharq malikalarining go’zalliklariga urg’u beribgina qolmay, balki ularning shijoati, matonati hamda tanti yuraklari ham havas bilan tilga olinadi. Buyuk To’maris avlodlaridan bo’lmish afsonaviy parivash Rovshanak ham bundan mustasno emas.

Rovshanak – G’arbda Roksana nomi bilan mashxur bu go’zalning ismi haqida bir qator tahminlar mavjud. Bazi manbalarda Roksana mahalliy Rovshanak ismining yunoncha tarjimasi deb beriladi va u “porlab turuvchi” yohud “yulduz” ma’nolarini anglatadi. Boshqa omillar esa, Oks – Amudaryoning qadimiy nomi bilan bog’lashadi. Buni Baqtriya daryoning o'rta va yuqori oqimi bo'ylab joylashganligi bilan izohlash mumkin. Agar ismni quyidagicha qismlarga ajratsak: “R-OKS-ANA” o’zagidagi “Oks” so’zi bu Vaxsh (Amudaryoning mahalliy nomi) so’zining yunoncha shaklidir. Bundan kelib chiqadiki, qizning ismi Vaxshona, yani “Vaxsh(Amudaryo) sohibasi” yoki “Amudaryo go’zali” bo’lishi ham mumkin.

Baqtriyalik bu go’zal qiz shimoliy Afg'oniston va O'zbekistonning janubiy viloyatlarida joylashgan So’g’diy oilasida tug’ilib voyaga yetadi. Miloddan avvalgi 327-yilda Aleksandr Makedonskiy (Iskandar Zulqarnayn) O’rta Osiyoga yurishlari davrida, 16 bahorni qarshilagan bu So’g’d go’zalining raqsiga maftun bo’lib uni sevib qoladi va tez orada ularning to’yi bo’lib o’tadi. Bazi tarixchilar Buyuk Iskandarning sevgi munosabatlari ko’pgina hukmdorlarga hos siyosiy bir o’yin yani Baqtriya mahalliy hukmdorlarini tinchlantirishga intilib, xalq mehrini qozonish niyatida tutilgan yo’l degan fikrlarni aytib o’tishgan bo’lsa-da, (bugungi kunga kelib ham, bu nikohning haqiqiy sevgi ustiga qurilganligi, yohud Iskandar ikki millat, grek va fors, o’rtasida madaniy va iqtisodiy aloqalarni yo’lga qo’yish maqsadida shunday siyosiy yo’l tutilganligi haqidagi farazlar tarixchi olimlar orasida uchrab turadi)Rovshanak(Roksana)ning haqiqatda go’za va maftunkor

bo’lganligini hamda Buyuk Iskandar hayotida faqat shu ayolga ko’ngil qo’yganligini tarixiy faktlar ko’rsatadi.

(Rotar *yun*. Roksana portreti)

“Tabiiyki, saroy a’yonlari orasida bu nikohga qarshi chiqqanlar ham bo’ldi,” deb yozadi Rim tarixchisi Ruf Kurtiy, “hatto ular: “Ulkan bir mamlakat Sohibi ko’ngilxushlik uchun olib kelingan qizga uylandi va bu nikohdan bizlarga buyruq beradigan voris tug’ildi” degan norozilik xissini ham bildirishadi.” Bu kabi noroziliklarga qaramay Roksana aleksandr bilan hamisha birga edi. Hattoki, harbiy yurishlar davrida ham undan ajramas, joiz bo’lganda unga ko’mak ham berar edi.

Eramizdan avvalgi 232-yilda, Hindiston o’lkasiga yurishlari davrida Iskandar IV – Iskandarning yagona qonuniy vorisi dunyoga keladi, amma baxtga qarshi bu

jangda Buyuk Iskandar vafot etadi. Tabiiyki, uning o’limidan so’ng rafiqasi Rovshanak va yolg’iz qonuniy zurriyodi, buyuk imperiya taxti davomchisi Aleksandr IV ning hayoti havf ostida qoladi. Yosh shahzodaning joniga qasd qilishlaridan havotirga tushgan ona o’g’lini olib, Makedoniyaga, Iskandarning onasi Olimpiyaning yoniga qochadi. Biroq, bu mamlakat ham havfdan holi emas edi. Iskandarning o’limidan habar topgan Kassandr o’zini Makedoniyaning imperatori deb e’lon qiladi va Olimpiani hamda u bilan birga, Rovshanak va o’g’li Iskandar IV ni Amfipolis qasrida tutqunlikda saqlaydi. Miloddan avvalgi tahminan 311-yilga kelib esa ularni qatl ettiradi. Taxt uchun

olib boriladigan qonli janglar barcha xon sulolalariga xos ananadir. Oddiy so'g'd go'zali Rovshanak ham ana shunday vaxshiy janglar qurboni bo'ldi.

Kassandrning johilligiga qaramay Iskandar oilasi shohona hurmat va ehtirom bilan munosib dafn etilgan. Buni Amfipolisdan topilgan sherlar va sfinkslar qoldiqlaridan anglash mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

- Kovalev S. I., Aleksandr Makedonskiy, L., 1937;
- Trever K., Aleksandr Makedonskiy v Sogde, "Vestnik istorii", 1947, № 5;
- Bertels Ye. E., Roman ob Aleksandre i yego glavnie versii na Vostoke, M.– L., 1948.
- https://uz.wikipedia.org/wiki/Aleksandr
- https://odam.uz/Qiziqarli/iskandar-buyuk-makedoniyalik-iskandar-haqida-qiziqarli-malumotlar-hayot-yoli-harbiy-yurishlari-va-sirli-olimi

"RUHLAR ISYONI" DOSTONINING LINGVOSTATISTIK TADQIQI

Nu'monova Dilafruz Mohirjon qizi
Namangan davlat universiteti Filologiya fakulteti
"O'zbek tili" yo'nalishi talabasi
@mdn0205(telegram)

Annotatsiya. Maqolada zamonaviy tilshunoslik sohalaridan biri lingvostatistika haqida so'z yuritilib, Erkin Vohidovning "Ruhlar isyoni" dostonining amaliy tahlili beriladi. Tahlil natijalari tilshunoslikning boshqa sohalariga ham tatbiq qilinishi kerakligi borasida takliflar beriladi.

Kalit so'zlar: *lingvistik material, lingvostatistik tadqiqot, statistik metod, so'zshakl, tovush, fonostatistika, leksostatistika, morfostatistika.*

Lingvistik material yuzasidan mukammal tadqiqotlar olib borishda lingvostatistik metod muhim hisoblanadi. Hozirgi zamon tilshunosligida til qonuniyatlarini yaxlit tizim sifatida tadqiq etish uchun lingvostatistik kuzatishlarga katta ehtiyoj sezilmoqda [3]. Amaliyotda mazkur usulni tatbiq etish uchun lingvistik kuzatishlar mobaynida aniq faktlarga tayaniladi [1], chunki matn o'z- o'zini tashkil etuvchi ochiq sistema sifatida hozirgi davrda mavjud bo'lgan leksik, Grammatik va fonetik axborotlarni statistik saqlash tizimi hisoblanadi.[4]
Asarlarni shoir shaxsiyati va milliy-madaniy ruhiyatga kuchli ta'sir etgan kontekst sifatida baholasak, ularning psixolingvistik, sotsiolingvistik tadqiqida
lingvostatistik tahlillar boshlang'ich manbalardan deb baholanadi. Erkin Vohidov "Ruhlar isyoni" dostonini lingvostatistik metod yordamida tahlil qilganimizda, asarda 5049 ta so'z va so'zshakllari, 31995 marotaba tovush qo'llangani ma'lum bo'ldi [2]. Biz o'z ilmiy izlanishlarimizdan olgan xulosaga

ko‘ra lingvistik materialni lingvostatistik jihatdan tadqiqni 3 bosqichga bo‘lib amalga oshirishni maqbul deb topdik:

1.Fonostatistik tahlil.

2.Leksostatistik tahlil.

3.Morfostatistik tahlil.

Fonetik birliklarning lingvostatistik tadqiqida tovushlarning absolut va nisbiy chastotasi muhim hisoblanadi. Fonostatistik tahlilda nisbiy chastotani hosil qilish uchun quyidagi formuladan foydalaniladi:

100 – (((A-M) / A) * 100)

Bunda A – aniq miqdorni ifodalovchi birliklarning chastotasi, M – mavhum, aniqlanayotgan miqdorni ifodalovchi birliklar chastotasi.

№	Tovushlar	Absolut chastota	Nisbiy chastota	№	Tovushlar	Absolut chastota	Nisbiy chastot
1	A	4315	13,4%	16	Q	693	2,16%
2	B	1294	4,1%	17	R	1989	6,21%
3	D	1728	5,4%	18	S	956	2,98%
4	E	210	0,67%	19	T	1153	3,6%
5	F	150	0,46%	20	U	1241	3,87%
6	G	1127	3,5%	21	V	216	0,67%
7	H	589	1,84%	22	X	145	0,45%
8	I	3460	10,8%	23	Y	944	2,95%
9	J	165	0,51%	24	Z	531	1,65%
10	K	939	2,93%	25	O‘	744	2,32%
11	L	1798	5,61%	26	G‘	127	0,39%
12	M	1403	4,38%	27	SH	650	2,03%
13	N	2141	6,69%	28	CH	300	0,93%
14	O	1975	6,17%	29	NG	346	1,08%
15	P	666	2,08%				

Yuqoridagi jadvaldan anglashiladiki, dostonda eng faol chastotaga ega unlilar: a, i, o tovushlaridir. Bularni qo‘shib absolut va nisbiy chastotani hisoblasak, quyidagicha ko‘rinish hosil bo‘ladi: Absolut chastota – 9750, nisbiy chastota – 30,4%. Demak, dostonda qo‘llangan tovushlarning 30,4%ini a, i, o tovushlari tashkil etib, doston matni orqali hissiy axborotni ifodalashga o’z hissasini qo’shgan. Dostonda faol chastotaga ega bo‘lgan undosh tovushlar: n, r, d lardir. Bularni qo‘shib absolut va nisbiy chastotani hisoblasak, quyidagicha ko‘rinish hosil bo‘ladi: absolut chastota – 5858, nisbiy chastota – 18,3%. Ya’ni dostonda qo‘llangan tovushlarning 18,3%ini n, r, d tovushlaridan tashkil topgan. Leksik birliklarni lingvostatistik tomondan tadqiq etishda asosan o‘z va o‘zlashgan qatlam, arxaizm, istorizmlar muhim hisoblanadi. Dostonda qo’llangan istorizmlarning absolut va nisbiy chastotasi nihoyatda past.: mos

ravishda 2 va 0,03% ni tashkil etadi. Morfologik birliklarni lingvostatistik tomondan tadqiq etishga morfostatistika deyiladi. Bu juda keng tushuncha bo'lib, ayrim qo'shimchalar, shakllar, yasalmalar ustida ham olib borilishi mumkin. Biz so'z turkumlari statistik tahlilini amalga oshirishda quyidagi formuladan foydalanamiz:

n * 100 / U

Bunda n – noma'lum miqdor, U – umumiy miqdor chastotasi.

№	so‘z turkumlari	absolut chastot	nisbiy chastota	№	so‘z turkumlari	absolut chastot	nisbiy chastot
1	Ot	2150	42,5%	7	Ko‘makchi	88	1,74%
2	Olmosh	546	10,8%	8	Bog‘lovchi	197	3,9%
3	Fe’l	1174	23,2%	9	Yuklama	116	2,29%
4	Ravish	103	2,04%	10	Modal	34	0,67%
5	Sifat	467	9,24%	11	Taqlid	1	0,01%
6	Son	87	1,72%	12	Undov	23	0,45%

Tahlil jarayonida shuni ko‘rishimiz mumkinki, eng yuqori chastotani ot so‘z turkumi tashkil qilyapti. Shu sababli ot so‘z turkumini maxsus statistik tahlildan o‘tkazib ko‘ramiz. Doston muqaddima va besh fasldan tashkil topgan. Dostonning muqaddima qismida 433 ta so‘z qo‘llangan. Bundan 167 tasi ot so‘z turkumiga tegishli ekanligi aniqlandi. Unga ko‘ra absolut chastota – 167, nisbiy chastota – 38,5% ni hosil qilgan. Bundan tashqari, muqaddimadagi ot turkumiga mansub so‘zlarni ham o‘z ichida guruhlarga bo‘lib o‘rgandik.

№	Ot so‘z turkumi	Absolut chastota	Nisbiy chastota
1	Narsa-buyum otlari	93	4,67 %
2	Shaxs otlari	21	1,05 %
3	Payt otlari	4	0,2 %
4	Aniq otlar	118	70,6 %
5	Mavhum otlar	49	29,3 %

Dostonning birinchi faslida 465 ta ot so‘z turkumiga oid birlik qo‘llangan. Unga ko‘ra absolut chastota – 465, nisbiy chastota – 23,3% ni hosil qilgan. Bundan tashqari, birinchi faslda qo‘llanga ot so‘z turkumlarini ham o‘z ichida guruhlarga bo‘lib o‘rgandik. Ma’lum bo‘lishicha, narsa-buyum otlari, shaxs otlari, payt otlari, o’rin-joy, faoliyat-jarayon otlari (turdosh otlar); agioantroponim, etnonim, agionim, gidronim, antroponim, toponimlar (atoqli otlar); aniq va mavhum otlar faol qo‘llangan.

№	Ot so‘z turkumi	Absolut chastota	Nisbiy chastota

1	narsa-buyum otlari	190	40,8 %
2	shaxs otlari	66	14,1 %
3	payt otlari	9	1,93 %
4	o‘rin-joy otlari	9	1,93 %
5	faoliyat-jarayon otlari	1	0,2 %
6	agioantroponim	5	1,07%
7	etnonim	4	0,86 %
8	agionim	1	0,2 %
9	gidronim	3	0,64 %
10	antroponim	9	1,93 %
11	toponim	3	0,64 %
12	aniq otlar	381	81, 9 %
13	mavhum otlar	84	18 %

Ikkinchi faslda esa bu ko‘rsatkich quyidagicha ko‘rinishda namoyon bo‘ladi: nisbiy chastota – 22,1%.

№	Ot so‘z turkumi	Absolut chastota	Nisbiy chastota
1	narsa-buyum otlari	203	46,1 %
2	shaxs otlari	86	19,5 %
3	payt otlari	6	1,3 %
4	o‘rin-joy otlari	10	2,2%
5	faoliyat-jarayon otlari	1	0,2 %
6	agioantroponim	2	0,45%
7	etnonim	17	3,86 %
8	agionim	6	1,3%
9	antroponim	9	2,4 %
10	toponim	2	0,45 %
11	aniq otlar	355	76,3 %
12	mavhum otlar	85	19,3 %

Uchinchi faslda esa bu ko‘rsatkich quyidagicha ko‘rinishda namoyon bo‘ladi: absolut chastota – 612, nisbiy chastota - 30,7 %.

№	Ot so‘z turkumi	Absolut chastota	Nisbiy chastota
1	narsa-buyum otlari	318	51,9 %
2	shaxs otlari	101	16,5 %
3	payt otlari	14	2,28 %
4	o‘rin-joy otlari	1	0,16 %
5	faoliyat-jarayon otlari	1	0,16 %
6	etnonim	3	0,49 %
7	agionim	6	0,98 %
8	gidronim	1	0,16 %
9	antroponim	37	6,04 %

10	toponim	6	0,98 %
11	aniq otlar	427	69,7%
12	mavhum otlar	185	30,2 %

To‘rtinchi faslda esa 170 ta absolut chastotag ega bo‘lgan ot so‘z turkumiga mansub so‘z qo‘llangan. Nisbiy chastotasi – 0,85%.

№	Ot so‘z turkumi	Absolut chastota	Nisbiy chastota
1	narsa-buyum otlari	48	7,8 %
2	shaxs otlari	14	8,23 %
3	payt otlari	1	0,5 %
4	o‘rin-joy otlari	1	0,5 %
5	agioantroponim	5	1,07 %
6	etnonim	1	0,5 %
7	agionim	3	1,76 %
8	antroponim	6	3,52 %
9	aniq otlar	90	52,9%
10	mavhum otlar	80	47,05 %

Beshinchi faslda esa 296 ta absolut chastotaga ega bo‘lgan ot so‘z turkumiga mansub so‘zlar qo‘llangan. Ularning nisbiy chastotasi – 14,8% ni tashkil etadi.

№	Ot so‘z turkumi	Absolut chastota	Nisbiy chastota
1	narsa-buyum otlari	130	43,9%
2	shaxs otlari	43	14,5 %
3	payt otlari	4	1,35 %
4	o‘rin-joy otlari	11	3,71 %
5	agioantroponim	1	0,3 %
6	agionim	10	3,37 %
7	antroponim	14	4,72 %
8	aniq otlar	222	75%
9	mavhum otlar	74	25%

Statistik hisob-kitobdan ma’lum bo‘lishicha (muqaddima bundan istisno), narsa-buyum otlari uchinchi faslda, shaxs otlari uchinchi faslda, payt otlari uchinchi faslda, o’rin-joy otlari beshinchi faslda, (turdosh otlar); agioantroponimlar birinchi faslda, etnonimlar ikkinchi faslda, agionimlar beshinchi faslda, gidronimlar birinchi faslda, antroponimlar uchinchi faslda, toponimlar uchinchi faslda (atoqli otlar); aniq otlar uchinchi faslda va mavhum otlar uchinchi faslda eng ko‘p qo‘llangan. Etnonimlarning 84 %ini hind etnonimi tashkil etgan. Antroponimlarning 46,6 %ini Nazrul antroponimi, 8 %ini Shohjahon antroponimi, 6,6 %ini Bobur antroponimi, 4 %ini Tokur antroponimi tashkil etgan. Toponimlarning 45,4 %ini Tojmahal toponimi tashkil etgan.

Dostonda 882 ta narsa-buyum otlari, 38 ta payt otlari, 3 ta faoliyat-jarayon otlari, 331 ta shaxs otlari, 39 ta o‘rin-joy otlari (turdosh otlar); 11 ta toponim, 75 ta antroponim, 4 ta gidronim, 24 ta agionim, 25 ta etnonim, 8 ta agioantroponim (atoqli otlar); 548 ta mavhum otlar va 1940 ta aniq otlar qo‘llangan. Biz tadqiq

etayotgan „Ruhlar isyoni“ dostonidagi A(1) so‘z F marta qo‘llangan. Mana shu A (1) so‘z dostondagi qo‘llanilish ehtimoli quyidagi formula yordamida aniqlanadi [7]:

P (A(1)) * (F/N*2)

Tadqiqotda doston matnida qo‘llanilgan so‘zlarning ishlatilish koeffitsientini topish masalasiga e’tibor qaratiladi va quyidagi formula yordamida amalga oshiriladi:

P(a) = m/n

Bunda P(a) – so‘zning ishlatilish ehtimoli koeffitsienti, m – tahlil etilayotgan elementning nomi, n – so‘zlikning umumiy sonini bildiradi [5]:

Tadqiqot natijasidagi lisoniy materiallarning tasdiqlashicha, qo‘llanish chastotasiga ko‘ra ushbu tahlilda mutlaq ustunlikni egallaydigan so‘zlar mavjud. Tahlillarga ko‘ra qo‘llanish chastotasi 100 dan yuqori bo‘lgan birliklar 2,8% ni tashkil etishi aniqlandi. 50 dan kam bo‘lgan birliklar esa 81,2% ni tashkil etishi aniqlandi.

So‘zlar	Absolut chastot	Turkum	So‘zlar	Absolut chastot	Turkum
tug‘moq	8	fe’l	Ozod	15	sifat
mudom	2	Ravish	bo‘lmoq	139	fe’l
qolmoq	35	fe’l	Nazrul Islom	23	ot
Nazrul	14	Ot	Bu	165	olmosh
quvonch	1	Ot	Kam	16	ravish
Dard	27	Ot	g’am	16	ot
Ziyoda	4	Ravish	ammo	32	bog‘lovchi
qochmoq	4	fe’l	Ham	81	yuklama
Tadbir	2	Ot	ko’p	20	ravish
Dunyo	39	Ot	Kim	40	olmosh
dildosh	4	Ot	bormoq	73	fe’l
Ulfat	4	Ot	U	1012	Olmosh
to‘kmoq	8	fe’l	yolg‘iz	3	sifat
Odam	37	Ot	odamizod	4	ot
Ruh	16	Ot	yashamoq	22	fe’l
Falak	7	Ot	Shoir	48	ot
Ezmoq	3	fe’l	istibdod	3	ot
Qon	17	Ot	sizmoq	15	fe’l
iste’dod	1	Ot	to‘lg‘oq	1	ot
Alam	13	Ot	tanho	6	sifat
Ingroq	1	Ot	xonish	1	ot
jahannam	1	Ot	Otash	3	ot
yonmoq	54	fe’l	abadiyat	1	Ot

aytmoq	28	fe’l	allazamon	1	olmosh
allaqaysi	1	Olmosh	ma’vo	2	ot
Roviy	1	Ot	Dil	58	ot
Tubi	2	Ko’makchi	cho‘kmoq	6	fe’l
Sokin	4	Sifat	Najot	4	ot
Tun	1	Ot	Uyqu	1	ot
so‘ramoq	11	fe’l	nikotin	1	ot
Tutun	1	Ot	o‘ramoq	6	fe’l
Zaxm	1	Ot	malham	1	ot
topmoq	11	fe’l	habib	3	ot
Tabib	1	Ot	aylamoq	4	fe’l
Safar	1	Ot	atamoq	13	fe’l
Raqib	1	Ot	Gar	23	
so‘nggi	2	Sifat	imkon	3	ot
Chora	3	Ot	etmoq	1	fe’l
to’la	7	Sifat	tashlamoq	10	fe’l
ketmoq	23	fe’l	Lek	17	
Olam	22	ot	Bir	105	son
Sira	3	Yuklama	Azob	10	ot
Hayot	21	Ot	Kun	34	ot
Va	165	Bog’lovchi	mashaqqat	1	Ot
Ichmoq	28	fe’l	Bilan	27	Bog’lovchi
Hech kim	14	olmosh	yurak	31	Ot
Xalos etmoq	1	fe’l	Bitta	4	Son
Arqon	1	ot	nuqta	1	Ot
qo‘ymoq	16	fe’l	o’q	20	Ot

chidamoq	1	fe’l	Jon	18	Ot
Sukut	1	Ot	falokat	3	Ot
karvon	1	ot	sahro	2	Ot
tasodif	2	Ot	o’t	58	Ot
Amr	1	ot	belbog‘	1	Ot
Quruq	1	Sifat	Suv	19	Ot
kezmoq	6	fe’l	dasht	1	Ot
Umid	4	Ot	nogoh	3	ravish
chashma	4	Ot	behol	1	Ravish
cho‘zmoq	1	fe’l	Tan	11	Ot
Birdan	1	Ravish	Sado	3	Ot
yo’l	19	Ot	Bas	11	Modal
bilmoq	31	fe’l	obihayot	2	Ot
Mayli	7	Modal	olmoq	175	fe’l
uchramoq	1	fe’l	poyon	1	ot
nogahon	1	ravish	barcha	6	Olmosh

Shu	41	Olmosh	omon	21	sifat
Osmoq	62	fe’l	ko‘za	2	Ot
suvdon	1	Ot	necha	10	Olmosh
bepoyon	1	Sifat	Tolmoq	9	fe’l
chiqmoq	11	fe’l	Lab	19	Ot
Uzmoq	46	fe’l	tashna	2	Sifat
To‘lqin	1	ot	Zilol	1	Ot
chiqmoq	72	fe’l	Yo‘lchi	4	Ot
Oddiy	3	Sifat	chekmoq	9	fe’l
To‘ymoq	7	fe’l	Men	45	Olmosh
davron	4	Ot	Dahr	2	Ot
Fikr	6	Ot	avval	3	Ravish
Demoq	18	fe’l	to‘lmoq	9	fe’l
Nari	3	ravish	Sehr	3	Ot
eshitmoq	4	fe’l	E	211	Undov
Yosh	18	Sifat	Nega	9	olmosh
Rahm	6	Ot	o‘lmoq	37	fe’l
Ming	20	Son	ichmoq	12	fe’l
Qum	2	Ot	Umr	21	Ot
Yer	69	Ot	dahshat	4	ot
boqmoq	5	fe’l	surmoq	15	fe’l
qilmoq	58	fe’l	ko’z	36	Ot
Yara	9	Ot	Nadir	4	Olmosh
tasavvur	2	Ot	o‘ltirmoq	5	fe’l
o‘ylamoq	2	fe’l	Ul	122	Olmosh
Sas	6	Ot	Voh	7	Undov
yotmoq	27	fe’l	la’nat	4	ot
Ey	12	Undov	o‘kinmoq	2	fe’l
Etmoq	21	fe’l	Yil	20	Ot
Shu	40	Olmosh	qiynoq	4	Ot
ko‘mmoq	40	fe’l	Yuz	4	Ot
Tiriklik	3	Ot	hayrat	3	Ot
Qabr	3	ot	Hol	18	Ot
ko‘ngil	5	Ot	izlamoq	3	fe’l
Tun	11	ot	zamin	3	Ot
yog‘moq	3	fe’l	Samo	3	Ot
ko’ks	2	Ot	Qasd	2	Ot
Ibtido	2	ot	inson	15	Ot
Armon	3	Ot	go‘dak	5	Ot
yo‘g‘rilmoq	2	fe’l	Gul	15	Ot
Yulduz	2	Ot	Yigit	4	Ot
Bosh	29	ot	shodlik	3	Ot
Asr	14	Ot	Balki	5	modal

so’ng	2	ravish	totmoq	2	fe’l
Faqat	16	yuklama	Biz	26	Olmosh
Rohat	2	Ot	anglamoq	7	fe’l
Zolim	4	Sifat	Qor	4	Ot
Egmoq	8	fe’l	chaqmoq	2	Ot
Naq	7	yuklama	oshkor	2	Sifat
Intiho	3	Ot	Sabr	3	Ot
Pok	4	sifat	Otli	2	Sifat
Qalb	9	Ot	Qora	6	Sifat
Ertak	3	Ot	yetmoq	26	fe’l
kelmoq	41	fe’l	Goh	19	Bog’lovchi
Ilhom	4	ot	zamon	9	Ot
bitmoq	13	fe’l	g‘azal	5	Ot
Devon	3	Ot	Gado	5	Sifat
Hindiston	5	ot	Yov	6	Ot
Hind	18	Ot	Na	134	Bog’lovchi
ko’cha	5	ot	bardosh	3	Ot
Deb	10		toshmoq	10	fe’l
Sir	8	Ot	o’y	30	Ot

Ne	28	Olmosh	Ortiq	3	sifat
to‘xtamoq	2	fe’l	Ayb	5	Ot
Har narsa	17	olmosh	Teng	2	Sifat
Iztirob	3	Ot	yurmoq	29	fe’l
Tirik	4	Sifat	she’r	24	Ot
El	34	Ot	Yurt	17	ot
Oq	82	sifat	Mast	3	Sifat
musulmon	20	Ot	Och	16	Sifat
Ganga	3	ot	Xalq	5	Ot
Ishq	6	Ot	Erk	19	Ot
Sen	46	Olmosh	Balo	3	Ot
Xaloyiq	2	Ot	banda	3	Ot
Yo	115	Bog’lovchi	mahshar	2	Ot
qismat	4	Ot	Sharq	3	ot
tilamoq	9	fe’l	bedor	3	Sifat
Ado	11	Sifat			

Tahlillardan ko‘rinadiki, bugungi kunda lingvostatistik jihatdan o’rganiladigan, tadqiq etiladigan noyob asarlarimiz bisyor. Lingvostatistik tahlil yordamida shoir nutqida faol qo‘llaniluvchi birliklar haqida talaygina ma’lumotga ega

bo‘lish mumkin. Olingan natijalar badiiy tahlil, psixolingvistika, matnshunoslik, lingvopoetika kabi sohalar rivojiga ham o’z hissasini qo’shadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Muhamedova S., Saparnizoyova M. Matn lingvistikasi. – Toshkent, 2011. – B. 85-86.
2. Vohidov E. Ruhlar isyoni. – Toshkent: Yosh kuch, 2019.
3. Бектаев К.Б., Пиотровский Р.Т. математические методы в языкознание. – Алма-Ата, 1973. – С. 53.
4. Пиотровский Р.Г. Информационное измерение печатного текста. Энтропия языка и статистика речи. –Минск, 1966. – С.5-86.
5. Ризаев С. Ўзбек тилшунослигида лингвостатистика муаммолари – Т.: Фан, 2006. – В. 167.
6. Ўринбоева Д.Б. Халқ оғзаки ижоди: жанрий-лисоний ва лингвостатистик тадқиқ муаммолари: филология бўйича фалсафа фанл. доктори диссертацияси автореф. – Самарқанд, 2019. –В. 19.
7. Фрумкина Р.М. Статические методы изучении лексики – М., 1977.

THE CONCEPTION AND MAIN PRINCIPLES OF CONTEMPORARY TOURISM

Nuradullayev Nurbek Zafar o’gli
Student of Double Degree Master’s Program
“Travel Management and Tourism Guidance”
Alisher Navo’I Tashkent State University of Uzbek

LANGUAGE AND LITERATURE& ANKARA HACI BAYRAM VELI UNIVERSITY

Absract. Tourism has become an important activity worldwide. In order to become a major social and economic force in the world, it has developed rapidly. In the context of globalization, the impact of tourism on the economic and social development of the country is enormous, ie business, trade and capital, jobs and entrepreneurship, heritage and culture, plays an important role in creating opportunities for the protection of values. Many people travel to explore new cultures and places, in which they achieve their goals because travel contributes to their personal development and social status. In this article, It is mentioned about the prospects and classification of tourism, which means that the above-

mentioned classifications should be given more attention by the state and responsible organizations.

Key words: *contemporary tourism, perspectives of tourism, local (regional) tourism, social tourism, sea tourism, alternative tourism (adventure tour),religious and pilgrimage tourism,rural tourism/agro tourism, business/congress tourism,culture tourism,health tourism,culinary (gastronomic)tourism*

The point of tourism and travel has increased immensely in the last decades, both in terms of more travelers and of a massive choice of products on the market place. From a historical point of view this can be explained by a number of reasons such as the growing affluence in society, vacations entitled by law, an increasing leisure time, new modes of communication, urbanization and a growing population. Travelling has turned into an important part in our lives, which leads to the interesting question of where this development may take us in the future. ***Tourism is*** *the sum of the phenomena and relationships arising from the interaction among tourists, business suppliers, host governments, host communities, origin government, universities, community colleges and non-governmental organisations, in the process of attracting, transporting, hosting and managing these tourists and other visitors.*

There are four *different perspectives of tourism. They are:*

1. The tourist. The tourist seeks various psychic and physical experiences and satisfactions. The nature of this will largely determine the destinations chosen and the activities enjoyed
2. The businesses providing tourist goods and services. Business people see tourism as an opportunity to make a profit by supplying the goods and services that the tourist market demands.
3. The government of the host community or area. Politicians view tourism as a wealth factor in the economy of their jurisdictions. Their perspective is related to the incomes their citizens and earnings from this business. Politicians also consider the foreign exchange receipts from international tourism as well as the tax receipts collected from tourist expenditures, either directly or indirectly.
4. The host community. Local people usually see tourism as a cultural and employment factor. Of importance to this group, for example, is the effect of the interaction between large numbers of international visitors and residents. This effect may be beneficial or harmful, or both.

Tourism, for several countries of the world, has turned into the biggest as well as the most important commodity means of global trade while for many others it is considered to be one of the high income generating segments among the top three profitable industry sectors around the world.

In a word, tourism stands for the combination of activities, services and industries that brings a travel experience, that is, transportation, accommodations, consumption and shops, recreational facilities and other services in which accessible for individuals or groups those are taking trips away from home.

Moreover, as recently practiced by tourism industry researchers, particularly focused on surveying visitors, it is suggested that approach to travel motivation should be propagandized. A good motivational profile of visitors should include defining how perfect the destination characteristic satisfies the needs of the travelers. The key to linking travel motivation studies to other tourism studies such as destination choice lies in analyzing the activities offered by the destination and the activities that fulfill the travelers' motives. Thus if visitors strongly motivated by the need to enhance their understanding of art. And history visit well-managed, quality cultural attractions, then satisfaction is likely. A mismatch can also occur, such as the assaulted by a tourism product that is set up for those seeking a „party lifestyle", that is, stimulation, excitement, and new relationships. Therefore, as long as tourism turns into an increasingly refined consumer industry, the importance of identifying the needs of travelers will take significance and the attraction of tourists will become a driving part of all tourism industries.

Today this tourism is defined as "Contemporary tourism" and this is determined by **Push- and Pull-Factors.**

Pull factors influencing a destination can be as follows: geographical proximity to markets, accessibility to markets**,** availability of attractions, cultural links, availability of services, affordability, peace and stability, positive market image and other factors. The following table depicts pull factors concerning tourist destinations.Push factors are the factors that drive tourists out the destinations that are unavailability of the mentioned services.

At present the most popular forms of tourism are classified into as follows and particularly travelers are enjoying particularly from these types of tourism which denotes that government and responsible organizations should draw more attention to these areas:

- **Local (regional) tourism-(**organized and individual ;no more than 3 overnight stays; destinations not far away from home ;it's a process of planning and development; the main aim is to integrate a local society
- **Social tourism-(**for those people, who don't have an opportunity to travel because of their bad material situation).
- **Sea tourism –**every activity connected with the sea.
- **Active tourism –** modern form of relax necessity of physical and psychological preparation: on foot (walkers),sea, skiing, cycling motorcycling, speleological (visiting caves).
- **Alternative tourism (adventure tour)-**„off the beaten tracks".
- **Religious and pilgrimage tourism-**the most important aims are religious aspects by visiting pilgrimage sites, objects and heritages in regions. In other terms, it is referred as "ziyorat" tourism and it is getting widely spread between Arabic countries and Uzbekistan.
- **Rural tourism /Agro tourism-**village life – help in seasonal works (for example harvest) and conducting village and ethnographic tours by the help of local people (showing traditional lifestyle, handicraft, master classes on preparing national dishes).
- **Business/congress tourism-**encouraging business circles from international business world and attracting more investment and investment projects to the country.
- **Culture tourism -**culture is a very important element of tourism in general; way of spreading out tourism, the most convenient way of spreading culture, way of living, traditions, customs among foreign visitors. (Asrlar Sadosi (Echo of centuries), Sharq taronalari (Melodies of the east), Silk and Spices, Boysun bahori (Boysun Spring) are the annual festivals celebrating folk traditions, crafts, national foods, music, held in different cities around Uzbekistan.
- **Health (salubrious) tourism -** active relax; sanatorium; clear air; contact with nature. For example, in Uzbekistan, new type of this tourism is developing by constructing more resort zones, sanatoriums, health centers like Akfa Medline Service clinic and other ones these days.
- **Culinary (gastronomic)tourism-** particularly attaching greater attention to culinary tourism type in Uzbekistan by conducting national food festivals, performances serves for enhancing tourism sector in the country (annual festival of Silk and Spices in Bukhara)
- **Stimulating tourism (incentive tours)-** self-financed; it makes relations in a firm/company much better; group tourism; it's a kind of prize for good work or incentive for a better work.

In the development of international as well as national tourism, the Ancient Silk Road plays a critical role which connected China and Europe and controlled trade

routes in ancient times. Nowadays, to return the status of the Silk Road again the World Tourism Organization (WTO) is playing a significant role. The WTO initiated a Silk Road program in 1991after new independent Central Asian countries appeared in the political map of the world. Therefore, Central Asian countries' contribution to the development of this project is an inevitable fact like in old days. The Silk Road Program involved the following member states: Albania, Armenia, Azerbaijan, Bulgaria, China, Croatia, DPR Korea, Southern Korea, Egypt, Georgia, Greece, Iran, Iraq, Israel, Italy, Japan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Mongolia, Pakistan, Russia, Saudi Arabia, Tajikistan, Syria, Turkey. To sum up briefly, tourism is the industry making jobs available and brings revenue, assists for a foreign exchange, increases opportunities for large and small scale business development. It also promotes the public, local, nationwide and financial and political relations globally.

REFERENCES:

1. Renata Grzywacz, Patrycja Żegleń. Principles of Tourism and Recreation.
2. UNWTO (2009). Definition of tourist and tourism. Retrieved from http://www.worldtourismorganisation.com

ЧЕТ ЭЛЛИК САФАРЛАР ВА САЁҲАТЛАРНИНГ МАДАНИЯТЛАРАРО МУЛОҚОТЛАРГА ТАЪСИРИ ҲУСУСИДА (МАРКАЗИЙ ОСИЁ ЖАДИДЛАРИ ИЖОДИ МИСОЛИДА)

Ражабов Ҳусниддин Чориёрович Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети мустақил изланувчиси
husniddin85@yandex.ru

Аннотация: Мақола Марказий Осиё жадидлари ижодида чет эл сафарлари ва саёҳатларнинг маданиятлараро мулоқотлар таъсирига бағишланган.

Таянч сўзлар: Марказий Осиё, маданиятлараро мулоқот, туризм, концепцияси, маданият, жадидчилик ҳаракати.

Мамлакатда туризмни миллий иқтисодиётни диверсификация қилиш, ҳудудларни жадал ривожлантириш, янги иш ўринларини яратиш, аҳолининг даромадлари ва турмуш даражасини ошириш, мамлакатнинг инвестициявий жозибадорлигини оширишни таъминловчи стратегик тармоқлардан бири сифатида ривожлантириш бўйича комплекс чора-тадбирлар босқичма-босқич амалга оширилмоқда.

Шу маънода XIX аср оҳири – XX аср бошлари Марказий Осиё зиёлилари чет эллик сафарлари ва саёҳатларининг маданиятлараро мулоқотларга таъсирини ўрганиш муҳим аҳамият касб этади.

Саёҳатнома маълум бир жанр, саёҳат таассуротлари ва тафсилотлари

тасвирига бағишланган асар. Саёҳатномаларнинг тарихий-бадиий қиймати муаллифнинг мақсади, услуби ва маҳоратига боғлиқ. Адабиёт тарихида саёҳат таассуротларининг насрий ва шеърий тасвиридан иборат ўнлаб асарлар мавжуд. Насрий саёҳатномаларда жой ва воқеаларнинг изчил тафсилоти етакчи ўрин тутса, шеърий саёҳатномаларда тасвир ихчам ва умумлашма характерда бўлади.

Исмоил Ғаспрали ижодида саёҳатнома жанрининг жуда нодир намуналари мавжуд. Улар бешта: "Туркия саёҳатлари", "Қафқаз- Озарбайжон саёҳатлари", "Туркистон саёҳатлари", "Русия-Пўлша саёҳатлари", "Миср ва Ҳиндистон саёҳатлари"[3].

Исмоил Ғаспралининг саёҳатномасини ўқирканмиз, ундан ибрат оламиз, мозийни кеча ва бугун билан солиштирамиз; энг муҳими, ўлкамизда 100–130 йил ичида кечган ўзгаришларни, умуман тараққиётга эришганимизни қиёсан англаб етамиз – бу каби саёҳатномаларнинг ижтимоий аҳамияти ҳам шундадир [3].

Таниқли жадидчи олим Бегали Қосимовнинг ёзишича, Русия Туркистонга келар экан, у билан бирга, табиийки, европача тартиблар ҳам (давлат юритиш, маориф тизими, ҳарбий ишлари, маданий-маиший қурилмалар, савдо-саноат каби) кириб келди. Хусусан, театр, матбуот, гимназия кабилар неча асрлардан буён турғунликда келаётган Туркистон халқида катта таассурот қолдирди. Рус маъмурияти маҳаллий зиёлилардан вакиллар танлаб, уларнинг Москва, Петербургга саёҳатини уюштирди. Бир қисмини зодагонларнинг ички ҳаётига олиб кирди. Турли-туман кўргазмалар уюштирди. Ва булар, табиийки, ўз самарасини берди. Адабиётда Русия мавзуи, рус илм-фани, маданияти-маорифи тарғиби пайдо бўлди [9].

Ўзбек маърифатпарвар адиблари ўзларининг саёҳат хотираларида жанрнинг қоидаларига тўлиқ амал қилдилар: китобхон учун қизиқарли бўлган этнографик материаллар, ўзлари бўлган ўлкалардаги таълим тизими, маданият, халқнинг турмуш тарзи, машгулотлари, ижтимоий-иқтисодий аҳволи ва хоказолар ҳақида ҳикоя қилдилар [11].

Маҳмудхўжа Беҳбудий ҳаж сафарида бўлган чоғида Арабистон, Миср, Туркияни кезиб чиққан (1899—1900). Саёҳат давомида янги мактаб (усули жадид) очиш истаги мустаҳкамланиб борди.

Беҳбудий 1914 йилда иккинчи марта араб мамлакатларига саёҳатга чиқади. Саёҳати давомида Россиянинг кўпгина шаҳарларида бўлади, ва июн бошида Туркия пойтахти Истанбулга келади. Ундан Аданага ўтиб, яна Истанбулга қайтади ва 20 июнда Исмоилбек Гаспринский билан учрашади. Сўнг Беҳбудий Қуддус, Байрут, Ёфа, Халил ар-Раҳмон, Порт-Саид, Шом шаҳарларида бўлади. Саёҳат хотиралари Самарқанд журналида чоп этилади. Муаллиф унда йўл таассуротларига, кишилар билан учрашувларининг ибратли томонларига кенг ўрин беради, шаҳарлар тарихи, обидалари, буюк зотлари ҳақида маълумотлар тўплайди, миллатлар, уларнинг урф-удумлари, турмуш маданияти билан қизиқади, дин, эътиқод масалаларига катта аҳамият беради[1].

Олмон олимаси Ингеборг Балдауфнинг «Маҳмудхўжа Беҳбудий

Фаластинда» мақоласида шундай фикр бор: «Беҳбудий ўқувчиларга Фаластинда яшовчи араб мусулмонларининг тақдирини намойиш этади»[5]. Ҳожи Муин 1922 йили «Туркистон» ва «Зарафшон» газеталарида эса шундай хулоса қилади: «Беҳбудий афанди керак матбуот воситаси билан в керак Туркистон ўлкасининг каттарак шаҳарларида килғон саёҳатлари билан халқимизга янги фикрлар берган ва шунинг билан ўзига анча мухлислар пайдо қилган эди [10].

Абдурауф Фитратнинг Марказий Русиянинг Москва, Петербург каби шаҳарларига ҳам саёҳат қилгани маълум. Бу сафар-саёҳатлар, мутахассисларнинг аниқлашларича, 1904-1907 йилларга тўғри келади. 1909 йилда ҳамшаҳарлари ака-ука Усмонхўжа ва Атохўжа Пўлатхўжаевлар ҳамда Мазҳар махзум Бурҳон махзум ўғли ва Муқимбек билан Истанбулга ўқишга кетади [7].

Фитратнинг ўзи бу даврларда Туркияда ўқиш билан бирга усмонли турк, форсий тилларида ҳам асарлар (“Мунозара”, “Сайёҳи ҳинди”, “Сайҳа” каби) ёзиб, уларни Истанбулда чоп эттиради. Бундан ташқари у бу ерда янги турк матбуоти саҳифаларида ҳам ўз мақолалари билан қатнашиб туради [8].

Фитрат ўз асарларида («Ҳинд сайёҳи баёноти», «Ҳиндистонда бир фаранги ила Бухороли бир мударриснинг бир неча масалалар ҳам усули жадида хусусида қилғон мунозараси») юртимизнинг XII аср бошидаги ҳолатини ажнабийлар кўзи билан баҳолади. Бу билан у XVIII аср Ғарбий Европа адиблари орасида кенг тарқалган асарларга яқинлашди [11].

Сўфизода, Ҳамза каби бир қанча туркистонлик зиёлилар саёҳат ва ўқиш мақсадларида хорижий Шарқнинг Арабистон, Ҳиндистон, Афғонистон мамлакатлари каби Туркияда ҳам бўлиб, у ерлардаги янги адабиёт ва матбуот ижодкорлари билан танишадилар. Турли матбуот ва нашриётларда ўз асарларини чоп эттирадилар.

Исҳоқхон Ибрат онасини Жидда шаҳрида дафн этиб, ҳаж амалларини бажаргач, Шарқ мамлакатлари бўйлаб саёҳатини давом эттирди, шу билан бирга, у Истанбул, София, Афина, Рим, Париж каби Европанинг марказий шаҳарларида бўлди. Анча вақт Арабистоннинг Жидда шаҳрида истиқомат қилди. Макка шаҳридан Қизил ва Арабистон денгизлари орқали Ҳиндистонга келди. 1892–1896 йилларда Ҳиндистоннинг энг катта порт шаҳарлари Бомбей ва кейинроқ Калькуттада яшади. Қарийб ўн йил давом этган саёҳат унинг янгича таълим-тарбия тизимига бўлган муносабатини мустаҳкамлади, янги куч-ғайрат ва эътиқод билан маърифатпарварлик фаолиятини йўлга қўйди. Саёҳат давомида йиққан катта материаллари асосида олти – арабча, форсча, ҳиндча, туркча, ўзбекча, русча тилларни ўз ичига олган “Луғати ситта ал-сина” (“Олти тилли луғат”) асарини яратди.

XX аср боши ўзбек маърифатчилари Муқимий, Фурқат анъаналарини давом эттирган ҳолда саёҳатнома жанрига алоҳида эътибор бердилар. Шарқ адабиётига хос шерий шаклдаги саёҳатнома ўрнини Европа адабиётига хос насрий саёҳат жанри эгаллади.

Ўзбек адибларининг саёҳатномаларида ҳам қаҳрамонлар у ёки бу масалалар бўйича очиқ бахс юритдилар. Ўзбек мумтоз адабиётида ўхшаши

бўлмаган, Европа адабиётидаги фалсафий диалог жанрига жуда яқин турган асарлар майдонга келди (масалан, А.Фитратнинг «Ҳиндистонда бир фаранги ила Бухороли бир мударриснинг бир неча масалалар ҳам усули жадида хусусида қилғон мунозараси» асари) [11].

Теҳрондаги Тиббиёт коллежи ва Швейцариядаги Берн университетининг тиббиёт факультетида таҳсил олган, 1902–1909 йилларда Европа ва Шарқ мамлакатларига уч марта саёҳат қилган бухоролик Сирож Ҳаким ҳақида тарих дарсликларида бирор маълумот учратиш қийин. Унинг 1909 йилда Бухорода Европача усулдаги шифохона очиб, уни хориждан келтирилган тиббий ускуналар билан жиҳозлагани ҳам тарих китобларининг бир четида қолиб кетмоқда [12].

Мирзо Сирожнинг кўп йиллик саёҳатлари натижасида яратган “Туҳфаи аҳли Бухоро” (“Бухоро аҳлига туҳфа”) асарида Усмонли турк султонлари, Эрон, Афғонистон, Ҳиндистон ва Европа мамлакатларидаги ижтимоий-сиёсий ва иқтисодий жараёнлар, маданий ҳаётни тасвирлади. Жумладан, ушбу асарда Туркия билан бўлган савдо ишларида қатнашган бухоролик ва қўқонлик бир қанча савдогарларни эслаб ўтган. У ўзининг кўп турк савдогарлари билан яқин муносабатда бўлганини ёзган. Асарда, шунингдек, Бухородаги маданий ҳаёт ва мадрасалар хусусида ҳам сўз боради [12].

1913—1914-йилларда Ҳамза чет элларда Афғонистон, Ҳиндистон, Сурия, Туркия мамлакатларида, Маккада саёҳатда бўлди, у мамлакатлар ҳаётида рўй бераётган ўзгаришлар билан танишди.

Абдулла Авлоний ўз саёҳатлари тўғрисида гапирар экан, «бир киши ўз шаҳридан чиқуб, ўзга бир вилоятга борса, ул ердаги инсонларнинг турмушидан, илм ва маърифатидан, ҳунар ва санъатидан, тил ва адабиётидан, қиёфат ва ҳайъатидан, шаън ва шавкатидан, ҳол ва қутидан, қадр ва қийматидан, савдо ва тижоратидан хабардор бўлуб, ўзига ва ўз миллатига фойдалик аллақанча ҳисса ва маълумотлар олади» [2], деб ёзади.

Абдулла Авлонийнинг 1919-20 йиллардаги Афғонистон сафарига доир «Афғон саёҳати» кундаликлари мамлакатимизнинг ён қўшнимиз билан ўзаро дўстлик, тотувлик алоқаларининг ўрнатилиши тарихини ўрганишда муҳим аҳамиятга эга [4].

Жадид етакчиларининг барча ўлкаларга сафар қилишидан иккита мақсади бўлган: биринчиси – янги усулдаги мактаблар очишни ташкил этиш, иккинчиси – ўз прогрессив ғоялари тарқалиши билан боғлиқ масалалар.

Туркистон зиёлилари Шарқ ва Ғарб мамлакатларига қилган саёҳатлари пайтида у ерлардаги ўзгаришларни кўрганлар ва бу улар фаолиятига таъсир кўрсатган. Миллий уйғониш (жадид) адабиётида кўтарилган муаммолар ва мавзуларни ўрганиб, улар билан XVIII аср Ғарбий Европа маърифатчилик адабиёти ўртасидаги муштаракликларни кузатиш мумкин. Бу адабиётлар ўртасидаги ўхшашликлар халқ орасида онг, билим, маънавият ва маърифатни тарғиб қилишда айниқса, яққол намоён бўлади.

Марказий Осиё жадидларининг саёҳат хотираларида асосан чет

мамлакатлар халқлари ҳаётидаги ижобий томонларини тасвирладилар, халқимизнинг маданий-маърифий савиясини ошириш учун ўзбек газетхонлари ва китобхонларини улардан ўрганишга, ибрат олишга ва янгиликларни ҳаётга тадбиқ қилишга чақирдилар ҳамда бу ишда ўзлари етакчи бўлдилар.

Ҳозирги давр адиблари ва публицистларининг турли мамлакатларга қилган сафарлари натижасида ҳам бир қатор насрий саёҳатномалар юзага келди. Улар услубида очерк ва публицистика учун характерли хусусиятлар кўпроқни ташкил этади.

Адабиётлар:

1. Қосимов Б. Маҳмудхўжа Беҳбудий (1875-1919) // «Ziyo.Uz» кутубхонаси – xttp://n.ziyouz.com.
2. Авлоний А. Ўз шаҳримга саёҳат // «Ziyo.Uz» кутубхонаси – xttp://n.ziyouz.com.
3. Тоҳир Қаҳҳор. Исмоил Ғаспрали ва унинг Туркистон саёҳатлари // Жаҳон адабиёти. – 2010. – №10.
4. Abdulla Avloniy. Tanlangan asarlar. 2 jildlik. – 2-jild: Pandlar, ibratlar, Hikoyatlar, nabiylar xayoti, dramalar, maqolalar, sayohat xotiralari. – Toshkent, «Ma’naviyat», 2006.
5. Ҳалим Саййид. Жадидчилик – янгича ҳаракат // Ўзбекистон адабиёти ва санъати. – 2004. – №33.
6. Улуғбек Долимов. Жаҳонгашта ижодкор // Жаҳон адабиёти. – 2015. – №10.
7. Бегали Қосимов. Абдурауф Фитрат (1886-1938) // «Ziyo.Uz» кутубхонаси – xttp://n.ziyouz.com.
8. Шерали Турдиев. Ҳаётбахш алоқалар (ўзбек ва турк адабий алоқаларининг ривожланиш тарихидан) // Жаҳон адабиёти. – 2011. – №1.
9. Бегали Қосимов. Хулоса // «Ziyo.Uz» кутубхонаси – xttp://n.ziyouz.com.
10. Бойбўта Дўстқораев, Нилуфар Намозова. Беҳбудийнинг муносиб шогирди // «Ziyo.Uz» кутубхонаси – xttp://n.ziyouz.com.
11. Nuriddinova D.K. Ғarbiy Yevropa adabiyotida “Sayoxatnoma” janrining ma’naviy-ma’rifiy xususiyatlari. – Namangan, 2014.
12. Алишер Эгамбердиев. Швейцарияда таҳсил олган бухоролик табибни биласизми? // Ўзбекистон Миллий ахборот агентлигининг веб- сайти – xttp://www.uza.uz

TA’LIMIY KORPUSNING TILNI LINGVISTIK MODELLASHTIRISHDAGI O‘RNI

Mahmud Rajabov, *Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o‘zbek tili va*

adabiyoti universiteti O‘zbek tili va adabiyotini o‘qitish fakulteti talabasi

Akramjon Zarifov, *Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o‘zbek tili va adabiyoti universiteti O‘zbek tili va adabiyotini o‘qitish fakulteti talabasi*

Annotatsiya: Maqolada o‘zbek tilining ta’limiy korpusi, uning o‘ziga xos xususiyati, ijtimoiy, leksikologik, ta’limiy va boshqa sohalardagi ahamiyati, korpus lingvistikasi tarixi, korpus turlari, ta’limiy korpusning lingvistik qimmatini o‘rganish, o‘zbek tili ta’limiy korpusini yaratishning lingvistik asoslarini ishlab chiqish masalalari haqida so‘z yuritiladi. Shuningdek, o‘zbek tilining ta’limiy korpuslarini yaratishning nazariy asoslarini ishlab chiqishga aloqador tavsiyalar, takliflar beriladi.

Kalit so‘zlar: ta’limiy korpus, elektron darslik, mobil ilova, multimedia mahsulotlari, avtomatik tarjima, kompyuter tahlili, tezaurus, elektron lug‘at.

Til milliy ma’naviyat, ma’rifat va madaniyatning ko‘zgusidir. Hadisi shariflarda “Kishining zeb-u ziynati, go‘zalligi uning tilidadir” deyiladi. Qadim-qadim zamonlardan beri har bir millat, har bir qavm o‘z tiliga buyuk hurmat bilan qaraydi. Zotan, til millat degan birlikning asosi. U bo‘lmasa, millat ham bo‘lmaydi. Tilning rasmiy maqomi millat yoki xalq uchun juda ulkan ijtimoiy-siyosiy, ma’naviy-ma’rifiy, tarixiy, huquqiy ahamiyatga molik masala. Chunki rasmiy til til sohiblarining milliy- ma’naviy yaxlitligini ta’minlovchi asosiy vosita hisoblanadi. Shu ma’noda milliy yaxlitlikka erishish, vatanparvarlik milliy tilga e’tibordan boshlanishi bejiz emas. Sir emaski, XXI asr boshlarida o‘zida millionlab so‘zlarni aks ettiruvchi yuzlab til korpuslar paydo bo‘ldi.
Korpus atamasiga quyidagicha ta’rif berish mumkin: Korpus bu — kompyuterning ma’lumotlar bazasida saqlanuvchi og‘zaki va yozma matnlar majmui. Korpus lingvistik analiz uchun katta hajmdagi matnlarning kompilyatsiyasi hisoblanadi. Korpus lingvistikasining nihoyasi Sun’iy intellekt texnologiyasida ifodasini topadi.

Sun’iy intellektning avtomatik tarjima, kompyuter tahlili, tahriri, tezaurus, elektron lug‘at singari imkoniyatlari kengaydi, ilmiy-nazariy asoslari yaratildi, amaliyotda qo‘llash mumkin bo‘lgan ilk namunalari qo‘llanila boshladi. Fandagi bu yangilanishlar axborot texnologiyalarini tilshunoslikka tatbiq etish bilan bog‘liq istiqbolli ilmiy yo‘nalishlar paydo bo‘lishiga yo‘l ochdi. Bu esa korpus, korpus lingvistikasi, uning shakllanishi, taraqqiyoti, bugungi holati va korpus tuzishning umumiy tamoyillarini o‘rganishning dolzarbligini belgilaydi. Jahon tilshunosligida kompyuter va korpus lingvistikasi muammolarini o‘rganish XX asrning 60-yillaridan boshlanib, bu sohada dastlabki ilmiy farazlar aytildi. “Ishonarli lingvistik ma’lumotlar katta massivli matnlar majmuasidangina olinishi

mumkin” degan qarash o‘tgan asrning 60-yillarida R.G.Piatrovskiy tomonidan aytilgan bo‘lsa-da, korpus sohasidagi maqsadli tadqiqotlar 40-yillarda Blumfild, Frays va Bondjerslar tomonidan boshlangan. Braun korpusi (1961–1964) tuzuvchilari Nilson Frensis va Genri Kuchera ilk marta korpus tuzish prinsiplarini ishlab chiqqan. Bu borada Ingliz tili banki (1980) loyihasi muallifi Jon Sinkler ishlari ham e’tiborga sazovor. Rus tilshunosligida V.P.Zaxarov, A.B.Kutuzov, Ye.V.Nedoshivina, V.V.Rikov, V.Plungyanlar korpus, uning turlari, o‘ziga xos xususiyati, korpusning ijtimoiy ahamiyati, korpus tuzish tamoyillari borasida tadqiqot olib borishgan. Mualliflik korpuslari O.V.Kukushkina, A.A.Polikarpov, Y.V.Surovsevalar tomonidan tadqiq etilgan. O‘zbek tilshunosligida kompyuter lingvistikasi, matnga leksikografik ishlov berish va lingvostatistik tahlil etish borasida birmuncha tadqiqotlar amalga oshirilgan. Ammo bu tadqiqotlar matnni innovatsion yondashuv – kompyuter lingvistikasi yutuqlari yordamida leksikografik va lingvostatistik tadqiq etishning zamonaviy usullarini tavsiya etganligi bilan dolzarblik kasb etgan bo‘lsa-da, ularning hech birida o‘zbek tili korpuslarini yaratish masalasi kun tartibiga qo‘yilgan emas. O‘zbek tili dunyoning ko‘plab mamlakatlarida, jumladan, AQShning Vashington, Kaliforniya universitetlarida, Germaniyaning Berlin Gumboldt universitetida, Turkiyaning Anqara universitetida, Xitoy, Janubiy Koreya, Yaponiya universitetlarida o‘qitilmoqda. Takomillashib borayotgan kompyuter lingvistikasi yo‘nalishida avtomatik tarjima sifatini yaxshilash, tilni lingvistik modellashtirish, har bir tilga oid so‘zlarni lemmalash nazariyasi, algoritmini yaratish hamda muayyan tilning ko‘p asrlik milliy-madaniy merosdan foydalanish imkonini oshirish maqsadida ularni elektronlashtirish jahon tilshunosligida dolzarb masalaga aylandi. Tilshunoslikda, xususan, kompyuter lingvistikasi sohasida korpus yaratish, mavjud korpuslar hajmini kengaytirish, matnni avtomatik qayta ishlaydigan dasturlarni ishlab chiqish kabilar yechimini kutayotgan muhim masalalardan biri bo‘lib turibdi. O‘zbek tilining ta’limiy korpusi, uning o‘ziga xos xususiyati, ijtimoiy, leksikologik, ta’limiy va boshqa sohalardagi ahamiyati, korpus lingvistikasi tarixi, korpus turlari, ta’limiy korpusining lingvistik qimmatini o‘rganish, o‘zbek tili ta’limiy korpusini yaratishning lingvistik asoslarini ishlab chiqishning asosiy mezonidir. Ta’limiy korpus — o‘zbek tilini davlat tili va ikkinchi til, shuningdek xorijiy til sifatida chuqurroq o‘rganish imkonini beradi. Ta’limiy korpusni tashkil etuvchi elektron kontent — audio, video, multimediya ilovalar, talaffuz va imlo qoidalarni o‘rgatuvchi dasturlar, elektron o‘quv lug‘atlari foydalanuvchilarga o‘zbek tilini mustaqil holatda ham qulay o‘rganishga sharoit yaratadi. Amaldagi o‘quv dasturlari mazmunidan farqli ravishda mazkur kompleks o‘zbek tilini notanish vaziyatlarda ham qo‘llay olish ko‘nikmalarini shakllantiradi. Undan o‘zbek tilini o‘rganishni boshlovchilar, o‘quvchilar, ota-onalar, o‘qituvchilar, talabalar keng jamoatchlik foydalanishi mumkin. Bu esa respublikamizning iqtisodiy o‘sishi va ijtimoiy rivojlanishini ta’minlaydigan ilmiy va texnologik zaxiralarni shakllantirishga xizmat qiladi. O‘zbek tilining ta’limiy korpusini yaratish xorijiy tajribalardan kelib chiqib, bosqichma-bosqich ma’lumotlar shakllantirilishiga qaratilgan va o‘zbek adabiy tilining bugungi so‘zligini qamrab

olgan elektron darslik, ko‘p tilli so‘zlashgichlar va o‘zbek tilining boshqa tillarda ekvivalenti bo‘lmagan, tarjima qilinmaydigan leksik birliklari

— milliy-madaniy so‘zlarning izohi berilgan glossariy, o‘zbekcha to‘g‘ri talaffuz ko‘nikmalarini shakllantirishga qaratilgan audio va videomateriallar hamda mobil ilova qamrab olingan multimedia mahsulotlari majmuasini yaratish ko‘zda tutilgan.

O‘zbek tilini o‘qitishda korpusga asoslangan ta’limda matn mazmuni va yuqorida nazarda tutilgan lingvistik aspektlar kompyuter instrumenti yordamida aniqlanadi. Bu haqida avvalgi bobda fikr yuritilgan edi. Korpus lingvistikasida so‘zlarning avtomatik chastotasi va ularning konkordansi tahlilini ta’lim texnologiyasining vositasi deb qaraladi. Konrad korpus lingvistikasini to‘rt qismga ajratadi:

1) korpus;
2) kompyuter yordamidagi analiz;
3) tildan foydalanishda modellarning empirik tahlil;
4) sifat va son jihatdan analiz qilish.

O‘zbek tilining ta’limiy korpusi axborot manbai sifatida quyidagi qulayliklarni yaratadi:

1) ta’limiy korpusda yaratilgan og‘zaki, yozma yodgorliklar, milliy, madaniy meros namunalari elektron ko‘rinishda Internet tarmog‘idan joy oladi;
2) o‘zbek tilining ta’limiy korpusi tabiiy (real) tilning elektron shakldagi, qidiruv dasturiga joylashtirilgan matnlar yig‘indisi; bir marta tuzilib, mukammal teglangan korpus lingvistik tadqiqotlar samaradorligini ta’minlashda barqaror lingvistik baza vazifasini bajaradi;
3) ta’limiy korpus elektron kutubxona, lug‘at, grammatikalar yaratishga asos bo‘ladi. U keng ko‘lamli bo‘lganligi uchun ma’lumotning o‘ziga xosligini kafolatlab, til hodisalarining barcha qirralarini to‘liq namoyish etishni ta’minlaydi;
4) turli ma’lumotlar tilning ta’limiy korpusida o‘zining tabiiy kontekstual shaklida joylashadi, bu esa ularni har tomonlama, chuqur, ob’ektiv o‘rganishga asos bo‘ladi;
5) ta’limiy korpus — tilni tadqiq etish (so‘zning o‘zgarishi, istorizm, neologizmlarning vujudga kelishi, ma’no kengayishi, torayishi, yangi frazeologizmlarning paydo bo‘lishini kuzatish), til o‘rganish, lug‘at tuzishda eng zamonaviy, keng imkoniyatli dasturlashtirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Блумфилд Л. Язик.-М.: Прогресс, 1968.608 с.; Fries Ch.C. The structure of English. An introduction to the construction of English sentences. – L.,1969.
2. Andrew Wilson, Dawn Archer, Paul Rayson Language and

computers studies in practical linguistics No 56/Corpus linguistics around the world New York, 2006.
3. В.П. Захаров, С.Ю. Богданова Корпусная лингвистика Учебник Санкт- Петербург 2013.
4. N.Abduraxmonova. Mashina tarjimasining lingvistik ta’minoti. – Toshkent: 2018.
5. Abdurakhmonova Nilufar, Urdishev Qobil. Corpus based teaching Uzbek as a foreign language// Journal of foreign language teaching and applied linguistics. 2019.
6. Bongers H. The history and principles of Vocabulary control. – Woerden: WOCOPI, 1947.
7. www.sal.tohoku.ac.jp/ling/corpus1/1early.html
8. http://corpus.leeds.ac.uk/tools/
9. http://tugantel.tatar/?lang=ru, http://www.badennet.org/

AQILLI SHAHARLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Raximova Nilufar Aminovna Samarqand davlat universiteti, o’qituvchi rahimova_nilufar@yahoo.com

Annotatsiya: Maqolada Aqlli shaharlar konsepsiyasining mohiyati va tamoyillari ko’rsatib berilgan. Shuningdek turizm industriyasining kelajakda aynan Smart Sitilar tomon yo’nalishi istiqbollari tahlil qilingan.

Kalit so’zlar. aqlli shahar, smart siti, quyosh energiyasi, IT texnologiya, ekologiya, yashil zona, qayta tiklanadigan energiya, aqlli sistemalar, aqlli turizm, innovatsiya.

Shahar rivojlanishini boshqarish bilan bog’liq "aqlli" kategoriya tavsifiga kelsak, "Smart City" ning mavjud ko’plab zamonaviy talqinlarining tahlili, innovatsion texnologiyalarni faol joriy etish orqali hayotning yuqori sifatini va iqtisodiy o’sishni ta’minlashga qaratilgan konsepsiya haqida gapirishga imkon beradi. Texnologiyalarni joriy etish va ulardan samarali foydalanish shaharlarning insonlarning yashashi va turistlar uchun jozibadorli oshishiga turtki bo’ladi, shu bilan birga xavfsizlik va atrof-muhit ekologik musaffoligi ham muhimdir.

So’nggi bir necha o’n yillikda dunyo shaharlari qiyofasi tubdan o’zgarmoqda. Butun dunyo bo’yicha aqlli shaharlar barpo etilish tepmi tezlashdi. Smart City (aqlli shahar) konsepsiyasi muhim ahamiyat kasb eta boshladi va butun dunyo bo’yicha bu konsepsiyaning amalda qo’llanishi yaqqol ko’zga ko’rina boshladi. Misol uchun Singapur, Dubay, Barselona, Chikago.[2]

Bugungi kunda shaharlarning urbanizatsiya sur’ati yuqoriligi aholi zichligining o’shishi va natijada insonlarning hayot sifati va farovonligining pasayishiga

olib kelishi mumkin. Bu muammoni yechishda “Smart City” (Aqlli shahar) konsepsiyasining elementlari butun dunyo bo’ylab amalda qo’llanilmoqda. Texnologiyalarni shaharsozlik jarayonida tezlik bilan qo’llash muhim rol o’ynay boshladi. Buning sababi, texnologiyaning ommabopligi atrof-muhitni odamlarning zararli ta’siridan (ya’ni, odamlar tomonidan ishlab chiqarilgan boshqa texnologiyalar) himoya qilishning muhimligi haqida tobora ko’proq xabardor bo’lish bilan bir vaqtda yuz berganligi bilan bog’liq.

Dastlab, atama faqat atrof-muhitga zararni kamaytirish maqsadida qo’llanilgan va amalda yashil texnologiyalar bilan sinonim edi. 2000-yillarning boshlarida asosiy e’tibor aqlli shahar ma’lumotlarni boshqaradigan va oxir-oqibat aholining hayot sifatini yaxshilaydigan IT-vositalariga qaratildi.

Har qanday aqlli shahar uchun quyidagi kabi komponentlar mavjud bo’lishi shart:

-Sensor va sensor tizimlar. Ularning yordami bilan aqlli shaharning raqamli ekotizimi foydalanuvchilar va turli xil shahar tizimlaridan ma’lumotlarni oladi.

- Raqamli platforma aqlli shaharning "yuragi" dir. Shahar infratuzilmasidagi turmush sharoitlari va barcha jarayonlarni tartibga soladi.
- Aholi va ijtimoiy institutlarning o’zi ham aqlli shaharning ajralmas qismidir.[7]

Aqlli shahar xususiyatlari:

1. *Aqlli iqtisodiyot*
   - Innovasiya, jumladan axborot-kommunikasiya texnologiyalarini rivojlantirish uchun qulay muhitni shakllantirish;
   - Onlayn mehmonxonalarni bron qilish tizimi yaratish.

2. *Aqlli boshqaruv*
   - Aholi va ijroiya hokimiyati vakillari o’rtasida aloqa tizimining uzluksiz ishlashi, shahar ma’muriyatining axborot shaffofligi;
   - Fuqarolarning shaharni boshqarishdagi faolligi;
   - Strategik rejalashtirish hujjatlarining dolzarbligi;
   - Shahar ma’muriyatining rasmiy saytlariga yuqori trafik.
3. *Aqlli moliya*
   - Bankomatlar mavjudligi;
   - Davlat savdolarining ochiqligi;
   - Bank o’tkazmasi orqali sayohat qilish uchun to’lov tizimi.
4. *Aqlli infratuzilma*
   - Taksi chaqirish va to’lash uchun Internet xizmatlarining to’g’ri ishlashi;
   - Internetda yo’l harakatini kuzatish imkoniyati;
   - Elektr transport vositalari uchun yoqilg’i quyish stansiyalari tarmog’ining mavjudligi;
   - Avtomobillarni almashish xizmati.
5. *Aqlli aholi*
   - Umumjahon Internet tarmog’idan foydalanuvchilar soni va faolligi;
   - Talabalarning elektron kartalaridan foydalanish;

• Mehnat bozori to’g’risidagi ma’lumotlarning mavjudligi.

6. *Aqlli muhit*

• Ishlab chiqilgan ekologik xavfsizlik monitoringi tizimi;

• Fuqarolar va ma’muriyatning ruxsatsiz chiqindixonalar oqibatlarini bartaraf etishdagi ishtiroki.

7. *Smart texnologiyalar*

• Bepul WI-FIga ulanish nuqtalarining mavjudligi, shu jumladan jamoat transportida;

• Mobil keng polosali tarmoqlarning ishlashi (5G tarmoqi ham) [4].

Bugungi kunda shaharlar global o’zgarishlarni boshdan kechirmoqda, rivojlanish ko’rsatkichlari esa aqlli tarmoqlarga asoslangan infratuzilmani yaratish va har doim taraqqiy etib borishni talab etmoqda.

Turizmning asosiy talabi dunyoning turli burchaklaridan tobora ko’proq sayyohlarni jalb qilish hisoblanadi. Aqlli turizm deganda, turizmni rivojlantirishning innovatsion vositalari va yondashuvlarini ishlab chiqish uchun aqlli shaharlarga o’xshash axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo’llash tushuniladi [5]. Aqlli turizm AKT, mobil aloqa, bulutli hisoblash, sun’iy intellekt va virtual haqiqat kabi asosiy texnologiyalarga tayanadi. Jismoniy infratuzilma, ijtimoiy bog’liqlik va tashkiliy manbalardan (ham davlat, ham nodavlat) va foydalanuvchilar tomonidan ilg’or texnologiyalar bilan birgalikda samaradorlik, barqarorlik va tajribani oshirish uchun olingan ma’lumotlarni to’plash va ulardan foydalanishni maqsadli yo’nalishda birlashtirilgan harakatlarni qo’llab-quvvatlaydi. Aqlli turizm uchun foydalaniladigan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari vositalariga IT, mobil aloqa, bulutli hisoblash va sun’iy intellekt kiradi. U turizmning jismoniy, axborot, ijtimoiy va tijorat infratuzilmasini aqlli turizm imkoniyatlarini ta’minlash uchun bunday vositalar bilan birlashtiradi. Aqlli turizmning tamoyillari turizm tajribasini oshirish, resurslarni boshqarish samaradorligini oshirish, barqaror jihatlarga urg’u berib, maqsadli raqobatbardoshlikni oshirishdan iborat [6]. Shuningdek, u sayyohlik resurslarini samarali taqsimlash va turizm ta’minotini mikro va makro darajada integrasiyalashuvi uchun qulayliklar yaxshi taqsimlanishini ta’minlash uchun ma’lumot to’plashi va tarqatishi kerak. Ular texnologik jihatdan rivojlangan yo’nalishlarda, masalan, aqlli shaharlarda samarali bo’lishlari kuzatilmoqda.

Aqlli shahar ko’chalar, binolar, transport va havodagi sharoitlarni to’plash va o’lchash uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanadi. Bu sensorlar va boshqa texnologiyalarni suv va trafikdan tortib to energiyadan foydalanishgacha bo’lgan har bir narsani kuzatib borish va to’plash uchun mo’ljallangan joyga borishni anglatadi. Keyin ma’lumotlar simli va simsiz ulanishlar orqali, hamma narsa bir-biriga ulangan hamma narsaning Interneti orqali ma’lum qilinadi. Keyin hukumat va biznesdagi qaror qabul qiluvchilarga yaxshiroq qaror qabul qilishga yordam berish uchun ma’lumotlar siqiladi yoki tahlil qilinadi.

Ushbu ro’yxatdagi hamma narsa tashrif buyuruvchilarga va turizmni rivojlantirishga foyda keltirishi mumkin, bunda makro va mikro darajada taklif qilinadigan narsaning sifati va barqarorligi yaxshilanadi. Aqlli shahar yondashuvi

shaharning har bir qismida ushbu yechimlarning har birini taqdim etishda eng yangi va eng katta texnologiyalardan foydalanadi. Mehmon, rezident, biznes egasi va investor uchun natija yanada toza va toza bo'lib, tashrif buyurish, yashash va biznes qilish uchun sog'lom va sifatli joy bo'ladi.

Ushbu yondoshuvning yana bir muhim jihati shundaki, maqsad aqlli shaharga yondashganda, ayniqsa sayohat va turizmda yangi biznes imkoniyatlari paydo bo'ladi. Mehmonxonalar, restoranlar, sayyohlik bilan bog'liq transport va diqqatga sazovor joylar hayotning sifatini oshirilgan maqsaddan foydalanadi. Tashrif buyuruvchilar yuqori sifatli, ba'zida juda ko'p bo'lgan joylarga kelishadi.

Smart City

texnologiyasi olomonni kuzatib borishga va yaxshiroq boshqarishga yordam beradi, ya'ni aviachiptalarni oldindan sotish, tashriflar vaqtini taqsimlash va hk.

Aqlli shaharda ishlatiladigan ko'plab texnologiyalar, masalan energiya, chiqindilar va suvni monitoring qilish va samaradorlikni oshirish, turizm sifati va sarf-xarajatlarni tejash nuqtai nazaridan ham foydalidir. Turizm sohasi, ayniqsa ko'plab mehmonxonalar va mehmonxonalar tarmog'i barqarorlik texnologiyasini qabul qilishda yaxshi rivojlanmoqda.

Har bir manzil, mehmonxona, turoperator yoki boshqa sayyohlik operatori hali ham barqarorlik choralari va texnologiyalarini qabul qilmagan. Rivojlanayotgan bozor yo'nalishlari uchun texnologiyalarni joriy qilish va joriy qilish xarajatlari dastlab to'xtatuvchi bo'lishi mumkin, ayniqsa ularning sayyohlik oqimi tabiiy yoki texnogen ofatlarga juda sezgir bo'lsa. Biroq, aqlli shahar harakati o'sgani sayin, sohaga texnologiyalarni o'zlashtirish yanada barqaror bo'lish osonlashadi.

Turizm va aqlli shahar texnologiyalari uchun boshqa o'sish sohasi - bu tashrif buyuruvchilarning tajribasini oshirish uchun ma'lumotlardan foydalanish, odamlarni yangi joylarga yanada qiziqarli usullar bilan bog'laydi. Ilovalar, istirohat bog'ida, muzeyda, asosiy ko'chada yoki shahardagi eng yaxshi savdo markazlari bo'ladimi, ko'proq ma'lumotlarga ega bo'lish orqali tashrif buyuruvchilarning tajribasini oshirish va yaxshilashga yordam beradigan aniq o'sish maydonidir. Masalan, London sayohatchilarga shahar bo'ylab xizmat va tadbirlarni topish va qidirishga yordam beradigan bir nechta smartfon ilovalarini taqdim etadi.

Shu sababli aqlli shahar atamasi kelajakda ko'proq ishlatilishi va aynan shunday shaharlarning barpo etilishining ko'payishi aniq.

Bugungi kunda dunyoda deyarli har bir qit'ada aqlli shaharlarning 165 ta loyihalari mavjud - Lotin Amerikasidan Okeaniyaga qadar bo'lgan hududlarda joylashgan. Albatta, ularning barchasi o'ziga xos xususiyatlari, raqamlash darajasi va yuqori texnologiyalarni joriy etish darajasi bilan ajralib turadi.

Xususan, San-Fransisko shahrining rahbariyati shahar atmosferasidagi chiqindi gazlarni kamaytirish maqsadida asosiy e'tiborni qayta tiklanadigan energiya manbalariga qaratmoqda va shahardagi elektr tarmog'ining 41 foizi aynan qayta tiklanadigan energiya manbaining hissasiga to'g'ri kelmoqda. Amsterdam hamda Tokiyo shaharlarining asosiy xususiyati, yashil zonalarning ko'pligi va elektr manbasi sifatida asosan quyosh energiyasidan foydalanishlaridir. Xitoyning Sintszyan shahrida aholining qulayligi va xavfsizligi uchun xizmat

qiluvchi ijtimoiy soha infratuzilmasi eng so'nggi IT bilan jihozlangan. Stokgolm shahri rahbariyati aholiga ekologik kamzarar texnologiyalarni qo'llashlarini rag'batlantirish maqsadida soliq imtiyozlarini joriy etishgan [3].

Aqlli shaharlarning top o'ntaligi

1-	Shahar nomi	Mamlakat
1	Vena	Avstriya
2	Melbrun	Avstraliya
3	Sidney	Avstraliya
4	Osaka	Yaponiya
5	Kalgari	Kanada
6	Vankuver	Kanada
7	Toronto	Kanada
8	Tokio	Yaponiya
9	Kopengagen	Daniya
10	Adelaida	Avstraliya

Jadval " The economist Intelligence Unit" ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan BMTning Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) bergan ma'lumotlariga qaraganda 2019 yilda Avstriyaga 30.8 million, Yaponiyaga 31.2 million, Ispaniyaga 82.8 million, Kanada 22.1 million, Avstraliya 9.1 million sayyoh tashrish buyurishgan [8]. Top 10 ta eng ko'p sayyoh keladigan mamalakatlar birinchiligi ko'p yillardan beri Fransiya, Italiya va Ispaniya kabi tarixiy obidalari ko'p va iqlimi subtropik mamlakatlar tomonidan egallab kelinayotganligiga qaramasdan, so'nggi yillarda turistlarning ko'proq aynan Smart Sitilarga qiziqishlari tobora ortmoqda. Buning asosiy sababi albatta, hukumatlar tomonidan Aqlli shaharlarda yaratilgan qulayliklar hisoblanadi. Misol uchun, Avstriyaning Vena shahri yashash uchun eng qulay aqlli shahar deb tan olingan bo'lib, buning asosida hukumat tomonidan innovasion texnologiyalarning qo'llanilishi va ekologiyaga katta e'tibor berilishidir. 2020 yilda kelib Vena shahri Smart Turist City ga aylanishi mumkin, bu uchun mamlakat hukumati turistlar uchun zarur qulayliklarni yaratish ustida tadqiqot olib borishmoqda.

Yaqin kelajakda aqlli shaharda va aqlli turizm tushunchalarining mashhur bo'lishi shubhasiz - bu mamlakatlarda sayyohlarni jalb qilishning innovasion vositasiga aylanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Друкер П. Практика менежмента. Вильямс. 2003. 398 с.
2. Суховская Дарья Николаевна, Шульгин Никита Андреевич. Анализ структуры концепции «УМНОГО ГОРОДА». E-SCIO.RU. Научный электронный журнал. [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://e-

scio.ru/?p=8185
3. Умный город – основной принцип и технологические задачи. Статья опубликована Intelvision. https://www.intelvision.ru/blog/what-is-smartcity
4. Jonathan Woetzel, Jaana Remes, Brodie Boland, Katrina Lv, Suveer Sinha, Gernot Strube, John Means, Jonathan Law, Andres Cadena, and Valerie von der Tann. Smart cities: Digital solution for a more livable future. 2018. https://www.mckinsey.com/industries/capital-projects-and-infrastructure/our-insights/smart-cities-digital-solutions-for-a-more- livable-future
5. The 10 Smartest Cities In Europe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https:// www.fastcompany. com/3024721/ the-10- smartest-cities- in-europe.
6. Ulrike Gretzel, & Marianna Sigala, Zheng Xiang, Chulmo Koo. Smart tourism: foundations and developments [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs12525-015-0196-8.pdf
7. Elsa Estevez, Nuno Vasco Lopes, Tomasz Janowski.Smart Sustainable Cities. United Nations University. IDRC.Canada. 2018. P. 330. https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview
8. World Tourism organization. International Tourism Highlights. Annual report 2019. P. 24. Madrid. Spain. https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019. https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview

INGLIZ VA O'ZBEK TILIDAGI OILA VA HAYOTGA OID MAQOLLARNING TARJIMADAGI LINGVOMADANIY HUSUSIYATLARI

Raxmatullayeva Dilrabo Alimjanovna
O`zbekiston Davlat Jahon Tillari Universiteti
dilyahanim707@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada ingliz va o'zbek tillaridagi oila va hayot mavzusiga oid bo'lgan ayrim maqollarning struktural, semantik xususiyatlari va shu turdagi maqollarni bir tildan ikkinchi tilga tarjima qilish muammolari muhokama qilingan. Maqola muallifi maqollarni tarjima qilishda e'tibor qaratish lozim bo'lgan jihatlarni tadqiq qiladi va bu jarayonda asqotishi mumkin bo'lgan bir qancha tarjima usullarini ko'rib chiqadi. Shuningdek maqolada maqol tarjimasida qo'llaniluchi tarjima usullarining qaysi turdagi maqollar tarjimasi samarali bo'lishi masalasi ham til materiallari yordamida ochib berilgan.

Kalit so'zlar: *maqol, matal, tarjima usullari, bir ekvivalentli tarjima, tanlab olinadigan tarjima, erkin tarjima, tasviriy tarjima.*

Maqollarning kishilar hayotida tutgan o'rni kattadir. Ular kishilar ongini o'stiradi, ularni to'g'ri, rostgo'y, mehnatsevar mard-jasur, sabotli va matonatli bo'lishga undaydi. Kishilardagi eng yaxshi insoniy fazilatlarni targ'ib etadi.
Millatlar va xalqlarning tarixi turlichadir. Shu bilan birga ularning adabiyotining shakllanishi ham, mavzulari ham o'ziga xos rang-barangdir [2, 27]. Shunday ekan, maqollar va matallarning semantik xususiyatlarini o'rganish dolzarb hisoblanadi.
Bir tildagi badiiy matnni ikkinchi tildagi badiiy matnga aylantirish, o'girish (transformatsiya qilish), tarjima qilish matn kategoriyasini tashkil etuvchi elementlarni iloji boricha to'laroq saqlashni nazarda tutadi. Bunda mazmun birinchi va eng muhim o'rinni egallashi lozim. Tarjima jarayonida badiiy matn tarjima tilida xorijiy uslubiy an'analarni emas, tarjima tili uslubiy an'analariga amal qilishni taqozo etadi. Agar badiiy asar matni nasriy bo'lsa, tarjimada u ham nasriy bo'lishi lozim, biroq tarjima tili nasriy matni asliyat tili uslubiy xususiyatlari hisobiga qurbon bo'lmasligi lozim. Millat ruhiyatini aks ettiruvchi maqollar tarjimasi esa tarjimondan yanada e'tiborli bo'lishni talab etadi, zero bu jarayonda nafaqat til materiali, balki shu millat madaniyati, yashash tarzi va boshqa xususiyatlari ham muhim hisoblanadi [3, 253].
Ingliz va o'zbek maqollari strukturaviy jihatdan ham semantik jihatdan ham bir-biridan keskin farq qiladi. Tuzilishi jihatidan ingliz maqollari har xil ko'rinishga ega; ba'zilari o'ta sodda ko'rinishni hosil qilsa, ba'zilari o'ta murakkab strukturaga ega. Biz quyida ingliz tilidagi oila va hayotga oid bir qancha maqol va matallarni tuzilishi, semantik jihatdan va ularning o'zbek tiliga tarjimasi masalalarini ko'rib chiqamiz.
"Out of the mouths of babies and sucklings", o'zbekcha varianti *"Bolali uyda sir yotmas", "Bolasiz uyda kir turmaydi", "Bolalik uyda o'g'rilik yotmas";* bu maqollar yordamida bola oldida yoxud bolaga oiladan tashqariga chiqmaslik lozim bo'lgan sirli gaplarni gapirmaslik kerak ekanligi ta'kidlanmoqda. Chunki, bola buning farqiga bormay, har bir yerda va har bir kishiga aytib, oshkor qilib qo'yishi turgan gap" – deyilmoqchi.
"The more women look in their glass, the less they look their house". By maqol tuzilishiga ko'ra qo'shma gap bo'ladi. Bu maqolning o'zbekcha variantlari – *"Ayol husni pardozda emas", "Pardozchini uyda ko'r, xotiningni to'yda ko'r".* Bu bilan ko'cha ko'yda, ziyofatu-to'yda yasanib-tusanib, pardoz- andoz qilib yurgan xotin-qizlarni ko'rib, *"Oh, qanday go'zal, qanday ko'rkam, qanday chiroyli ekan-a!"* deb, o'z xotiningdan ko'ngling sovib yurmasin. O'sha "pardozchi"larni ham o'z uyida ko'rgin, bilasan aslida qanday ekanini! O'z xotining ham uy kiyimida, pardoz-andoz qilmay yurganda senga ko'rimsiz bo'lib ko'rinadi. Ammo uni ham kiyinib-taranib to'yga borganini ko'rsang, bilasan qanday go'zalligini degan ma'noda xotinini qadrlash, izzat-hurmat qilishga da'vat etadilar. *"Pardozni pardoz buzar" degan maqol ham bor-ki, bu bilan:*

“Pardoz haddan tashqari bo’lsa, kishining asl husnini qaytaga buzib qo’yadi” – deyilmoqchi.

“A good husband makes a good wife”. Bu maqol tuzilishiga ko’ra sodda yoyiq gap usulidir. Maqolning o’zbekcha varianti turlichadir. *“Er yaxshi – xotin yaxshi”, “Xotining yomon bo’lsa ayb o’zingda”*. O’zing beg’am, beparvo bo’lsang, uy ro’zg’or ishlariga qarashmasang, dangasalik qilsang, qo’rs va badfe’l bo’lsang, o’z maishatingni o’ylasang hayoting ham, xotining ham yaxshi bo’lmaydi, degan ma’noni chiqarish mumkin. Bu maqol ham tuzilishiga ko’ra murakkab qo’shma gapdir. O’zbek tilidagi varianti *“Har kimniki o’ziga, oy ko’rinar ko’ziga”*. Har kimning o’z bolasi o’z ko’ziga oydek ravshan ko’rinadi, ya’ni bolasi yaxshimi, yomonmi, xushro’ymi, xunukmi, aqllimi, telbami – uni sevadi, ardoqlaydi, o’zgalar bolasidan ortiq ko’radi, degan ma’noda aytiladigan bu maqolning yana boshqa quyidagi variantlari mavjud: *“Har kimning eshagi o’ziga ot ko’rinar”, “Har kimning ulog’i, o’ziga taka bo’lib ko’rinar”, “Qarg’a bolasini oppog’im der, kirpi bolasin yumshog’im der”, “It bolasini qoplonim der”, “Har qush o’z ovozidan xushlanadi”, Hech kim o’z ayronini achchiq demas”* kabi.

Maqollarni tarjima qilishning quyidagi usullari mavjud [1, 320]:

1) Bir ekvivalentli tarjima.

a) Mutloq bir ekvivalentli.

Mutloq bir ekvivalentli maqollar sanoqligina uchraydi. Bunday holatlarda mavjud turli tillarda maqollar odatda boshqa tildan qabul qilingan yoki adabiy xarakterga ega.

“Habit is second nature” – “Odat – bu ikkinchi tabiatdir”;

“A good name is better than riches” – “Yaxshi ism oltindan afzal”; “Time is money” – “Vaqt – puldir”.

Oila va hayotga doir ingliz maqollaridan bu turdagi maqollar deyarli uchramaydi.

b) Nisbiy bir ekvivalentli.

1. Qisman tasvirlikda tafovut.

English: “*A good husband makes a good wife”.*

O’zbek: *“Yaxshi er – yaxshi xotin yaratadi”.*

2) Tub ma’noli farqi bilan.

Yuqoridagi guruhdan farqli o’laroq, bir ma’noli maqollarning tub ma’noli maqollardan farqi, ular o’z ichiga ko’p maqol guruhlarini olishi bilan izohlanadi.

“Every family has a black sheep”. Tarjima: *“Guruch kurmaksiz bo’lmaydi”.*

3) Sonda va so’z tartibidagi farq.

“Like mother, like daughter”. Tarjima: “Onasini ko’rib qizini ol”.

4) Tanlab olinadigan tarjima.

O’zbek tilidagi ba’zi maqollar sinonimlarga boy, ularni ingliz tilidan o’zbek tiliga tarjima qilishda bir muncha qiyinchiliklar tug’iladi.

“Marry your daughter sometimes last they marry themselves”.

1) qiz – quvnoq;

2) qizning boshi – palaxmon toshi.

Yana bir maqol *“Onasini ko’rib qizini ol”* maqolining ingliz tilida quyidagi ekvivalentlari mavjud:

“A tree is known by its fruit”; “As the tree so the fruit”; “Like father like son”; “Like mother like daughter”; “Like begets like”.

5) Maqollarning erkin tarjimasi.

Bunday maqollarda, ya’ni ingliz maqollarining o’zbek tilidagi ekvivalenti yoki o’zbek tilidagi maqollarning milliy ruhda birikmayotgani yaqqol bilinsa, yoki ingliz tilidagi maqol stilistik munosabatda bo’lsa, taqlid qilib so’z yasash yoki ingliz maqolini tarjima orqali yoritamiz.

a) Ingliz tilidagi maqollarga taqlid qilinib so’z yasalishi.

Ingliz tilidagi: “Sons are anchors of mothers life” “Accidents will happen in the best regulated families”. Ushbu maqollarning o’zbekcha ekvivalenti yo’q; ularning tarjimasini so’zma-so’z berish mumkin:

“O’g’illar – ona hayotining langaridir”;

“Yaxshi oilalarda ham noxushliklar bo’lib turadi”; “Boylar ham yig’laydilar”.

Yuqorida aytib o’tkanimizdek, so’zma-so’z tarjima qilinayotganida, albatta, ingliz maqoli hakida gap ketayotganligini ta’kidlab o’tish lozim.

b) Tasviriy tarjima.

Shunday maqollar bor-ki, ularni so’zma-so’z tarjima qilib bo’lmaydi. Bu turdagi maqollarga o’zbek tilidagi “Hakikat achchiq” maqoli misol bo’la oladi. Bu maqolni so’zma-so’z tarjima qilib bo’lmaydi, balki bu maqolni ma’nosini ochgan holda tasvirlash lozim – *“Make better listening”*.

Maqollarni o’rganar ekanmiz, biz xalqning dunyoqarashini, yashash sharoitini, iqlimini, yashash tarzini, tarixini va shunga o’xshash bir qancha bilimlarni ular ichida ko’rishimiz mumkin va shu sabab maqollarni o’rganish jarayoni o’ziga xos qiziq jarayondir. Chunki odam ma’lum bir millat maqollari bilan tanishar ekan, o’sha xalq ruhini his qiladi, o’sha xalq odamlarini tushuna boshlaydi. Maqollarning o’ziga xos tomonlari bor. Ularni o’rganish jarayoni mas’uliyatli va qiyin bir holatdir. Ayniksa, bu holat maqollar tarjimasi bilan shug’ullanilganda ro’y beradi. Masalan, *“Life is sweet”* – bu maqol tarjimasi bir muncha mushkul. Maqolga shunday bir ekvivalent berilishi kerak-ki, maqolning ruhi tarjimadan uzoqlashmasin. Biz buni *“Hayot shirin”* deya olmaymiz, chunki o’zbek tilida bunday maqol yo’q.

Umuman olganda, maqollarni o’rganish jarayonida shunga amin bo’lasiz- ki, inglizlar va o’zbeklar hayotida oila va hayotga oid maqol va matallar yetarlicha uchraydi. Bu ingliz va o’zbek jamiyatining bu masalalarga bo’lgan ancha jiddiy yondashuvidan darak beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Алексеева И.С. Текст и перевод. Вопросы теории. – Санкт-Петербург: Союз, 2008. – 320 с.

2. Umarxo'jaev M.E. Umumiy tilshunoslik. – Andijon: Jahon inter print, 2010. –84 b.
3. Qambarov N.M. Badiiy tarjima va tarjima transformatsiyalari // Modern trends in teaching foreign languages, achievements, challenges and solutions. O'zDJTU. – Toshkent, 2017. – 252-253 b.

LINGUOCULTUROLOGICAL PROBLEMS OF TRANSLATION

Rizaeva Khurshida Ravshanovna
3th year student of Theory and Practice of Translation Faculty
Alisher Navoi Tashkent State University of Uzbek Language and Literature
rizayevaxurshida5@gamil.com

Absract. This article deals with the explanation the concept of linguaculturology in translation, to study the problems associated with it, and to identify ways of linguistically and culturally correct translation of certain units in the process of literary translation into Uzbek and English.

Keywords: *Linguoculturology, culture phraseologisms and lingvoculturological features of proverbs*

The origin, development, culture of the people, its worldview, national-cultural consciousness, factors of thinking have an ancient history. After the appearance of the first man, his consciousness began to rise culturally as a result of his formation. The word "culture" was first used by the English scholar Edward B. Taylor in his book Primitive Culture, published in 1871, which refers to culture, knowledge, beliefs, laws and traditions, and customs adopted by various members of society.

Whether it is an artistic or an oral translation, it is difficult to understand the text or the speech of the writer. Because it is a work of art belonging to another culture, a skilled translator must be aware of their culture and customs. Therefore, in order to have a deeper understanding and analysis of the translation process, we need to pay close attention to the relationship between language and culture and to be able to obtain a well-organized knowledge from this surface.

In her monograph "Linguocultural Aspects of Translation", Shoira Usmanova quotes Gary Witherspoon, a linguist who has been able to give a linguistic view of culture: "If we look at culture from a linguistic point of view, we have a one-sided understanding of culture."[1] In the 1990s, a new branch of science emerged between linguistics and cultural studies, linguoculturology. It was recognized as an independent branch of linguistics.

To date, the problem of the compatibility of language and culture has attracted the attention of many scholars, linguists and researchers. Various approaches to this topic are being studied in the fields of linguistics, such as linguocultural studies, psycholinguistics, ethnolinguistics, sociolinguistics,

history, literature, and translation studies. Research by scholars has addressed the issue of language and cultural balance, proving that they are interconnected permanent units or important complementary components. Cultural values are expressed in language, and language is the main means of conveying them to the people. Language embodies the worldview, the identity of a people, and its national culture.

is both language and culture, which are in a state of constant interaction.

Translation is one of the most complex psycholinguistic processes in the relationship between culture and language. Translation aims to find the appropriate linguistic units in the expression of the true meaning of the information and to use them effectively. It emphasizes the interaction of our culture with the culture of a foreign language and its specific differences, as well as certain cognitive processes associated with understanding the world.

Linguoculturology is one of the leading linguistic studies, which studies the rules of national-cultural organization of speech communication related to the spirit of language or mental language phenomena. It also represents the linguistic reflection of the national psyche. If culturology studies the nature of human self-awareness in nature, society, art, history, and other areas of social and cultural existence, linguistics studies the worldview reflected in language as mental models of the world's linguistic landscape. The main research subject of linguoculturology

The deeper and more detailed the study of culture, the clearer it becomes to human thought. Therefore, one always seeks to inculcate in one's mind the events that are reflected in one's mind through one's culture. The objects and events that take place in a person's life can be thought of as a cultural tool. For example, it seems impossible to include the sun or the moon in culture. But it is known that these concepts exist in the culture of all nations. But some European peoples (Slavs and Germans) who live in cool climates view the sun as a sign of warmth, reverence, and compliment. In the culture of the Arab states, however, the sun is negatively evaluated during the summer, equating it with the scorching heat that makes them difficult. This means that the sun can be understood not only as a natural phenomenon, but also as a product of culture.

One of the main tasks of linguoculturology is to study the linguistic expression of the above-mentioned specific differences that exist in the cultures of different peoples.

In the harmonization of language and culture, as well as in the process of translation, man is involuntarily confronted with the units that make up the important lexical structure of the language. In this case, the translator faces many difficulties in translating a work of art and text of a nation.

Along with cultural dominants, proper nouns are a symbol of the nation's enlightenment and spirituality, describing the unique place and formation of humanity in society, its direct and indirect relationship to society, and the impact of society on human life. Translating Proper Nouns from one language to another is a rather complex and multifaceted process. This is because proper nouns have their own characteristics as carriers of information about a nation's national culture, including that they may have a secondary figurative meaning. In addition, the

specific semantic structures of proper nouns determine the complexity of the translation process. Translating the proper nouns into English by transliteration poses a number of complications related to the proper nouns transcription does not exist in Uzbek. Second, the development of Old English spelling led to significant pronunciation changes. There is an increase in pronunciation and non-pronunciation of letters and letter combinations in words.

Proper nouns are translated using the following groups of transcription and transliteration methods: ***anthroponyms (human names), abbreviated names, nicknames, surnames, toponyms, astronomies, chorons, ethnonyms, names of musical instruments, n i c k n a m e s of animals, organizations, institutions, books, movies, magazines, spacecraft, firms, company names, and more.***

While some proper nouns use transcription and transliteration techniques to translate into another language, they also need to use other translation methods in addition to them. An example of this is the semantic representation method.

For example, ***Amir Temur - Amir Temur, Temurlane, Temur the Great.***

Another common way to translate proper nouns, including language units, is to translate through the calque method. It recreates the structural combinators of words or phrases, not sounds. In the calque method, the parts (morphemes) or phrases (lexemes) that make up words are translated by the corresponding language elements present in the language being translated. Most of the words in the political, scientific, and cultural fields are translated by the calque method.

For example: ***Head of the government*- Mamlakat rahbari**

***Supreme court*- Oily sud**

***Prime mnister*- Bosh vazir**

If the geographical names of mountains, seas, lakes, and other places in nature contain components that can be translated, they are also translated by calque method:

Orange river – *sariq daryo*

White sea – *oq dengiz*

Rocky Mountains – *qoyali tog'lar, roki tog'lari*

South China Sea – *Janubiy Xitoy dengizi*

The problem of proper nouns translation in interlingual and intercultural relations and even in interethnic relations has remained relevant despite the fact that it has been studied for a long time. The complexity and shortcomings of the translation of Proper Nouns are due to both subjective (translator's perfect knowledge of the language and general cultural knowledge) and objective (proper nouns are formed in language and oral speech) reasons. Proper nouns finding solutions to problems that arise when translating from one language to another requires a high level of skill on the part of the translator. languages and cultures. Adequate interpretation of phraseological units in translation, which are more complex linguistic means than lexical units of language, is one of the most complex and, at the same time, very responsible issues of translation practice. Because phraseological units, as artistic and descriptive means of speech, are involved in the expression of a wide variety of methodological tasks rather than a simple, neutral statement of

thought, given their function, is closely related to recreating its value.

The translation of phraseological units poses certain difficulties in translation. These linguistic units, which are considered to be the cultural symbols of a particular people, need in-depth analysis by linguocultural studies, which is a modern branch of linguistics. Phraseological units in a language undergo certain changes during the transfer to another language and lose their formality in the same way as the original language phraseological unit. Phraseological units as a sign of the culture of a particular people require complete alternative in the translation process.

Translation by means of equivalents. The similarity of the phraseological units of different peoples in all respects is often explained by the commonality in the living conditions, customs, and logical observations of the peoples. Indeed, phraseology, like other means of language, is based on a variety of universal norms of expression and life observations. The phraseological equivalents of these two languages, which are materially similar, are in many respects also semantically and methodologically functional, because in such cases the units are based on the same concepts based on the same life experience. These different phraseological units can easily replace each other in translation. For example, stable units such as in English ***"Cold war", "Ap open hand", "To suck somebody's blood"*** are absolute equivalents of Uzbek ***phraseologies "Sovuq urush", "Ochiq qo'l", "Birovning qonini so'rmoq"*** in the process of translation, one of them can easily replace the other in all speech situations. Some phraseological equivalents of two languages cannot replace each other in some textual situations. While some semantic and methodological functions of ambiguous bilingual phraseological units are similar, some are different. For example, the English "***The dogs bark, but the caravan goes on"*** and the Uzbek ***"It hurar, karvon otar"*** units, which are similar in terms of both material and semantic and methodological functions, always have the same meaning and methodological function. The phraseology ***"Temirni qizig'ida bos"*** which is international in many languages of the world, does not correspond to its English equivalent "Strike while the iron is hot" in all contexts. **Translation using alternative options.** Alternatives are easily interchangeable in translation. This is because there are no national words in the structure of these units that impede their exchange. However, translators sometimes fail to take advantage of the opportunities available in their own language and allow inadequate interpretation of the expression. For example, in Jek London's novel "Martin Eden" for a figurative expression of meaning ***"biror narsa to'g'risida yaxshi axborotga ega bo'lmoq"*** phraseological unit ***"To have something at one's finger-ends" (biror narsa panjasining uchida bo'lmoq)*** was used, which was adequately translated into Russian by the alternative version ***"Знать как свои пять пальце***

---

2 2 "Практические основы перевода" Т.А.Казакова, "Союз",2000г

Such interchangeable phraseological units are usually created for the figurative or emotional expression of the same event, action, character, and are fully compatible with each other. For example, in English, ***To burn one's house to get rid of the mice"*** the basic components of both the phraseological unit and its Uzbek alternative are "to burn". Both linguistic units symbolize the same action - to do something wrong for a trivial reason, the basic components of which are the words ***"hasty" "Hasty climbers have sudden falls" and " Shoshgan qiz erga yolchimas "*** All three units are criticized for the same feature - haste.

Visual translation. It is sometimes not possible to translate a certain phraseological unit using the equivalent, alternative or calque. In such cases, translators are reluctant to resort to the descriptive method of translation practice, in which the meanings of units are explained by means of free-meaning words or phrases. In these cases, there can be no question of re-creating the methodological tasks that are integrated into the original phraseological units. In these cases, the effect of the statement is diminished and the accuracy is lost. This, in turn, reduces the literary value of the original text. For example, the unit "***To make a mountain out of a molehill"*** differs from its synonym ***"to exaggerate"*** and the unit ***"Silent as the grave"*** differs from the word ***"silent"*** in its imagery. Therefore, while the English word ***"to exaggerate"*** can be translated into Uzbek by the lexical equivalent of the words "bo'rttirib yubormoq", "silent", "jim", the above phraseological units are translated into Uzbek. Translation by means of methodologically neutral words such as "bo'rttirib yubormoq", "jim" leads to the extinction of figurativeness embodied in English units. Only the translation of these phrases with the alternative version of ***"Ninaday narsani tuyaday qilmoq"*** and ***"Qabrday jim"*** creates functional adequacy.

Translators often resort to a variety of verbal aids to recreate the stylistic functions of the original phraseological units, which can to some extent replace the original, if they are pronounced with the necessary tone. However, because such tools differ little from the descriptive method, in some cases they may not replace the methodological impact created by the original figurative phraseology. In conclusion, in order to fully comprehend the artistic and aesthetic reality created by the author, the translator must have a correct understanding of the semantic and methodological-aesthetic aspects of the linguistic means in the work of art, while having the power of wide observation. However, sometimes the linguistic possibilities of the original and translated languages are usually incompatible, ie the content and aesthetic value of the words and phrases of the two languages cannot replace each other in a number of texts, which creates many translation difficulties. To overcome such difficulties, the interpreter must have universal knowledge. This is because only a person who has studied the culture of other peoples, the process of its creation, and the interaction of cultures can appreciate and preserve the heritage left by their ancestors. Cultural knowledge helps to work without difficulty in any field. It is especially important to have a rich cultural knowledge in the field of

translation. Literary translation is also a complex process that requires an interpreter to be knowledgeable in all areas. Translating various linguocultural analogies poses a number of challenges.

BIBLIOGRAPY OF USED LITERATURE

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. M. Mirziyoyevning "O'zbekiston Yozuvchilar uyishmasi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi PQ-3652-son qarori. Xalq so'zi online.05.04.2018
2. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Школа "Языки русской культуры", 1996. -215с.
3. Amerikana. Anglo-russkiylingvostranovedcheskiy slovar / Pod red. N.V.Chernova. - Smolensk, 1996; Malseva D. G. Germaniya: strana i yazik: Lingvostranovedcheskiy slovar. - M.,1998; Muravleva N.V. Avstriya: Lingvostranovedcheskiy slovar. - M., 1997
4. Korunets I.V. Theory and Practice of Translating. - Vinnytsia: Nova Knyga, 2001. –265p.

РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ГЛОБАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКА

Салыхова Насиба Ибадуллаевна
старший преподаватель
кафедры методики преподавания
английского языка
Узбекского государственного
университета мировых языков
nasitun@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению мотивации учебной деятельности представляет собой, по существу, ключевую психолого-педагогическую проблему учеников. Так как главной целью обучения иностранным языкам является развитие коммуникативной компетенции, развитие личности студента. И качество достижения цели зависит, прежде всего, от побуждения и потребностей ученика, его мотивации.
Ключевые слова: *коммуникативной компетенции, мотивации учебной деятельности, теоретические аспекты, языковая способность, мотивация.*

Именно мотивация вызывает целенаправленную активность, определяет выбор средств и приемов, их упорядочение для достижения цели. Роль английского языка в современном мире очевидна. Он является важнейшим коммуникативным средством на международном уровне и в туризме.

Современный человек без определенных лингвистических познаний не может использовать новейшие блага цивилизации и представлять страну. Все сферы нашей жизнедеятельности в той или иной мере требуют знаний английского языка, в том числе и сфере туризма в условиях глобализации. Изучение английского языка становится более востребованным с каждым годом в межкультурной коммуникации. Однако, как предмет он обладает рядом специфических черт.

Сам по себе абстрактный термин «мотивация» определить довольно сложно. Проще и полезнее думать с точки зрения мотивированного ученика: того, кто желает или даже стремится вкладывать усилия в учебную деятельность и прогресс. Мотивация учащихся делает преподавание и обучение неизмеримо легче и приятнее, а также более продуктивным: отсюда важность темы для учителей.

В статье мы постарались кратко подчеркнуть различные интересные теоретические аспекты темы мотивации учащихся, которые изучаются и обсуждаются уже много лет в учебной практике. Чтобы стимулировать свое собственное мышление в ожидании, попробуем ответить на вопросы, указанные в таблице1.

Таблица 1. Аспекты мотивации учащегося.

1. Насколько важна, на ваш взгляд, мотивация к успеху в изучении языка по сравнению, например, с языковой способностью?
2. Насколько важны прошлые успехи людей в изучении языка для их мотивации, чтобы учиться в настоящем и будущем?
3. Какие характеристики и поведения вы связываете с образом мотивированного студента?
4. Некоторые студенты мотивируются желанием интегрироваться в целевую языковую культуру и коммуникацию.
5. Стремление заниматься учебной деятельностью ради какой-то внешней награды (внешней мотивации). Как вы думаете, есть ли разница между детьми и взрослыми в степени этих двух видов мотивации?

Различные исследования показали, что мотивация очень сильно связана с достижениями в изучении языка [3,106] Важной целью исследований в этой области для учителей является абсолютная важность фактора мотивации учащихся в успешном изучении языка. Неопределенность в отношении того, что стоит на первом месте, мотивация или успех, не вызывает за собой каких-либо особых проблем в обучении: это просто означает, что среди прочего, что мы делаем для повышения мотивации наших студентов, у стратегии должна быть высокий приоритет успеха в учебной деятельности. А что касается вопроса, является ли мотивация более или менее важной, чем языковые способности: мотивация не поддается измерению, и даже языковые способности, по-видимому, гораздо сложнее оценить, чем

считалось ранее, поэтому вопрос, вероятно, не подлежит обсуждению. В любом случае, возможно, это было не очень полезно в первую очередь: наша работа - делать все возможное, чтобы поощрять развитие способностей и повышать мотивацию при том понимании, что каждый из них способствует другой [2,71].

Характеристики мотивированных учащихся

Авторы многих классического исследования успешного изучения языка пришли к выводу, что наиболее успешными учениками не обязательно являются те, кому язык очень легко дается; это те, кто проявляет определенные типичные характеристики, большинство из которых явно связаны с мотивацией. Некоторые из них:

1. *Позитивная ориентация на задачу.* Учащийся готов решать задачи и задачи и уверен в своем успехе.
2. *Эго-вовлеченность.* Учащийся считает важным преуспеть в обучении, продвигать свою позитивную самооценку или же изучив язык повидать мир.
3. *Потребность в достижении.* Учащийся должен достичь, преодолеть трудности и добиться успеха в том, что он или она намеревается сделать в будущем.
4. *Высокие стремления.* Ученик очень стремящийся, он требует сложные задачи, стремится высокого уровня знаний, высших оценок.
5. *Цели ориентации.* Учащийся очень хорошо знает цели обучения или конкретные учебные действия и направляет свои усилия на их достижение.
6. *Настойчивость.* Учащийся постоянно вкладывает высокий уровень усилий в обучение, и его не обескураживают неудачи или явное отсутствие прогресса.
7. *Терпимость к неоднозначности.* Учащийся не беспокоится и не расстраивается из-за временного отсутствия понимания или путаницы; он или она может жить с этим терпеливо, в уверенности, что понимание придет позже.

В литературе проводится различие между «интегративной» и «инструментальной» мотивацией: стремление идентифицировать себя и интегрироваться в целевую языковую культуру, контрастирующее с желанием изучать язык в целях обучения или продвижения по службе. Ламберт [4,11] представил эти концепции и утверждал, что интегративная мотивация была более влиятельной среди изучающих французский язык в Канаде; но исследования с тех пор, в общем, поставили под сомнение это требование к изучающим иностранным языкам. В любом случае, по крайней мере, одно другое исследование показало, что на практике невозможно провести различие между ними.

Другое различие, которое более полезно для учителей, заключается в том, что между *«внутренней»* мотивацией (стремление участвовать в учебной деятельности ради себя) и *«внешней»* (мотивация, которая вытекает из внешних стимулов) [2,67]. Оба из них играют важную роль в мотивации класса, и оба, по крайней мере, частично доступны для влияния

учителя. Внутренняя мотивация, в свою очередь, связана с тем, что называют «когнитивным влечением» - стремлением учиться ради себя, что очень характерно для маленьких детей и имеет тенденцию к ухудшению с возрастом.

Третье различие состоит между мотивациями «глобальной», «ситуативной» и «целевой» [1,33]. Первое - это общая ориентация учащегося на изучение иностранного языка; вторая связана с контекстом обучения (классная комната, общая среда); и третий - способ, которым ученик подходит к конкретной задаче. Что касается ситуации: для наших целей мы предполагаем, что это классная комната, но два других могут отличаться и зависеть от действий учителя. Глобальная мотивация может казаться в основном обусловленной предшествующим образованием и множеством социальных факторов, но на нее также влияют собственные установки учителя, передаваемые либо неосознанно, либо посредством явной информации и убеждения. И третье, вероятно, - то, где большая часть наших усилий вкладывается в практику: в то, чтобы сделать задачу в руке максимально привлекательной, и в том, чтобы поощрять наших студентов участвовать в ней, вкладывать усилия и добиваться успеха.

➢ **Ответственность учителя**

В статье, написанной несколько лет назад, Джирард подчеркивал, что важной частью работы учителя является мотивация учащихся. Однако в более поздних «ориентированных на учащегося» подходах к преподаванию языка функция учителя рассматривается главным образом как поставщик материалов и условий для обучения, в то время как учащийся берет на себя ответственность за свою собственную мотивацию и производительность [5,31].

Какой же из этих подходов ближе к нашему ответу? Наш ответ может в некоторой степени зависеть от нашей собственной учебной ситуации: группы, состоящие из мотивированных студентов из разных культур и возрастов, изучающих целевой язык в целях найти работу или же продолжить карьеру, могут нуждаться в нас только в качестве поставщика и организатора учебных мероприятий и текстов; тогда как студенты, изучающие иностранный язык, могут хорошо учиться только для того, чтобы активировать и поощрять свое желание вкладывать усилия в учебную деятельность.

Один из способов изучения вопроса о вкладе учителей в мотивацию учащихся заключается в выполнении следующей задачи.

Размышление о характеристиках хорошего учителя

Первый этап: Воспоминать

Вспомните свое собственное обучение в классе, будь то ребенок или взрослый, не обязательно иностранный язык, и попытайтесь вспомнить своего учителя, который был чрезвычайно хорош, от которого вы действительно хорошо учились. В моей практике, я бы хотела вспомнить своего учителя по физике, которая была помешана на соревнованиях и этим

давала нам огромный стимул к обучению этого предмета.

Второй этап: Написание

Запишите, возможно, в форме заметки, как можно более полное описание того, как функционировал этот учитель, внутри класса и за его пределами. В то время я училась в восьмом классе, и я настолько полюбила этот предмет, потому что он проходил очень интересно и развлекательно из-за множественный соревнований, турниров, и естественно призами. Наша учительница настолько развила в нас мотивацию к обучению предмета что многие из нашего класса поступили в физмат.

Третий этап: Отражение

Читая то, что мы написали, подумайте:

1. Сколько усилий приложил этот учитель, чтобы мотивировать вас учиться, будь то намеренно, и:
2. Насколько ваша положительная оценка этого учителя основана на том, как он или она сумели мотивировать вас.

Многие преподаватели, работающие во втором факультете английского языка, признают, что их обязанность состоит в том, чтобы мотивировать учащихся и вкладывать в это немало усилий.

Успех и его награды

Это, пожалуй, самая важная особенность в повышении внешней мотивации. Учащиеся, успешно справившиеся с предыдущими заданиями, будут более охотно участвовать в следующем, более уверенными в своих шансах на успех и более склонными к продолжению своих усилий.

Важно отметить, что «успех» в этом контексте не обязательно совпадает с «получением правильных ответов», хотя иногда это может быть. Другими критериями могут быть количество произведенного или понятого языка, вложение усилий и заботы, степень прогресса со времени предыдущего выступления. Все это должно быть признано учителем как «успехи», за которые учащийся может и должен взять кредит.

Здесь самая важная функция учителя - просто убедиться, что учащиеся знают о своем собственном успехе: сообщение может быть передано кивком, галочкой или даже существенным отсутствием ответа. Но чувство гордости и удовлетворения, конечно, может быть усилено явной похвалой или одобрением или выражением в количественных оценках - особенно для молодых, неопытных или неуверенных в себе учеников. Единственная потенциальная проблема с этими явными маркерами успеха - это опасность того, что если чрезмерно используемые ученики могут стать зависимыми от них: они могут потерять уверенность в своей способности распознавать успех самостоятельно, и считают, что отсутствие одобрения учителя ставит его под сомнение или даже как неодобрение.

Таким образом, ключом является осознание учащимися успешной успеваемости, однако это достигается: чем увереннее они становятся и тем больше способны признать такой успех самостоятельно, тем меньше им потребуется явная поддержка со стороны кого-то другого.

➢ **Внутренняя мотивация и интерес**

Глобальная внутренняя мотивация - это общее желание вкладывать усилия в обучение ради самого себя. В значительной степени основывается в прежних установках склонности: считают ли они обучение полезным, нравится ли им язык и его культурные, политические и этнические ассоциации. Тем не менее, мы, безусловно, можем помочь укрепить эти взгляды, дав понять, что делимся ими, или предоставив дополнительную интересную и привлекательную информацию о языке и его происхождении. Такая глобальная мотивация важна, когда курс начинается, и как общая основная ориентация во время него; но для обучения в реальном времени более важным фактором является то, рассматривается ли стоящая перед вами задача как интересная. Вероятно, именно в возбуждении интереса учителя вкладывают больше усилий и получают наиболее немедленную и заметную отдачу с точки зрения более умеренной мотивации.

Использованная литература

1. Браун, Х. Д. (1987) Принципы изучения и преподавания языка (2-е изд.), Энглвудские скалы, Н.Дж.: Прентис Холл.
2. Берстолл, К., Джемисон, М., Коэн, С. и Харгривз, М. (1974), Основной Французский в балансе, Виндзор: Национальный фонд образовательных исследований, издательская компания.
3. Гарднер Р. (1980) «О достоверности аффективных переменных при овладении вторым языком: концептуальные, контекстуальные и статистические соображения», Изучение Языка, 30, 255–70.
4. Ламберт В. (1972) Отношения и мотивация в изучении второго языка, Роули, Массачусетс: Ньюбери Хаус., р-11.
5. Джирард Д. (1977) «Мотивация: ответственность учителя», учение английского языка, журнал, 31, 97-102.

MALL (MOBILE-ASSISTED LANGUAGE LEARNING) IN DEVELOPING LEARNERS' PRAGMATIC COMPETENCE

Tukhtabaeva Zamirakhon Kozimovna
ELT teacher Alisher Navoi' Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature
zamira.tukhtabaeva@gmail.com

Absract. The current paper emphasizes the importance of digital technology in language classrooms. Employing technological innovations, namely

smartphones during a class, can provide teachers with ample opportunities to improve learners' pragmatic competence and to diversify the activities in the lesson.

Keywords: MALL (Mobile-assisted language learning), digital technology, smartphone, learning platform, pragmatic competence

INTRODUCTION

Today, language learning has become a more engaging activity for students than it was in previous times because of digital technology. They can learn and access to learning materials anywhere and anytime: during or outside of the classroom. In this article, the main emphasis will be put on developing students' pragmatic competence with the help of a contemporary teaching method called MALL--Mobile-assisted Language Learning which emerged after the introduction of its predecessor CALL--Computer-assisted Language Learning in the second half of the XX century [3].

Pragmatics which is often neglected in teaching languages is one of the most crucial factors which define successful communication in the target language. The person who has adequate pragmatic competence will be able to "go beyond the literal meaning of what is said or written, in order to interpret the intended meanings, assumptions, purposes and goals, and the kinds of actions that are being performed" [2, p.5]. Therefore, this aspect of linguistics should be introduced into language classes like other skills and aspects of the target language from the beginning.

MALL IN EDUCATION

In a continuously-changing digital era, mobile devices, especially smartphones have become an inseparable part of people's life. The influence of this trend can be observed in every sphere of today's world: in communication, in medicine, in industry, in media, and the list goes on. One of the most influenced areas is education which has taken a new shape in the XXI century because of technological advancements: distance-learning, webinars, different educational platforms and other classroom technologies. However, most educational settings in Uzbekistan do not allow their students to use smartphones in the classroom; several special regulations have been imposed regarding mobile phones in the school system as smartphones are considered the main source of distraction. But if we look at the issue from another perspective, this state-of-the-art technology can bring tremendous benefits to both teaching and learning process in the classroom. Therefore, integration of digital technologies, namely smartphones with other teaching methods in tertiary education as well as public education system is a very important and indispensable teaching approach to increase the effectiveness of today's language classes [1, p.12].

Creating materials for language learning based on digital technologies helps language educators involve all students in class activities making the learning process interesting and meaningful. Here I would like to mention that before

planning to use any new device in the class the teacher should evaluate the selected technology or technologies according to Bates's ACTIONS model [cited in 4]:

1. **Access:** The selected technology/technologies should be accessible for all learners in terms of the Internet access and the device itself.
2. **Costs:** The cost of using or obtaining the device should be affordable for both students and the teacher.
3. **Teaching and learning:** The selected technology should contribute to the meaningful learning and motivate students to learn the language further. Additionally, the activities provided by the selected device should be adjustable to any level and topic helping the language teachers in selection of appropriate materials.
4. **Interactivity and user-friendliness:** Both learners and teacher should be familiar with the selected device, and the device itself should be easy to use, convenient to bring to the class.
5. **Organizational issues:** The permission of using the particular digital technology and the Internet access (if needed) is also a main issue in classroom teaching. Sometimes, the Internet access is somehow problematic in remote areas from cities and towns. Therefore, before opting for any digital technology, the teacher should consider the conveniences and possible limitations.
6. **Novelty:** If the selected technology is a new one, not everyone in the class can own it, or have not obtained it yet. Also, using the novel technologies can create some inconveniences as the teacher may not be fully aware of its special features. But this problem can be solved after some practice.
7. **Speed:** Teachers use the technology in various ways in the class. In most cases, new materials or tasks should be developed or created to use by the target technology. So, this process should not take much time of the teacher. Otherwise, teachers can easily get exhausted and may escape to employ this digital tool in his or her future teachings.

The opportunities on mobile phones are countless: different kinds of dictionary applications, e-books, applications for correcting pronunciation and enhancing listening skill, online and offline programs that can be easily accessed. Instead of banning smartphones during the class, teachers should make use of the opportunities offered by those devices. What is more, retraining courses that focus on incorporating technology into teaching should be introduced to special programs aimed at improving professional skills of language teachers.

INTEGRATING TECHNOLOGY INTO TEACHING PRAGMATICS

Teaching pragmatics and the cultural norms followed by native speakers of the target language is very crucial for the successful communication that students may have outside the classroom or in future. In most cases, communication breakdown happens when one of the interlocutors does not have adequate pragmatic knowledge of the target language. Several studies carried out in the field of education have showed the importance of technological devices in

teaching pragmatics. Based on those studies, the scholars of the field always encourage teachers to use different available technological resources in their classes to enhance students' pragmatic competence. However, as I mentioned above, both educators and the students should be comfortable with the selected Technology and should have suitable technological support like Internet connection, WiFi system, etc.

A great number of online and offline tools can be used on learners' mobile devices to enhance their pragmatic knowledge of the target language. Here I would like to present some of them which are broadly preferred by langauge teachers:

- various international radio applications;
- feature films and situational comedies;
- online tools for creating language exercises;
- audio/video materials and other forms of support;
- online classroom tools and wikis;
- blogs;
- gaming and virtual instruction;
- social websites;
- chat and video-conferencing tools;
- messaging services like Telegram, Messenger, etc.

Radio apps are wide-spread tools among language learners. On these applications, they can listen to a great number of people worldwide and observe their real communication. Most of these apps allow listeners to listen to any kind of radio program as many times as they want. Therefore, this feature enables students to analyse different speech acts during a class and raise their awareness of the norms of the target culture. For example, a teacher can give a task to students on comparing the interviews conducted with high officials and with ordinary people according to SDI factors which stand for Social status, Distance and Intensity. Obviously, in those interviews, the language of greeting, addressing, asking questions and answers will vary from each other in terms of SDI factors, and it should be also mentioned that the interviews on radio are not specially made for educational purposes, rather they present real-life situations. Therefore, they serve as authentic materials for language teachers.

Native speakers' or other English speaking people's comments on social websites can be a great tool for comparing and contrasting them with their Uzbek equivalents. Students can analyze how others express their agreement, disagreement; satisfaction with a product/service or dissatisfaction; how they greet each other, how they congratulate each other. At this point, I would like to give an example of a task that I often give my students. For this task they work in groups of three or four. Almost every student in my class has a Facebook account. For every class we have a special group on Facebook. The groups are not open to public which means only students of the particular class can join it. There I share some articles or videos that raise an important issue which is related to the lesson topic and has been commented on by a large number of people. After that I give my students time to read or watch the video and have a follow-up discussion about

it. Then they will select five comments like the ones written on the speech "The surprisingly dramatic role of nutrition in mental health by Julia Rucklidge in TEDx Talks:

S***

"I wish the rest of the world would wake up to this";

K***

"*Thank you for this amazing talk. It tells us what we already know, but seldom hear from doctors and scientists. Keep up the good work!";*

L***

"Is this not common knowledge? The fact that this is news is amazing to me";

R***

"Thank you for you amazing research validating what I intuitively have thought for years";

M***

"This information makes complete sense. Who's kidding who?"

Then the groups will analyze the hidden meaning as well as literal meaning of these comments. They will identify if the commenters are being positive or negative about the talk. They may also give the Uzbek translation of these comments and discuss if the Uzbek variant can give the same hidden meaning.

CONCLUSION

In conclusion, learners can take advantage of technological devices not only to practice their main language skills, but also to learn the cultural norms of the people who speak the target language. In the process, they will have the opportunity to discuss the thing with their peers and teachers, activate their critical thinking when they are given the assignments that require higher cognitive levels of analysis, synthesis, evaluation. In this, teachers play role of facilitators, motivators who support their students to make the learning process more engaging activity.

References:

1. Engin, M. Extending the flipped classroom model: Developing second language writing skills through student-centered digital videos. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning, vol 14(5).* 2014. –C. 12-26
2. Ishihara, N., & Cohen, A. D. *Teaching and learning pragmatics: Where language and culture meet.* Harlow, England: Pearson Longman. 2010. –C. 1- 370
3. Ma, Q. University L2 Learners' Voices and Experiences in Making Use of Dictionar Apps in Mobile Assisted Language Learning (MALL). *International Journal of Computer-assisted Language Learning and Teaching, vol 9 (4).* 2019. –C. 18-36
4. Motteram, G. Developing language learning materials with technology. In B. Tomlinson (Ed). *Materials development in language teaching.* Cambridge University Press. 2011. –C. 303-327.

INTERNATIONAL-LEGAL COOPERATION FOR TOURISM DEVELOPMENT: CASE OF UZBEKISTAN

Usmanova Surayyo Bultakovna
PhD in Law, Lecturer University of World Economy and Diplomacy
s.b.usmanova@uwed.uz

Absract. The research is devoted to the analyses of international-legal agreements in the sphere of tourism by underlining its role in a globalized world. In particular, the researcher examined the experience of Uzbekistan from the perspectives of its collaboration within universal and regional organizations for tourism development. Furthermore, it was elaborated proposals on further progress of cooperation in this sphere.

Key words: cooperation, international organizations, regional organizations, tourism, Uzbekistan.

Introduction. In many developed countries international tourism is the stable source of currency inflow, assists expansion of international business and cultural contacts and on the whole renders positive influence on the economy of the states. Questions concerning regulation of international-legal cooperation of states on humanitarian sphere, particularly in the field of tourism are researched in public international law. Tourism- as a multidisciplinary aspect of international relations influence on governments' economic, social, legal and political development. Therefore, the research focuses on analyzing this transversal sphere, which at present occupies one of the central issue of development of Uzbekistan. After the adoption of Action Strategy for the further development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021 years it could be observed novelties and changes almost in all spheres, where tourism is emphasized as one of them. Particularly, from 2017, tourism becomes a strategic sector of economy of the Republic and source of increasing international image of Uzbekistan. The Presidential Decree "On the Action Strategy for the Further Development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021 years" provides for the implementation of "constructive foreign policy aimed at strengthening the independence and sovereignty of the state, creating a security belt around Uzbekistan, stability and good neighborly relations, strengthening the country's international image". With this regard, strengthening country's international image inasmuch as depends on developing tourism sphere. At present, when tourism develops in myriad ways in Uzbekistan, it would be plentiful to concentrate on international-legal collaboration in the sphere of tourism which influences on the development of national tourism industry and integration of the Republic. The sphere of tourism cannot progress without international relations and cooperation with international

organisations by maintaining its legal framework. The participation in international and regional tourism organisations, implementation of best practices regarding tourism development in Uzbekistan by contacting partner states possess remarkable position in progressing this sphere in the Republic of Uzbekistan.

Consequently, this cooperation should be based on legal and institutional basis, which determines the notion of this research paper.

The peculiarities of Uzbekistan's legal and institutional cooperation within the United Nations World Tourism Organization (UNWTO).

Tourism sector in Uzbekistan cannot develop without international influence. The main focus on this partnership should be concerned as the development of institutional relations with international universal organizations.

The membership of the Republic of Uzbekistan with the UNWTO organization has begun since 1993.

Main directions of cooperation and its legal basis are evaluated in followings:

1. By establishing legal basis for cooperation in the framework of the UNWTO:

Number of Declarations has been approved to strengthen cooperation with the UNWTO. In 1994, Samarkand Declaration on the Development of the Silk Road on the Great Silk Road, the Khiva Declaration on the Safeguarding of the Tourism and Cultural Heritage in 1999, and the Bukhara Declaration on Tourism on the Great Silk Road was adopted in 2002. These documents define and promote the role of Uzbekistan for the development of tourism along the old Silk Road.

2. By opening special representative office of the UNWTO in Uzbekistan:

Agreement on opening of the Silk Road branch in Samarkand, which was signed in San Marino from 19 May 2004 was a plentiful one on the development of world tourism. It was recognized as an important agreement between the Government of the Republic of Uzbekistan and the World Tourism Organization (UNWTO) [3, 3].

However, at present the practical functioning of this office had not shown positive results. From our point of view, as the only representative official body of the UNWTO in Central Asia, “Silk Road” office could coordinate the functions in the sphere of tourism of the UNWTO in the region. With this regard, Bonn office of the UNWTO in Germany and in Nara (Japan) could be the model.

In particular, it is suggested following reformations in the functioning of the UNWTO “Silk Road” office:

- the formation of the office’s budget with the optional governmental and non-governmental (tour organizations) funding of the Central Asian countries;

- implementation and promotion of this office as one of the forms of integration in the Central Asia;
- presentation of operative independence;

- elaboration of the "Road map" in the framework of Central Asian countries on "Reformation of the UNWTO's "Silk Road" office's functioning".

3. As a state member in Regional Commission.

4. At consideration of international and institutional-legal aspects of tourism within the framework of collaboration of Uzbekistan with the UNWTO it is possible to distinguish next aspects:

1) international-legal regulation of tourism;
2) introduction of international standards in the areas of tourism;
3) international cooperation in the sphere of staff training.

It is suggested to sign "Roadmap" for preparing and organizing considerable measures to maintain the functioning of new Regional Commission of the UNWTO for Central Asia. Consequently, the norms of the UNWTO Charter did not include the provisions of Regional Commissions, however Article 7 (Part 5) foresees the organization of Committee of (only) joined parties, which did not exactly determine the status of the regional Commissions. This lead us to foreword suggestion on creating new Regional Commission by signing Agreement between the UNWTO from one side and Central Asian countries from another side to organize the Regional Commission for Central Asia.

The legal framework of collaboration of Uzbekistan with regional organizations in the sphere of tourism.

International regional organizations play an important role on maintaining collaboration and partnership among states. Therefore, international-legal cooperation of Uzbekistan in the field of tourism is constructed through both bilateral and multilateral contractual bases.

It should be noted that, the system of legal regulation of international tourism relations is substantially complemented by regional contractual and institutional mechanisms of cooperation. The legal framework of cooperation between *CIS (Commonwealth of Independent States)* member states in the field of tourism begins its origin from 1993. In the CIS countries the coordination of the activities of the international tourism is seen in the framework of partnership in the humanitarian sphere. In the CIS Charter of tourism is indicated as one of the main objectives in humanitarian partnership, the expansion of which contributes to the involvement of a wide range of humanitarian cooperation of the potential partners [2].

While analyzing these norms and forms of cooperation, researcher divided the following forms of collaboration in current sphere:

1. Legal basis of cooperation, which collects treaties both in humanitarian and tourism spheres among the CIS memberstates;
2. Institutional cooperation in the framework of the CIS, which is connected with touristic activities in the field of tourism of member-states.In general, a regional legal framework and mechanism of regulating relations was formed on economic connections of the CIS, and in particular in the field of tourism. And, at the same time rates of law-making process, a depth and scope of the international-

legal binding dissatisfy to the necessities of modern development of regional tourism in the CIS space. Concerning the Republic of Uzbekistan, then in state's relationships with the CIS, mechanism of collaboration, allowing to form a legal base in the field of tourism is constructed. However, by analyzing the policy of the CIS concerning adoption and implementation of international-legal documents for tourism development, the *following drawbacks are observed:*

a) The absence of concretization and definition of terms, which are used in the sphere of tourism in international norms, and it is observed invalid use and implementation of them in agreements signed by the CIS. For further development of mutuality in this sphere, *it is advised to adopt a new legislative act of the CIS or to enhance the actual* (from 1994) by defining there the following international definitions as "tourism", "tourist", "sphere of tourism", "subjects of tourism" also, to classify different types and definitions of tourism, regimentation of treaty relations, insurance of tourists' risks, and financial responsibilities of tour firms and other questions, which are connected with actualization of tourism issues;

b) considering peculiarities and uniqueness of each CIS member states, there is no need to implement and continue to save the Model Legal Act "On tourism activity", adopted by the state members in Petersburg from 16.11.2006;

Uzbekistan participated in the Agreement on mutual acknowledgment of visas of participant states of Cooperation of Independent States (13.11.1992), however exited from the Agreement on 23.03.2000. *It would be expedient, to organize regional agreements on mutual acknowledgment of visas with the CIS and Central Asian Countries.* And it is time to promote legal and practical issues for multi-visa cooperation system in the regional basis. However, among the obstacles on constructing a single tourist space (zone) in the CIS, researchers considered, as instability of political situation, different economic status and development of CIS member-states, non-obedience of integration agreements and others [1, 31]. In order to tackle these barriers, it would be plentiful to activate the role of legal cooperation bodies, to adapt them to modern realities, develop national legal norms in accordance with the agreements which are signed among CIS member states.

Perspectives of the cooperation with the Organization of Islamic Cooperation (OIC) for Islamic pilgrimage development.

The OIC unites 57 countries with a population of about 1.5 billion people. They are the major source market for the global Islamic tourism industry. With estimated tourism expenditures of over $100 billion, these countries account for around 82 per cent of the total tourism expenditures made by the Muslim tourists in 2013-2014. Tourism has been defined as one of the ten priority areas of cooperation in the OIC Plan of Action to Strengthen Economic and Commercial Cooperation among the Member Countries, which was adopted in 1994 [6,2].

It should be emphasized that, Uzbekistan maintain tourism development through bilateral partnership with the OIC member states for the development of tourism.

However, tourism brand of Uzbekistan as a destination for pilgrimage tourism has not developed and well-known yet. This could be observed while analyzing the survey, which was organized by foreign experts during 2017. The results show that, only 2,2 % of total visitors (from 100%) in that period wanted to join pilgrimage [7, 30]. From our point of view, most of tourism resources in Uzbekistan concentrated on historical and cultural issues, it is necessary to reorient at existed potential regarding pilgrimage tourism by developing various tourism resources and institutional-legal conditions for it.

It should be noted that, with tourism and especially Muslim tourism the potential of Uzbekistan and considering 57 member states of the OIC, before counted bilateral agreements are not enough. From 2017 in the practice of Uzbekistan's bilateral cooperation on tourism has been enlarged by including there a new type of agreement for Uzbekistan- agreement for development of religious or "pilgrimage" tourism ("ziyarah tourism") with Muslim countries. Namely, with the states as Pakistan and Turkey the agreements have already been signed on it, which regulate the mutual relations in organizing special tours for pilgrimage in the territory of Uzbekistan.

Within the development of Islamic pilgrimage tourism in the Republic of Uzbekistan, the legal strengthening is expedient on the introduction of international standards, special terms and conditions for the provision of "Halal" conditions for the improvement of Ziyarah tourism in Uzbekistan. In particular, the creation of legal and financial foundation for the introduction of tourist business in the field of Ziyarah according to Muslim rules (Sharia Law) and practice of foreign countries in Uzbekistan. The ongoing changes and reforms on the implementation of "Halal" tourism and Islamic pilgrimage tourism in Uzbekistan show that measures have already been taken. In particular, the implementation of "Halal" certification, beginning the organization of the trainings on halal tourism and the project of building the halal hotels were the first steps in this list [4]. The improvement of Ziyarah tourism is directly connected with the organization of the infrastructure of halal tourism conditions in the Republic of Uzbekistan.

And it is known that, the Islamic world possesses enormous economic and investment potential, as well as energy resources to maintain high rates of sustainable socio-economic development and also tourism development. In this regard, of particular importance is the need to improve cooperation mechanisms and expand mutually beneficial trade and investment relations within the framework of the OIC, also between the states of the OIC zone.

Moreover, considering before mentioned factors and important geostrategic position of Uzbekistan in Central Asia, it would be advisable to sign *Memorandum of Understanding between the OIC (Organization of Islamic Cooperation) and the Republic of Uzbekistan for the Development of Islamic pilgrimage ("Ziyarah") tourism in Uzbekistan.* Consequently, this document would determine:

- significance of "Ziyarah" tourism in Uzbekistan;

- maintain legal regulatory framework for establishing “halal” Muslim friendly supply chain in Uzbekistan;
- regulate the implementation of international standards in this sphere;
- prevent the collaboration in struggle against negative impacts of tourism on security of the parties;
- certainly, would maintain investments in order to realize “Halal” conditions for Muslim tourists;
- it would effect on establishing employment for the population of Uzbekistan.

Also, the establishment of institutional mechanism for the realization of the Memorandum in the form of Working group or Special Joint Committee would also tackle various issues and misunderstandings concerning the implementation of the best practices in “Halal” tourism.

Conclusion

In the 21st century, the harmonization of tourism with the achievement of the sustainable development goals in the world confirms the topicality of the legal regulation of the relations in this sphere. The first Universal «Framework Convention on Tourism Ethics» of the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) from 2017 underlined: “to develop tourism with a view to contributing to economic development, international understanding, peace, prosperity and universal respect for, and observance of, human rights and freedoms for all without any kind of distinction” [5]. With this regard, the considerable focus has been observed on the enhancement of the legal framework of the states’ and the international organizations’ cooperation on tourism development and perfection of international-legal norms on tourists’ rights and responsibilities. The Republic of Uzbekistan’s active participation in multilateral cooperation in the sphere of tourism plays the vital role on enhancing multicultural and humanitarian relations with the other countries of the world.

BIBLIOGRAPHY

1. Стригулина А.В. Сотрудничество Российской Федерации в рамках СНГ по вопросам правового регулирование международного туризма // Туризм: право и экономика. - М., 2005. - №4. - С.31.
2. Устав Содружества Независимых Государств от 22 января 1993 года.
3. Article 3, Agreement between the Government of the Republic of Uzbekistan and the World Tourism Organization concerning the Silk Road Office in Samarkand.P.3
4. “Халяль туризм: В Ташкенте стартовал тренинг с участием международных экспертов” https://kun.uz/ru/news/2018/11/13/halal turizm-v-taskente-startoval-trening-s-ucastiem-mezdunarodnyh- ekspertov (Last seen: 02/05/2019).

5. Framework Convention on Tourism Ethics. Retrieved from: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/frameworkconventionontourismethics-esdt101117.pdf (Last seen: 08.10.2017).
6. International Tourism in the OIC countries: Prospects and Challenges. 2015. The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC). - P.2. Available at: https://www.oic-oci.org/docdown/?docID=1771&refID=1071.
7. International Visitor Trend Survey Report, Centre of Business and Tourism Development (CBTD). - Khiva. Uzbekistan. 2018. - P.30. Available at: http://www.visitkhiva.net/wp-content/uploads/2018/03/survey_report20180303-web.pdf

O‘TKIR HOSHIMOVNING “DUNYONING ISHLARI” ASARI TARJIMASIDA MILLIY KOLORITNI IFODALASH USULLARI

Valieva Noiba Abbosxanovna TDShU huzuridagi Konfutsiy nomidagi o'zbek-xitoy instituti o'qituvchisi
naying1564@mail.ru

Annotatsiya: *Ushbu maqolada o'zbek xalq adibi O'tkir Hoshimovning “Dunyoning ishlari” asari tarjima jarayonidagi masalalarga aynan lakunalarga to'xtalib, lakuna o’zi nima hamda badiiy asar tarjimasida qanday ro’l o’ynashi haqida qisqacha ma’lumot berib o'tilgan.*

Kalit so‘zlar*: badiiy tarjima, lakuna, ekvivalentsiz leksika, tarjimashunoslik, chillak o‘yini,sumalak, salomlashuv iborasi.*

“Dunyonong ishlari doim shoshilinch”
生活琐事总是紧迫 Zamon shiddat bilan rivojlanayotgan bir davrda turli millatlarning bir-biri bilan muloqotga va o‘zaro ma’lumotlar almashishga talab kuchayadi. Markaziy Osiyo va Xitoy xalqlari o‘rtasida diplomatik,iqtisodiy aloqalarning rivoji alohida ahamiyatga ega bo‘lgan[2,38-39]. Darhaqiat, bu ikki millatning diplomatik aloqalari barcha sohada rivojlanishga turtki bo‘ldi. So‘nggi o‘n yilda millatlar ma’daniyatlariaro aloqasi kundalik holatga

aylandi.Buesa albatta, dunyotarjimashunoslik birliklarini,lingvistik manzarasini o‘zgarishiga olib keldi. Endilikda ma’lum bir millatga tegishli an’ana, urf-odatga xos so‘zlarning ham muqobil tarjimasiga talab oshdi. Sababi texnika davrida millatlararo muloqotda asosiy to‘siq milliylik, urf-
odatga xos so‘zlar va iboralar ya’ni lakunalardir.

Lakuna (lot. lacuna - tushunchadagi o‘prilgan joy, o‘pirilish proval, bo‘shlik, kavak; fransuzcha. lacune – bo‘shliq, bo‘sh joy, yetishmovchilik)-lingvistikada tilning leksik tizimida o‘zga bir tildagi ma’lum bir ma’noni ifodalovchi so‘zning yoqligi ya’ni ekvivalentsiz leksika.

Ilmiy adabiyotga «lakuna» atamasini ilk bora kanadalik tilshunoslar J.P. Vine va J. Darbelnelar kiritgan bo‘lib, ular quyidagicha izoh berishgan: «bir so‘z ifodalaydigan ma’noning ikkinchi bir tilda mavjud bo‘lmasligi holati» deya ta’rif beradilar.Iroqlik tilshunos olim Mehdi F. Al-G’azzoliy lakunalar ko‘pincha semantik sohalarda paydo bo‘lishi, ya’ni “semantik maydon strukturasida ma’lum bir joyda leksemaning mavjud bo‘lmasligi”da aniqlanishini ko‘rsatadi. Semantik maydon tilshunoslikda yana shuningdek, leksik maydonlar ham deb yuritilib, leksik sathlarda o‘rganilsada, ularning qamrovi juda keng[3,91-93].

“Lakunalar dunyoning barcha tillarida uchraydigan hodisadir. Bu holat turli tillrdagi denotativ semalarning to‘liq mos kelmasligi natijasida hosil bo‘ladigan lakunalar deb ataladi”[4,35]. Yuqoridagi fikrlardan ko‘rinib turibdiki, tarjima jarayonida o‘zga til sohibiga ba’zi so‘zlarni izoh va misollar orqali tushuntirish darkor.

Asardagi ba’zi novellalarda uchragan lakunalarni ko‘rib chiqsak: *Erta ko'klamda sumalak, ketidan ismaloq, keyin qarabsizki, tut pishadi. 春初做“苏马拉可”，接着有菠菜，然后是桑葚。*

Chūn chū zuò “sū mǎ lā kě”, jiēzhe yǒu bōcài, ránhòu shì sāngrèn.

Yuqorida berilgan “Eng og’ir gunoh ” novellasida “*sumalak”* so‘zida lakunarlikni ko‘rish mumkin. Ushbu gapda *“sumalak ”* so‘zini fonetik tarjima qilib, uning semantik ma’nosi kitobxonda shu so‘zga oid tushuncha paydo bo‘lishi uchun iqtibosda milliy taomligini va qanaqa mahsulotlardan tayyorlanishi haqida aytib o‘tganmiz.

每次春初做的一种传统小吃。要放小麦汁，小麦面粉，白糖，核桃或者小石头。

Měi cì chūn chū zuò de yī zhǒng chuántǒng xiǎochī. Yào fàng xiǎomài zhī, xiǎomài miànfěn, báitáng, hétáo huòzhě xiǎo shítou.

Har yili erta bahorda tayyorlanadigan milliy taom. Bug’doy uvitmasi, un, qand, yong’oq yoki tosh solib pishiriladigan taomdir.

Tarjima jarayonida joy nomlari ham uchrab turdi va biz ularni ba’zilarini tarjima qilgan bo‘lsak, ba’zilarini lotin yozuvida qoldirdik . Masalan, “Ikki afsona” novellasida adib o‘z onasi bilan suhbat chog’ida “*Do'mbrobod”* so‘zi uchragan, o‘zbek kitobxoni joy nomi ekanini va qayerdaligini ham darhol faxmlaydi, biroq xitoylik kitobxon uchun bu umuman notanish so‘z bo‘lgani uchun ham qisqacha izoh berib o‘tdik:

— *Toshkent katta shaharmi?*
— *Juda katta shahar.*
— *Undan kattasi yo'qmi?*
— *Bo'lsa bordir. Sen o'sha shaharlarni yaxshi ko'rish uchun Toshkentni yaxshi ko'rishing kerak. Toshkentni yaxshi ko'rish uchun o'zimizning Do'mbrobodni yaxshi ko'rgin, xo'pmi?*
—“塔什干是大城市吗？”
—“很大的城市。”
—“比塔什干大的没有吗？”
—“可能有。如果你想喜欢大城市，**先要喜**欢塔什干。要是想喜欢塔什 **干，先要喜**欢 ***Do'mbirabod*（塔什干一个小区的名字），要喜**欢我们 **的胡同，好吗？”**
— *“Tăshéngàn shì dà chéngshì ma?”*
— *“Hěn dà de chéngshì.”*
— *“Bǐ tăshéngàn dà de méiyǒu ma?”*
— *“Kěnéng yǒu. Rúguǒ nǐ xiăng xǐhuān dà chéngshì, xiān yào xǐhuān tăshéngàn. Yàoshi xiăng xǐhuān tăshéngàn, xiān yào xǐhuān Do'mbirabod(tăshéngàn yīgè xiăoqū de míngzì), yào xǐhuān wǒmen de hútòng, hăo ma?”*
Do‘mbirabod dahasi Toshkent shahri Chilonzor tumanida joylashgan bo‘lib, adib aynan shu yerda yashab,ijod qilgan.
Yana bir novellada esa o‘zbek xalqiga xos bolalar o‘yinini tushuntirib o‘tganmiz. Sababi bu so‘z lakuna bo‘lib, tarjima qilinayotgan tilda uni to‘liq ifodalovchi so‘zni uchratmadik. Yuqorida aytib o‘tilganidek, asosan faqat ma’lum bir millatga xos udumlar, an’analarni ifodalovchi so‘zlar sabab lakunalar hosil bo‘ladi:
Har faslning o'z o'yini bor: erta bahorda chillak, varrak, yozda futbol, kech kuzda lanka tepish... Faqat ikkita bola o'yinga ko'p qo'shilmasdi.
我们每个季节有自己的游戏。**春天的游**戏有：打栎，放风筝。夏天我们会踢**足球**，**而秋天就到了踢**毽子的时候，只有两个孩子很少跟我们一起玩。

Wǒmen měi gè jìjié yǒu zìjǐ de yóuxì. Chūntiān de yóuxì yǒu: Dă guăi, fàng fēngzhēng. Xiàtiān wǒmen huì tī zúqiú, ér qiūtiān jiù dàole tī jiànzi de shíhòu, zhǐyǒu liăng gè háizi hěn shăo gēn wǒmen yīqǐ wán.
Chillak [f.-bir turli bolalar o‘yini] Bitta uzun, bitta kalta yog'och bilan o‘ynaladigan bolalar o‘yini va shu o‘yinda xizmat qiladigan ingichka yog'och[5,484].
一种游戏。把两个木棍放在一起，用一个比较长的一个比较短的棍击打所有 的棍。

Yī zhǒng yóuxì. Bă yīxiē mù gùn fàng zài yīqǐ, yòng yīgè bǐjiào zhăng de gùn jī dă suǒyǒu de gùn。

Yuqoridagi misollarda tarjimada lakunarlik holati ko‘plab novellalarda uchrab, o‘zbek xalqining an’anasini,o‘ziga xosligi va o‘zgacha koloritini ifodalagan.

Quyida esa diniy so‘zlardan biriga to’xtalib o‘tganmizki, har bir millat o‘z ma’daniyati va turmushida diniy aspektlar uchraydi, ular o‘zaro chambarchas bog’liqdir. “Ermon buva” novellasidagi keltirilgan quyi jumladagi “Xizr” so‘ziga izoh berib o‘tdik:

— *Assalomu alaykum, buvajon, — deb salom beradi.*

— *Vaalaykum assalom, mullo bo'ling, tasadduq, — deydi Ermon buva salmoqlab. Bari bir uning ovozi salmoqli chiqmaydi: xotinlarnikidek ingichka, ammo nihoyatda mehribon. Uni har ko'rganda oyim aytib bergan Xizr esimga tushadi. Nega deganda Ermon buvaning sochi ham, soqoli ham, hatto ko'ziga qayrilib tushgan o'siq qoshlarigacha oppoq. Oppoq yaktak, lozim kiyib yuradi. Habiba buvi kiyimini doim top-toza qilib yuvib, dazmollab beradi. Yaktagining delvagay yoqasidan ko'rinib turgan ko'kragidagi tuklariyam oppoq. Faqat ikki yuzi qip-qizil. Oyimning aytishiga qaraganda, farishtali odamning yuzidan nur tomib turarmish. Farishtaning qanaqa bo'lishini bilmaymanu, ammo Ermon buvani yaxshi ko'raman. Judayam yaxshi ko'raman.*

“你好！乖孩子。”虽然他的声音像女生一样尖细但他很善良。

我每次看见他就想起来妈妈讲的黑泽尔。因为艾芒爷爷的头发、胡子、 连眉毛也白色的，穿白色的袍子。哈比芭奶奶总是洗干净、熨好他的袍子。 他全身都是白色的，只两个面颊是红色的。用妈妈的话来说，艾芒爷爷就像 天使一样。我不能想象天使怎么样，但我喜欢艾芒爷爷，很喜欢。

“Nǐ hǎo! Guāi háizi.” Suīrán tā de shēng yīnxiàng nǚshēng yīyàng jiān xì dàn tā hěn shànliáng.

Wǒ měi cì kànjiàn tā jiù xiǎng qǐlái māmā jiǎng de hēi zé ěr. Yīnwèi ài máng yéyé de tóufǎ, húzi, lián méimáo yě báisè de, chuān báisè de páozi. Hā bǐ bā nǎinai zǒng shì xǐ gānjìng, yùn hǎo tā de páozi. Tā quánshēn dōu shì báisè de, zhǐ liǎng gè miànjiá shì hóngsè de. Yòng māmā dehuà lái shuō, ài máng yéyé jiù xiàng tiānshǐ yīyàng. Wǒ bùnéng xiǎngxiàng tiānshǐ zěnme yàng, dàn wǒ xǐhuān ài máng yéyé, hěn xǐhuān.

Jumlada “Xizr” so‘zi ishlatilgan bo‘lib, kitobxonga bu so‘z yanada tushunarli bo‘lishi uchun izoh berib o‘tdik. Xizr (a.s.), Hazrati Xizr, Xizr buva, Xizr Ilyos- Qur’onida “Allohning quli” nomi bilan tilga olingan taqvodor zot. X.(a.s.)manba va o‘g’zaki rivoyatlarda payg’ambar,ulug’ valiy sifatida talqin etiladi.Asl nomi Umriyo (a.s.)dir. U zot qiyomatga qadar hayot bo‘lib dunyo kezadi deyiladi[6,670]. Xitoy tilida qisqacha ma’lumot berib o‘tdik:

他是一个先知。根据传说他是个成永生不死了，住在各个地方。他总是帮助*没有钱的人*

Tā shì yīgè xiānzhī. Gēnjù zhuàn shuō tā shìgè chéng yǒngshēng bùsǐle, zhù zài gège dìfāng. Tā zǒng shì bāngzhù méiyǒu qián de rén

Ko‘rinib turibdiki, bu so‘z ham lakuna hisoblanib, musulmon sharqi mamlakatlari, jumladan, Markaziy Osiyo xalqlari orasida keng tarqalgandir. Ushbu novallada yana bir so‘zni ko‘rib chiqsak:

Bolalaru qizlar chuvillashib baravar salom berishadi. Ermon buva alik oladi- da, chordana qurib o'tiradi. Boyagi tugunni shoshilmasdan yechadi.

孩子们都同时跟他打招呼。他盘腿坐就打开小包。

Háizimen dōu tóngshí gēn tā dǎzhāohū . Tā pántuǐ zuò jiù dǎkāi xiǎobāo.

Assalomu alaykum(arab.-sizga tinchlik, salomatlik tilayman)-musulmonlar o‘zaro uchrashganda ishlatiladigansalomlashuv iborasi.Salom qabul qiluvchi “Va alaykum assalom”(“Sizga ham tinchlik,salomatlik tilayman”) deb javob qaytaradi[5,70].

色兰 sè lán – Assalomu aleykum (arab.-sizga tinchlik tilayman)- musulmonlar o‘zaro uchrashganda ishlatiladigansalomlashuv iborasi[7,114].

穆斯林人见面时候，每次拜功后互相要说：**“阿萨俩穆坤/色兰”。意思是： 祝您和平与健康。**

Mùsīlín rén jiànmiàn shíhòu, měi cì bài gōng hòu hùxiāng yào shuō:“Ā sà liǎ mù kūn/sè lán”. Yìsi shì: Zhù nín hépíng yǔjiànkāng.

O‘zbek va xitoy xalqi azaldan qardosh xalqlar ekanligi barchamizga ma’lum. Bu ikki xalqlar o‘rtasida o‘xshashliklar bo'lganidek, kundalik odatlari, yashash sharoiti, iboralari va oilaga bo‘lgan munosabatida o‘ziga xoslik va o‘zgachalik mavjud. Asarda esa aynan o‘zbek xalqi kundalik hayoti yoritilgan.

Darhaqiqat ,bir-biri bilan to‘liq o‘xshash ma’daniyat bo‘lmaganday,ikki til doirasida muqobil leksika uchramaydi. Shu sababli ham lakunarlik holati asosan milliylikni va urf-odatlarni ifodalovchi leksemalar orasida uchraydi.Albatta, lakunalarni o‘zga til vakiliga tushunarlik qilib yetkazishda badiiy tarjimada iqtibos,sharhlardan foydalaniladi. Umid qilamizki, tarjima ishimiz kelajakda o‘zbek va xitoy xalqlarini yanada yaqinlashtirishda o‘z hissasini qo‘shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O‘tkir Hoshimov “Dunyoning ishlari”, “Sharq” nashriyoti-matbaa aksiyadorlik kompaniyasi, bosh tahririyat, Toshkent-2005.
2. Nosirova S.A. Xitoy tilining ijtimoiy-siyosiy va diplomatik terminologiyasi. O‘quv qo‘llanma-Toshkent,2011.-B.37-38b.
3. “O‘zbekiston-Xitoy aloqalari yangi bosqichda:Tarixiy-madaniy,ilmiy va iqtisodiy aloqalar rivoji” xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to‘plami- Toshkent,2019.-B.91-93b.
4. Рахимов Ғ. Социолингвистиканинг долзарб масалалари. Самарқанд- 2007.- 35б.
5. O‘zbek tilining izohli lug’ati. “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti. 5jild. Toshkent 2006-2008.
6. Islom ensiklopediyasi. “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti-T.,2017.-672b.
7. Mirzabadal Kaunbayev. “Xitoycha-o‘zbekcha islomshunoslik atamalari izohli lug'ati”, “Adabiyot uchqunlari”- T.,2018.-166b.
8. Cihai . Пекин, 1979.- 2215б.
9. Китайско-русский словарь. Сост. Фу Чонг.- Шанхай, 2004.- 1249б.

INGLIZ VA O‘ZBEK MAQOLLARINING LINGVOKULTUROLOGIK JIHATLARINI TAHLILI

Nargiza Xosiyatqulovna Xodjaqulova
A.Navoiy nomidagi Toshkent davlat
o'zbek tili va adabiyoti universiteti,
Madaniyatlararo muloqot va turizm kafedrasi katta o'qituvchisi
nargizakhojakulova@yandex.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada folklorning eng muhim janrlaridan biri bo’lgan maqollar haqida so’z boradi, umuman olganda, xalq ijodiyotini o’rganish, tadqiq qilish, bugungi kunda juda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Maqollar xalq donishmandligining nodir namunalari sifatida og’zaki badiiy ijodning keng tarqalgan mustaqil janridir. Shartli ravishda ularni xalqona odob-axloq qoidalari deb atash mumkin. Zero,maqollar xalqning asrlar davomida hayotiy tajribalarida sinalgan ijtimoiy-siyosiy, ma`naviy-madaniy, axloqiy-falsafiy qarashlarining g’oyat ixcham, siqiq va obrazli ifodasidan tug’ilgan hodisadir.

Kalit so’zlar: folklor, lingvokulturologik jihatlari, til va madaniyatning o’zaro bog’liqligini tasvirlash, paremiologiya

Ishning maqsadi ingliz va o’zbek tillaridagi maqollarning lingvokulturologik va semantik xususiyatlarini qiyosiy, lingovamadaniy va mavzuviy jihatdan tadqiq etish asosiy maqsad qilib olindi.
Mazkur maqsadni amalga oshirish uchun quyidagi **vazifalarni** bajarish lozim deb topildi:

✓ “Maqol” terminining folklorshunoslik va tilshunoslikda bog’liq holda qo’llanilish xususiyatlarini aniqlash;

✓ Ingliz va o’zbek maqollarining har ikki tilda qay darajada o’rganilganligini aniqlash;

✓ O’zbek va ingliz maqollarining lingvokulturologik jihatlarini tahlil qilishda til va madaniyatning o’zaro bog’liqligini tasvirlash;

✓ Ingliz va o’zbek tillaridagi nutqda o’ta faol bo’lgan maqollarni tematik guruhlarga ajratib, ularning semantik tahlillarini olib borish.

Mashhur tilshunos *Dal* aytganidek, *“maqollar to’plami – bu xalq tilidan, tajribadan olingan hikmatlar majmuasi, sog’lom aql sarasi, xalqning hayotda orttirgan haqiqati”.*[4]
Maqollar g'oyatda keng tarqalgan bo'lib, asrlar davomida jonli so'zlashuv va o'zaro nutqiy munosabatlarda foydalanibgina qolmay balki badiiy, tarixiy va ilmiy asarlarda, siyosiy va publitsistik adabiyotlarda ham doimiy ravishda qo'llanilib kelingan va bugungi kunda ham juda faoldir.
Maqollar xalq donishmandligining nodir namunalari sifatida og’zaki badiiy ijodning keng tarqalgan mustaqil janridir. Shartli ravishda ularni xalqona **odob-axloq qoidalari** deb atash mumkin. Zero, maqollar xalqning asrlar davomida

hayotiy tajribalarida sinalgan ijtimoiy-siyosiy, ma`naviy-madaniy, axloqiy-falsafiy qarashlarining g'oyat ixcham, lo'nda, siqiq va obrazli ifodasidan tug'ilgan hodisadir.[8, 91]

Maqollar xalq hayotini, uning o'tmishdagi iqtisodiy, siyosiy va madaniy turmush darajasini o'rganishda asosiy vazifani o'taydi. Haqiqatdan ham maqollar turli ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni, xalqning etik va estetik normalarini, etiqodiy tasavvurlarini, maishiy turmushi va mehnat tarzini, sevgi va nafratini, orzu va intilishlarini obyektiv baholaydi**.**

Xalq paremik ijodiyoti o'ziga xos qonuniyatlar va rivojlanish tamoyillariga ega. Uning bu xususiyatlarini folklorshunoslikning ***paremiologiya*** sohasi o'rganadi. ***Paremia*** grekcha so'z bo'lib, hikmat, naql, hikmatomuz obrazli ibora ma'nolarini anglatadi.

Xalq parameki ijodiyoti namunalarini to'plash va yozib olish hamda kitobat qilish bilan esa ***paremiografiya*** **shug'ullanadi.**

Maqol atamasi ***arabcha – qavlun –gapirmoq, aytmoq*** so'zidan olingan bo'lib, aytilib yuriladigan ifoda va iboralarga nisbatan qo'llaniladi. Barcha tomonidan deyarli bir xilda aytilib, bir xilda tushuniladigan ibora, ifodalar, asosan, maqol janrini tashkil qiladi.[8,91]

A.M.Gor'kiy xalq maqollarining roliga yuksak baho bergan edi. *«Eng ulug` donolik so`zining soddaligidir» -deb yozadi u.*[3]

Mashhur rus yozuvchisi L.N.Tolstoy *"Har bir maqolda men shu maqolni yaratgan xalq siymosini ko'raman"* degan edi.

Maqol ishlatmagan bironta xalq, maqol ijod qilmagan bironta til yo'q. "Dunyoda tilsiz xalq bo'lmagani kabi, maqolsiz til ham yo'q", - deb ko'rsatadi tatar yozuvchisi Noqiy Esanbat.

Ushbu maqolamizda o'zbek va ingliz maqollarining lingvokulturologik jihatlarini tahlil qilishda til va madaniyatning o'zaro bog'liqligini tasvirlash, o'zbek va ingliz tillaridagi maqollarning mavzu jihatidan bir-biriga o'xshash tomonlarini ko'rib chiqish va ulardagi ***mentalitet*** va ***milliy xarakterning*** ifodalanishi kabi masalalarga chuqurroq yondashishiga harakat qilamiz.[11]

Til har bir millatning madaniyatini, qadriyatlarini va e'tiqodini, umuman xalqning o'ziga xos jihatlarini ifodalashda eng muhim omildir. Tilshunos olimlardan Nida biror xalqni tilini o'rganishda uning madaniyatini ham o'rganish muhim ekanligini aytadi. Uning ta'kidlashicha til va madaniyat bir-biriga bog'liq ravishda rivojlangan o'xshash sistemadir. U buni quyidagicha izohlaydi: "Cultural factors are deeply interwoven with the language, and thus are morphologically and structurally reflected in the forms of the language." (Teliya V. Bragina N. Oparina E. Sandomirskaya I. Phraseology as a language of culture: its role in the representation of a collective mentality in Cowie (ed.) 1998. – 203p.) [17]

V. Teliya tilshunos va folklorshunos olim sifatida madaniyatni til bilan bo'g'liqligida paremiologiya sohasini rolini alohida ta'kidlab o'tadi. Uning aytishicha, til butun bir madaniyatni o'zida ifodalar ekan, shubxasiz paremiologoya sohasi ham tilning egasi bo'lmish xalqning madaniyatini juda chiroyli va chuqur ifodalay oladi.Bunday holatni o'zaro til va madaniyatning qorishib ketgan sohasi ya'ni lingvokulturologiya asoslay oladi. Teliya buni shunday ataydi:

"if language contributes to the formation of a collective cultural identity, also paremiology, due its wide spectrum of different forms of usage and due to the fact that it often includes elements which have a strong relationship with the culture of a specific country (part of the body, animals, and colors), can be considered as a domain of linguistics which seems to adequately illustrate the correlation between culture and language. This suggests a new direction of research for proverb studies, called "linguo-cultural investigation", or the analysis of proverbs for cultural data as represented in linguistic meanings" [17]

Maqollar nazariyasi haqida o'z izlanishlarini olib borgan olimlardan biri Trench bo'lib, u maqollardagi 3 narsani "***shortness, sense, salt " ya'ni "qisqalik, hissiyot,ta'm" ni juda muhim deb hisoblaydi. Bularni quyida qisqacha keltiramiz:*** [16]

1. **Shortness (Qisqalik): Trench maqollardagi qisqalik eng muhim omil deb** aytadi. Yaxshi maqol hamisha qisqa, yurakdan aytilib yurakka yetib borishi lozim deydi. U ba'zan 2,3, yoki undan ortiq so'z bilan ifodalangan bo'lishi ham mumkin. Maqollar odatiga ko'ra ixcham shaklga ega, biroq olam-olam ma'no anglatishi zarur degan fikrlarni keltiradi.
2. **Sense (Hissiyot): Trenchning ta'kidlashicha maqollarda hissiyot maqolni**

obrazliligini oshiribberadi.

3. **Salt (Tam): "a proverb must have salt, that is, besides its good sense it must** in its manner ……Trench, C.R. On the Lessons in Proverbs. - New York: Redfield, 1853. – 157p.)[16]

Maqollar xalq ijodiyotining bebaho namunasi bo'lib, o'sha xalqning milliy – madaniy xususiyatlarini, dunyoqarashi va millatning ruhiyatini ifodalaydi.

Maqollarni qiyosiy jihatlarini o'rganish asnosida ularning ***lingvokulturologik*** jihatlariga to'xtalmay ilojimiz yo'q. Bu orqali tadqiq etayotgan tillarimizdagi maqollarning bir-biriga ***o'xshash va farqli tomonlarini***, shu til egasi bo'lmish xalqning o'ziga yarasha ***madaniyati*** va o'ziga xos ***mentalitetini*** ko'rsatishga harakat qilamiz.

Shuni ta'kidlash joizki, ingliz va o'zbek maqollarining lingvokulturologik xususiyatlariga to'xtalar ekanmiz, shu o'rinda har ikkala tilda mavjud bo'lgan maqollarning mavzu jihatidan bir-biriga o'xshash va farqli tomonlarini o'rganish ishimizning ushbu qismini boyitib beradi. Bundan tashqari har ikkala tilda mavjud bo'lgan maqollarning ma'lum mavzu doirasiga kirishi va bu mavzuga doir maqollarning har ikkala tilda muqobil variantlarini topa olish orqali xalqning ayrim o'ziga xos xususiyatlarni ifodalashga harakat qilamiz. Maqollarning

umumiy ma’nosidan kelib chiqib, ularni ma’lum mavzu doiralarga ajratish orqali ingliz va o’zbek xalqlarining mentalitetiga xos jihatlarni maqollarda ifodalanish xususiyatlarini keltirib o’tamiz. Ingliz va o’zbek tillarida mavjud bo’lgan maqollarining barcha mavzuga oid jihatlarini o’rganib chiqamiz. Asosan har ikkala tilda bor bo’lgan yoki umuman uchramaydigan maqollarning qiyosiy tahlilini qilgan holda nega tilda mavjud yoki mavjud bo’lmaganlik sabablarini o’rganib chiqamiz.

O’zbek va ingliz xalq maqollari mavzu jihatidan juda rang-barangdir. Agar barcha o’zbek va ingliz xalq maqollari keltirilgan to’plamlarni ko’rib chiqadigan bo’lsak, ularda o’zbek xalqi hayotining har bir jabhasida uchraydigan narsalar va turli xil hodisalarning maqollarda ifodalanishiga guvoh bo’lamiz.

Filologiya fanlari doktori, professor To’ra Mirzayev, Asqar Musaqulov, Bahodir Sarimsoqovlar tomonidan 2005- yilda chiqqan to’plamida o’zbek xalq maqollarining 70 ga yaqin mavzudagi maqollarning jamlanmasi berilgan.[14] To’plamda o’zbek xalq hayotining barcha sohalarida uchraydigan maqollarni topishimiz mumkin. Ilmiy ishimizning ushbu qismining asosiy maqsadidan kelib chiqqan holda “O’zbek xalq maqollari” to’plamidagi bir xil mavzudagi maqollarning har ikkala tilda muqobil variantiga ega yoki ega emasligini sabablarini xalqlarning mentalitetidan kelib chiqqan holda isbotlashga harakat qilamiz. Tahlil qilinadigan barcha o’zbek xalq maqollarining inglizcha muqobil variantlarini K.M.Karomatova va H.S.Karomatovlarning “Proverbs. Maqollar. Пословицы” deb nomlangan kitobidan keltiramiz.[9]

Maqollarning lingvokulturologik xususiyatlarining tahlili

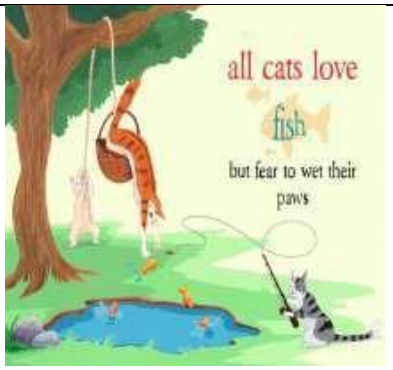
Inson xususiyatlarini ko’rsatuvchi hayvon obrazlari qatnashgan ingliz va o’zbek maqollarining tahlili.

- Xalq maqollarida eng ko’p uchraydigan obrazlardan biri-hayvonot olami, ya’ni hayvonlarning maqollarda ishtirokidir. Hayvon obrazlarining maqollarda keltirilishi nafaqat maqollardagi obrazlilikning kuchaytirilishi, balki ularning yanada ta’sirchan bo’lishiga asos bo’ladi.
-

Ingliz va o’zbek maqollari ustida bugungi kungacha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar shuni ko’rsatadiki, aynan hayvon obrazlari qatnashgan maqollar ingliz va o’zbek xalq maqollarining katta ko’pchilik qismini tashkil qiladi. Asosan *horse-ot, lion-sher, fox-tulki, wolf-bo’ri, bear-ayiq, bird-qush, cow- sigir, asseshak, dog-it,cat-mushuk, fly-pashsha, goose-g’oz, hen-tovuq, duck-o’rdak kabi* so’zlar maqollar tarkibida juda faol qatnashadi.

- Tahlil qilinadigan barcha maqollar K.M.Karomatova va H.S.Karomatovlarning “Proverbs. Maqollar. Пословицы” deb nomlangan kitobidan keltiriladi

№	Mavzu	Inglizcha maqol	O’zbekcha tarjimasi	O’zbekcha muqobil varianti
1	*Vatan va vatanparvarlik*	Every bird likes its own nest.	Har bir qush o’z inini sevadi.	Bulbul chamanni sevar-Odam Vatanni
2	*Mehnatsevarlik va ishyoqmaslik*	Speak less but do more.	Ko’p gapirma, ko’p ishla	Qo’ling ishda, ko’ngling Allohda bo’lsin.
3	*Halollik va tekinxo’rlik*	Back is spent under his belly, What is got over the devil's.	Shayton kuchi bilan topilgan, shayton puchi bilan ketar.	Haromdan yig'ilgan haromga ketar
4	*Yaxshi so’z va yomon so’z*	A bad excuse is better than none.	Xohlamasdan kechirim so'rash yo'g'idan yaxshidir.	Yaxshi gap bilan ilon inidan chiqar, Yomon gap bilan musulmon dinidan.
5	*Botirlik va qo’rqoqlik*	Losers are always in the wrong.	Yutqazganlarning doim jahli chiqadi.	Yiqilgan kurashga to’ymas.
6	*Donolik va nodonlik*	Long hair and short wit.	Sochi uzun, aqli kalta.	Aqlli boshda soch turmas.
7	*Ilm,kasb-hunar va ilmsizlik*	Invention breeds invention.	Topqirlik topqirlikni yaratadi.	Bilimlining bilimi yuqar, Bilimsizning nimasi yuqar.
8	*Go’zallik va xunuklik*	Beauty will buy no beef.	Chiroyga go'sht olib bolmas.	Chiroyga non botirib yeb bolmas.
9	*Vaqt va fursat qadri*	Time and tide wait for no man	Vaqt va suv to'lqini odamni poylamas.	Vaqt — g'animat, o'tsa — nadomat.
10	*Oila va qo’shnichilik*	A good wife makes a good husband.	Yaxshi xotin yaxshi erni yaratadi.	Erni er qiladigan ham xotin, Qora yer qiladigan ham xotin.

№	Mavzu	Inglizcha maqol	maqolning obrazli ifodasi	O’zbekcha tarjimasi	O’zbekcha muqobil varianti
1	Vaqt va fursat qadri	To kill two birds with one stone		Bir tosh bilan ikkita qushni o’ldirish	Bir o’q bilan ikkita quyonni urish
2	Rizq - nasiba	Kill the goose that laid the golden eggs.		Oltin tuxum qo'yadigan g'ozni o'ldirmoq.	O'zing suv ichadigan quduqqa tupurma.
3	Maqsad sari ildam qadam.	All cats love fish but fear to wet their paws.		Mushuk baliqni xush ko'rar, ammo oyog'ini ho'llashdan qo'rqar.	Baliqni xush ko'rgan, qiltanog'idan qo'rqmas.
4	Buzg’unch ilik, yomonlik	Fish begins to stink at the head		Baliq boshidan sasiydi	Baliq boshidan chiriydi
5	E’tiborsizlik, ehtiyotsizlik Tinchlik,	Let sleeping dogs lie.		Uxlab yotgan kuchuklarni uyg'otmang.	Yotgan ilonning quyrug'ini bosma.
6	Vatan va vatanparvarlik	Every bird likes its own nest.		Har bir qush o’z inini sevadi.	Bulbul chamanni sevar-Odam Vatanni

Hayvon obrazlari qatnashgan ingliz va o'zbek xalq maqollarining har ikkala tildagi variantlarida hamma vaqt ham bir xil hayvonlar ifodalanmasligi mumkin. Masalan:

Inglizcha: ***Let sleeping dogs lie.***

O'zbekcha tarjimasi: ***Uxlab yotgan kuchuklarni uyg'otmang.***

O'zbekcha ekvivalenti: ***Yotgan ilonning quyrug'ini bosma.***

Maqolning inglizcha variantida **"dog"** ya'ni **"it"** ishlatilgan bo'lsa, o'zbekcha variantida **"ilon"** obrazidan foydalanilgan. Ammo bu bilan maqolning o'zbekcha yoki inglizchadagi ma'nosi o'zgarib qolmaydi. Umumiy ma'noda e'tiborsizlik, ehtiyotsizlik ifodalangan.

Xulosa

Keltirib o'tgan maqollarimizning tahlil natijalaridan quyidagi xulosalarga kelishimiz mumkin:

- ingliz va o'zbek xalq maqollarining ko'pchilik qismida hayvon obrazlari ifodalangan bo'lib, ularning asosiy funksiyasi inson xarakterini ifodalashdir;
- hayvon obrazlari qatnashgan maqollar insonlarning asosan ijobiy va salbiy xarakterlarini tavsiflaydi;
- hayvon obrazlari keltirilgan ingliz tilidagi maqollarning o'zbekcha muqobil variantlarida aynan bir xil hayvonning nomi ishlatilmasligi yoki umuman hayvon nomi qatnashmasligi maqolning har ikki tildagi umumiy ma'nosiga ta'sir ko'rsatmaydi.

Ingliz va o'zbek maqollarining semantik xususiyatlarini o'rganish jarayonida, ayrim mavzudagi maqollarning o'zaro ***o'xshash va farqli*** jihatlarini ko'rib chiqdik. Ingliz maqollarini o'zbek tiliga yoki o'zbek maqollarini ingliz tiliga tarjima qilish va maqollarning muqobil variantlarini keltirish jarayonida aynan ma'no mazmunini saqlab qolish juda muhim hisoblanadi. Shuning uchun ham maqollar bilan ishlash avvalo ularning semantik xususiyatlarini, har bir maqolning asl ma'no-mazmunini chuqur o'rganib chiqishni talab qiladi. Aks holda xato tahlil qilingan maqol boshqa tilda o'zining asl ma'nosi butunlay yetkaza olmasligi mumkin.

Shu o'rinda maqollarni alohida tahlil qilsak, ulardagi ma'no-mazmun barchasida ham bir xil emasligini ko'rishimiz mumkin. Lekin ilmiy ishimizning ushbu qismining asosiy maqsadidan kelib chiqqan holda maqollarning har ikkala tildagi variantlarini o'zaro tahlil qilib chiqmoqchi emasmiz. Muhimi ingliz tilidagi ma'lum bir mavzudagi maqollar o'zbek tilida ham uchrashi yoki aksincha o'zbek tilidagi ma'lum bir mavzudagi maqollar ingliz tilida ham uchrashi mumkin ekanligini isbotladik. Demak, ingliz va o'zbek maqollari ustida mavzu jihatidan olib borgan tadqiqotimizga ko'ra, o'zbek maqollarida uchraydigan barcha mavzularning ingliz tilidagi maqollarda ham uchratishimiz mumkin degan xulosaga kelamiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии.– М.: 1961. – 236 ст.

2. Аникин В.П. Мудрость народов // Пословицы и поговорки народов востока. – М.: Наука, 1961. – 76 с.
3. Горький М. Материалы и исследования. Т.,1934 . –146с.
4. Даля В. И. «Пословицы русского народа»: сборник
5. Филицына В.П. О пословицах и поговорках как материале фразеологического словаря. В кн.: Проблемы фразеологии. – М – Л., 1964. – 78 ст.
6. Arora, S. The Perception of Proverbiality. De Proverbio. 1984. –244p.
7. Honeck, R. A proverb in mind: the cognitive science of proverbial wit and wisdom. – USA.: Lawrence Erlbaum, 1997. – 277p.

8. Imomov K., Mirzayev T., Sarimsoqov B., Safarov O. O'zbek xalq og'zaki poetik ijodi. -T.: O'qituvchi, 1990. - 303b.
9. Karamatova K.M., Karamatov H.S. Proverbs–Maqollar–Пословицы. – T.: Mehnat, –2000. –398 b.
10. Marvin, D.E. Antiquity of Proverbs. - New York and London: G.P Putnam Sons, 1922. –103 p.
11. Madayev O., Sobitova T. Xalq og'zaki poetik ijodi. – T.: Sharq, 2010. –
207b.
12. Meider, W. Dundes, A. The Wisdom of Many: Essays on the Proverb. - NewYork: Garland, 1995. –340 p.
Mirzayev T., Musoqulov A., Sarimsoqov B. O`zbek xalq maqollari . – T.: Sharq, 2005. –508 b.
13. Razzaqov H. O'zbek xalq og'zaki ijodida satira va yumor. – Toshkent, 1965.–236 b.
14. Taylor A. The Proverb. –Harvard University Press, 1985. –234 p.
15. Trench, C.R. On the Lessons in Proverbs. -New York: Redfield, 1853. – 157p.
16. Teliya V. Bragina N. Oparina E. Sandomirskaya I. Phraseology as a language of culture: its role in the representation of a collective mentality in Cowie (ed.) 1998. –203p.
17. O'zbek xalq maqollari, 2-tom T.: Fan. 1987. – 370 b.
18. O'zbek xalq maqollari 1-tom T.: Fan. 1987. – 365 b.

Features of the communication environment in the global network and its influence to the English language

Xolmurodova Gulhayo Uzbek State World languages University, MA student
guli15081994@gmail.com

With the advent of the Internet, the English language has become the most frequently used language all over the world. As a result, incompatible types of written and oral communication is being formed, which is reflected in the emergence of new genres that entail specific changes in the lexical and grammatical structure of the language.

Key words: *Neologism, language change, written communication, oral communication.*

Globalization affects various aspects of the development of society and, in particular, language. The rapid economic development of English-speaking countries has given impetus to the further development of the language and its influence on other languages. Already in the 17th and 18th centuries Britain played a leading role, and English was the language of the dominant colonial powers; in the 18th and 19th centuries it became the language of the leader of the industrial revolution in the 20th century - the language of leading economies - the United States. As a result, English prevails in industry and politics, which contributes to its spread to the rest of public life - the press, advertising, film making, and logistics. Besides that, English holds leading positions in finance, telecommunications, and international communication. Its dominance in global technology has played a great role. The rapid development of information technologies has had a great impact not only on the language of specialized publications, but also on the nature of intercultural communication in general. A significant role in this was played by the growing trend of communication via the global network of the Internet.

The data presented below will help assess the widespread of the Internet. There is an opinion that it is impossible to provide accurate data on the number of Internet users, which is probably why the figures differ markedly. According to statista.com almost 4.57 billion people were active Internet users as of April 2020, which constitutes 59 percent of the world's population.

The figure is large, but the same survey claims that the Internet remains a North American phenomenon, which is confirmed by the following statistics. Two-thirds of users live in North America, and about two-thirds of all Internet service providers are located in the United States. Web publishers, the people who primarily influence the Internet, are concentrated in America. Four of the five pages on the Web are written in English. So, while the Internet, rather, "North American" face.

Changes in the system of the language directly reflect changes in the development of society. This is especially expressed in the vocabulary, which is

the most dynamically changing part of the language. A language grows by introduction of new words. Anyone who has been on the Internet for more than a few days knows who a hacker is. Yet only a few years ago if we came across a "hacker", we wouldn't know what that person does on the domains of the Internet. There are several ways of coining words. They can be made occasionally: googol, a word for a very large number (1 followed by 100 zeros) was coined by a nine-year-old boy. It was the inspiration behind the naming of the Google search engine.

Neologisms are new words or word combinations that appear in the language due to the new developments and advancements in social life, culture and technology. Existing words that acquire new meanings are also regarded as neologisms. The purpose of creating these words is to name a new object or idea that is introduced into the culture of a speech community. Neologism can also be considered as a type of word-forming process. New words and expressions or neologisms are created for new things irrespective of their scale of importance.

The notion of neologism and includes new meanings and collocations, which might be conveyed by old and known words as well. This approach is considered to be more profound as it takes into consideration not only the fact of the appearance of a new word form, but also the changes of its internal and external organisation. Examples are social media neologisms such as friend, like, web, net and unlike which have assumed new meanings. [2]

Dutch linguist Maarten Janssen offers five criteria for defining a neologism:

- Psychological – A neologism is a word that is perceived as new by the language community.
- Lexicographic – Any word that is in use among speakers of a language but does not appear in the dictionary is considered a neologism.
- Exclusive definition – A word not appearing in a pre-determined exclusion lexicon is a neologism. The exclusion lexicon defines the stable language fragment, against the background of which the neologisms count as new.
- Diachronic definition – Any word-form that appears in a recent general language text, and was not previously part of that language is a neologism.
- Reference corpora definition – Any word-form which appears in a recent general language text, and does not appear in an established reference corpus of that language is a neologism.[5]

Besides the introduction of neologisms, the language can redefine old words. The Google name, in turn, became generalized as a verb meaning to search for something, not necessarily on the Web. We can find a ‘sandwich’ of two existing words (web + master) or we can fuse them together: phishing (phreaking + fishing), a scam by which an e-mail user is duped into revealing personal or confidential information which the scammer can use illicitly.

Among the nuances of the lexical and semantic level, we can note the active use of abbreviations and graphic signs. They are an essential attribute of real-time

conversations (in chat rooms and discussion groups). Lists of these abbreviations and signs have been reproduced many times in print on the global network. Here are fragments of one of the most famous primary sources of such lists:
BBL be back later BRB be right back LOL laughing out loud ROTF rolling on the floor ROTFL rolling on the floor laughing AFK away from keyboard AFAIK as far as I know IMHO in my humble opinion Abbreviations ROTF and ROTFL are popular in English-speaking chat rooms. On its basis there are further extensions, for example: ROTFLBTCASTC-rolling on the floor, laughing, biting the carpet and scaring the cat-rolling on the floor laughing, biting the carpet and scaring the cat [7].
Today, the process of intercultural communication and integration takes place not only at the level of familiar forms of interaction, through oral or written communication of native speakers of a particular culture, and, consequently, the language, but also at the virtual level, that is, on the Internet. The global network has a strong position in all areas of discourse, such as the production and consumption of news, business correspondence, and fiction. Moreover, the new communicative environment has provoked the emergence of new forms of human interaction, which are a hybrid of oral and written types of discursive activities. Such new channels and forms of communication are, of course, network conferences, forums and chats, as well as blogs. [1]
Written spoken language
Indeed, the speech of participants in Internet polylogues incorporates features of both forms of language functioning. Thus, written speech provides:
- fixed utterances,
- lack of direct visual and audio contact,
- single-channel nature of communication (only the visual channel),
- linear structure of speech [2]

But the influence of oral speech, the ground for which was prepared by the latest technical capabilities, deprives the written form of communication of many hitherto inherent features. At the same time, the following are typical:
- absence of interruption of the communication model (participants of communication, especially in the chat, interact during the same time),
-lack of difficulty in feedback (the addresser and addressee constantly change roles),
- violation of the completeness of the form of a separate message (spontaneity of speech is the cause of incompleteness, incoherency of statements)

It should be noted that the language of communication in chats and ICQ (I Seek You, a system of interactive communication on the Internet) is characterized by a stronger influence of oral speech, which is explained by complete synchronicity: communicants interact in real time. This leads to the fact that written speech begins to serve the oral communication of chat users and ICQ users, so-called written spoken speech occurs. [3]
However, regardless of whether the user is communicating in a chat or forum,

the process of writing and sending messages is technically the same, and if the nature of speech is directly affected by the structure of the speech apparatus, then written spoken speech depends on the capabilities of the technical means by which it is generated.

One of the most important factors affecting the speech of chat participants is that text is printed on the keyboard, but not every owner of a personal computer can type in a high speed. In this case, the principle of least effort comes into force: communicants deliberately refuse to use capital letters, minimize punctuation, widely use the system of abbreviations, do not correct minor typos, and so on. G.K. Zipf on the Principle of Least Effort: 'In simple terms, the Principle of Least Effort means, for example, that a person in solving his immediate problems will view these against the background of his future problems, as estimated by himself'. Moreover, he will strive to solve his problems in such a way as to minimize the total work that he must expend in solving both his immediate problems and his probable future problems. That in turn, means that the person will strive to minimize the probable average rate of his work-expenditure (over time). And in so doing he will be minimizing his effort. Least effort, therefore, is a variant of least work. [8]

Also, in order to save time, chat users do not try to structure their speech in any way, to give utterances completeness; often a replica is a kind of fixed stream of consciousness of the addressee [4].

Thus, one of the unique features of communication on the Internet in general and in web chats and forums in particular is the existence of written colloquial speech, which has incorporated features of both written and oral forms of communication and provides communicants with special conditions for the implementation of communicative intentions.

The role of new features of the communicative environment in their influence on the emergence of new types of discursive activity should be noted. These features should be divided into technical and cognitive. So, the technical features include: the use of hypertext, which is a semantic continuum divided into thematic information quanta in the form of text, video, audio or graphic elements that are available to the user on demand; Interactivity, i.e. the ability to exchange information at the speed of an oral dialogue in the "here and now" mode when communicating remotely.

As for the cognitive features of electronic communication, it is necessary to talk about the changed intentions of participants in this type of communication. For example, many studies in the field of Internet psychology prove that when communicating online, users are more pragmatic, since they want to achieve certain goals by making the least number of mistakes; aggressive and even show some swagger, since users can anonymously conduct speech-creating activities on the network. The changed intentions of communicants give rise to new forms of communication and a mix of written and oral style.

By change, we mean a permanent alteration thus slips of the tongue, ad hoc coinages that are not adopted by other users of the language, and "new"

structures that result from one person's getting his or her syntax tangled in an overly ambitious sentence are not regarded as change. Neither ephemeral slang which is widely used one year but that has been abandoned five years later can relate to the language change, it is indeed part of the history of the language but has no permanent effect.

The phenomenon of language change is studied in several subfields of linguistics: historical linguistics, sociolinguistics, and evolutionary linguistics.

Some scholars use the notion corruption to suggest that language change constitutes degradation in the quality of a language, especially when the change originates from human error or is a prescriptively discouraged usage. Modern linguistics typically does not support this concept, since from a scientific point of view such innovations cannot be judged in terms of good or bad. [6]

Moreover, these language changes are so large-scale and global that some linguists are already talking about the emergence of a network or electronic language, especially in relation to the English language community. For example, different scholars use the terms e-language, e-talk, weblish, netlish, netspeak, Internet language to refer to the variation of English that is used in online communication. [4]

The desire to stop language change and looking to the past to find models of unchanging language, has led to the notion of correct and incorrect language. Correct usage is that which is supposedly immutable – cast in iron with explicit rules, and which is somewhat old-fashioned. Incorrect usage, by contrast, is fluid, decadent, without any rules and socially undesirable.

The analysis of linguistic features of blogs and chat rooms

The statement about the emergence of a network language is true not only because of the emergence of new rules for formatting information, but also because of the emergence of new genres, such as blogs and chat, which require a comprehensive study at the linguistic level. Before starting to characterize the linguistic features of new genres, it is necessary to determine the essence of the genres under consideration. So, according to the definition of the encyclopedia Wikipedia, the blog was originally a network diary in which an individual or group of individuals covers events that happened to him or them over the past days, that is, it was a kind of personal diary in an electronic version.[3]

Currently, the blog genre goes beyond personal information, turning into a kind of global network accumulator of news. A user from anywhere in the world can join a certain group of people who have posted a certain news item on the network and write to the world audience not their opinion (as it happens in the forum), but to highlight a similar event that happened in the blog participant's place of residence.

Information blogs can be presented both on the personal page of the author(s), and on the official websites of respectable on-line newspapers, such as www.bbcnews.com, where there is a special "have you say" section [5]. A common feature for blogs of both the first and second types is the fact that information is processed and presented to the online reader not by professional

journalists who have knowledge of the canons of newspaper style, but by ordinary people. These "co-authors" often have no special education; they can be of different ages, from a schoolboy to an 80-year-old pensioner, and of different nationalities. Given the fact that the global network is mostly English- speaking, information in blogs can come from a person who does not speak the language perfectly, and will, however, have the right to exist on the network on a par with professionally processed news.

Another common way to express oneself on the Internet today is the chat genre, which is an interactive communication of users in the mode of instant messaging [7]. Chat allows users to meet or share their emotions, to speak about a topic, such as politics, beauty, etc., but unlike a forum and blog, users in the chat are not limited to any event. As in the blog, "netizens" in the chat are anonymous and represent a diverse audience: they are representatives of different social classes, nationalities, gender groups, who have received different education.

There is not only integration of cultures in the network, when representatives of different countries, age groups and genders participate in the creation of some information, but also integration of previously incompatible types of communication: written and oral. Unfortunately, it is necessary to state a certain degree of simplification of lexical and grammatical structures in the process of this transition: the more clearly the features of oral discourse are displayed (as, for example, in a chat, when there is a momentary spontaneous written dialogue), the less the canons of written communication are observed. At the same time, they develop their own genre laws that reflect and correspond to the cultural background of users. The emerging norms of language material design serve as the social and language code of each Internet genre and are a kind of entering of communicants to a particular Internet community, creating the effect of 'oldies' in this community. This raises the problem of the influence of the global network on the literary language, its norms and codes. Network, thesaurus (bank for accumulation and storage of knowledge), culture, (means the formation of a new global information culture and its subcultures) and aesthetic (the means of entertainment and environment for the realization of artistic- creative potential) function, affect thinking, and therefore, the language of everyone who is actively or passively involved in it.

Thus, the Internet, from the point of view of linguistics, currently represents a special place for the implementation of the communicative function of language in the linguistic and cultural environment without separation from real speech activity, which can become a platform for new evolutionary processes in the English language, and its result may be its further simplification.

As a conclusion, the emergence of the global network has significantly accelerated the expansion of the English language, especially in the field of information technology. The existence and expansion of the global network has had a huge impact on the English language. First of all, this concerns its expansion around the world and, as a result, its acquisition of the status of a global

network language. However, English as the language of the network differs from Standard English desktop, which can indicate the emergence of a special language of the Internet. The changes observed in English, the language of Internet users, relate to the lexical and structural composition and graphic means of making written statements. This new language does not adhere to General linguistic canons, its new stylistic features become obvious, such as the use of a huge number of abbreviations, symbols and simplification of grammatical structures in order to speed up communication. In the network, there is not only the integration of cultures, but also the integration of previously incompatible types of written and oral communication, which is reflected in the emergence of new genres that entail specific changes in the lexical and grammatical structure of the language.

List of used literature

1. Котова, О.Е. Структура и семантика англоязычного компьютерного жаргона / О.Е. Котова // Научно-практическая телеконференция "Антропологический подход к исследованию социума: лингвистические, социолингвистические, культурологические аспекты". 2001.
2. Barton, D., Lee, C. Language Online: Investigating Digital Texts and Practices, 2013.
3. Crystal, D. Internet Linguistics - A Student Guide. Cambridge University Press, 2001.
4. Crystal, D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
5. Janssen, M. Differences between Dictionaries. Presented at *10th Computational Linguistics in the Netherlands* ,Utrecht, the Netherlands. (1999).
6. Kemenade, Ans van 'Parameters of morphosyntactic change'. Cambridge: University Press, 1997)
7. Sellin, Rob, Winters, Elaine. Cross-Cultural Communication. Section 7: Internationalization of documentation. Internet communication / Rob Sellin, Elaine Winters // Communication Quarterly, Vol. 47. [Electronic resource]. -1999. - Type of access: Http:// www.bena.com/ewinters/sect7.html. - Date of access: 01.04.2007.
8. Zipf, G.K, Human Behavior and the Principle of Least Effort: An Introduction to Human Ecology. Addison-Wesley Press, 1949 https://www.thoughtco.com/principle-of-least-effort-zipfs-law-1691104

A NEW MECCA MINOR? ON POLITICO-LEGAL ASPECTS OF PILGRIMAGE TOURISM IN UZBEKISTAN

Zabikhulla SAIPOV, PhD in PolSci Docent, Intercultural Communication and Tourism Chair
Alisher Navo'i Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature
zsaipov@navoiy-uni.uz

Abstract. The article attempts to shed light on politico-legal aspects of pilgrimage tourism industry in Uzbekistan. It analyses the rugulations mainly adopted between 2016 and 2020 which opened up new prospects for a more open intercultural and inter-state dialogue with the countries of the Central Asian region and far beyond. Uzbekistan has a solid potential to deservedly hold a title of the country to perform a noble small hajj as proclaimed by the government programme provided it resolutely keeps on adopting and complying with international hospitality management standards and universally accepted norms of servicing pilgrim tourism visitors.

Key words: Bukhara, domestic, inbound, outbound tourism, cultural heritage, faith- based, holy sites, legal acts, pilgrimage, Samarkand, Silk Road, shrines, Surkhandaryo, tourism, UNESCO, UNWTO, Uzbekistan, visa-free regime.

The term pilgrimage tourism, "*ziyorat turizmi*" in Uzbek became a new buzzword only in the aftermath of change of governments dubbed the Uzbek Spring in late 2016. Lex.uz platform which aggravates all legal data, laws, rules and regulations of Uzbekistan both in force and outdated refers to 'a pilgrimage tourism' for the first time since its independence in 1991 only in government resolution on development of tourist potential of Samarkand signed into law by Prime Minister Abdulla Aripov in June 2016. [1].This resolution aims at boosting the infrastructure of not only the city of Samarkand, but the whole Samarkand province for the years 2017-2019, creation of the most favourable conditions for attraction of tourists with the unique objects of historical, cultural and architectural heritage, promotion of pilgrimage tourism on a conceptual basis, construction of new hotels, cultural and recreational zones and shopping malls, improving the catering system by building modern restaurants, arrangement of light music shows, theatrical concert performancesof national music, demonstration of national customs and traditions in the vicinity of sites of cultural heritage, increasing shuttle air and railway services in Afrosiyob high-speed train, reconstructing highways, installment of souvenir gift shops and ATMs compatible with international banking system with a broad access of Wi-Fi zones. It also encompasses holding regular festivals on national cuisine, craftsmanship, conducting ad campaigns and city branding by organising media tours foreign mass media and tour operators including at popular foreign TV channels and raising awareness in internet presence and popular social networks. In order to improve the quality of local tourist services it also meant to prepare professional personnel capable of handling modern tourism industry techniques in Samarkand. Not by chance two years later in 2019 "Silk

Road" International University of Tourism has been opened in Samarkand that has double-degree BSc programmes with China, Czech Republic and Indonesia. [2].

In fact, the word 'pilgrimage' has been used a bit earlier by Shavkat Mirziyoyev being already an acting president two days prior to presidential elections on December 2, 2016 in his decree "On measures to ensure the rapid development of tourism industry". Uzbekistan divides its tourism market into three segments: domestic, inbound and outbound. Interestingly, along with traditional cultural and historical tourism the following potential varieties of tourism in the sunny republic are listed by creating new tourist routes throughout the country, their certification and elaboration of a unified nationwide registry of tourist itineraries and sites [3]:

1. Pilgrimage
2. Environmental
3. Explorative
4. Ethnographic
5. Gastronomic
6. Sports
7. Medical health
8. Countryside
9. Industrial
10. Business
11. Children
12. Adolescent-youth
13. Family
14. Social tourism for the elderly.

There is a sound ground to believe that both regulations mentioned above were necessitated to be adopted on several key reasons. First, to draw more revenues to the cash-strapped state coffers of a new administration in power; secondly, to ease red-tape in getting Uzbek visa and customs control for foreigners; third, development of competition in tourism services between state and private tour operators; and most importantly the fourth, introduction of tourist police to ensure their safety and security, thus signaling its more open policy being pursued towards the world.

However, more articulated legal acts regulating pilgrimage tourism in Uzbekistan have been adopted in the following years between 2017-2020 which may illustrate constant evolution of tourism industry code, but neither one exclusively is devoted to the topic in question, but mentions it more than once in overall complex development of the nascent but still not fully explored field in the country. President Mirziyoyev announces to develop and accelerate a revolutionary "small hajj" programme consisting visits to holy sites and memorials in Samarkand, Bukhara and Tashkent [4]. Thus 2017 Act titled "On primary measures to develop a sphere of tourism for the years 2018 and 2019 suggests establishing a Permanent Working Group on preparation of proposals

based on an in-depth study for the phased simplification of visa and registration procedures for the list of countries and foreign tourists including those making pilgrimage tours commencing January 1, 2018. By an in-depth proposal the law has meant taking into account the intensity and dynamics of Tashkent's bilateral relations with other states (1), global tourism market (2) as well as volatile security situation in the adjacent regions and the world at large (3). The Working Group led by the first deputy of the National Security Council has members comprising officials from Tourism Development State Committee, Foreign, Interior Ministries, Border Troops, Religious Affairs, Customs, Air Safety, Migration, and Consular Offices. [5].

THE STATE OF ASPHALT COVERAGE OF THE ROADS LEADING TO DOMESTIC PILGRIMAGE TOURISM SITES IN UZBEKISTAN

№	Location	unsatisfactory	average	satisfactory
1.	Karakalpakstan			√
2.	Andijan			√√
3.	Bukhara		√	
4.	Jizzakh	√√√√√√		√√
5.	Kashkadarya			√
6.	Namangan	√		√
7.	Navoiy			√
8.	Samarkand			√√
9.	Tashkent province			√
Subtotal		7	1	11

Table №1.Compiled by the author based on the stated government regulation data https://lex.uz/docs/3551112

The next 2018 regulation stipulates building much awaited infrastructure to boost domestic tourism, calls for creating a unified data base and inventory of all tourist cultural heritage sites both architectural and natural, i.e. shrines, museums, artisans workshops, recreational theme parks, motels, resorts, hotels, accommodation facilities, sports grounds, venues of retreat, protected natural reservoirs by leveling their condition "satisfactory", "needs repair and/or restoration" and "emergency/abandoned". The sites worth of paying homage

were recommended to reflect at www.uzbekistan.travel webportal. Now information currently available on pilgrimage tourism in Uzbekistan at the stated website is quite scant https://uzbekistan.travel/en/v/pilgrimage-tourism. It is worth to note that this resolution gives the list of 19 potential pilgrimage venues in 9 geographic areas of Uzbekistan with the state of asphalt coverage of the roads in and at the vicinity pointing to the need of great investment and inflow of money on infrastructure development. Furthermore, from the text it is unclear whether satisfactory is better than average either or vice versa. [See Table №1 and 6].

Only a day prior – on February 6, 2018 the Uzbek President signed into law another unique document that started admitting inbound tourism as one of the major sectors of its national economy. It targets further simplification of issuance of e-visas, introduces green and red corridors at the airports' customs, removes ridiculous ban to photograph and videotape the scenes allowing even foreign creative groups to temporarily bring and use their drones in the territory of Uzbekistan. [7].

Only then the world has seen a stunning beauty of Tashkent's decorated metro stations. Camera people from leading news agencies and guides influencers like Bachpack Adventures [8], BBC [9], Business Insider [10], Guardian [11], Lonely Planet [12], National Geographic [13], The New York Times [14], RFE/RL [15], Vagabrothers [16] took no time but publish those photos on their sites. Other pioneering elements of the legal act mentioned above were giving a green light to officially elaborate, register and certify catering products with labels «Halal», «Kosher» and «Vegan», and allowing the tourists to have refunds of value added tax (VAT) for their purchased goods while leaving the country's airports.

What exact institution in Uzbekistan deals with pilgrimage tourism in the country? The answer to this question could be found in the latter document which tasked the Committee on Religious Affairs attached to the Uzbek Cabinet of Ministers to set up Pilgrimage Tourism Support Desk under its umbrella also entrusting it with media awareness publicity nationwide and overseas about Uzbekistan as a cultural-historical and scientific-theological centre of Islam and other world religions. Remarkably, president assigned popular and seasoned state officials with certain area expertise to particular set of regional and geographical areas. The countries of interest listed and attached to a particular government official were Afghanistan, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Belarus, Belgium, Bulgaria, Canada, China, Denmark and other Scandinavian countries, Estonia, France, Germany, Georgia, India, Indonesia, Iran, Israel, Italy, Kazakhstan, Kyrgyz Republic, Japan, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Malaysia, Moldova, Netherlands, Pakistan, Poland and other countries of Eastern Europe, Portugal, Saudi Arabia and other GCC states, Singapore, South Korea, Spain, Switzerland, Tajikistan, Thailand, Turkey, Turkmenistan, UK, Ukraine, US, Vietnam and other South-East Asian countries. [7]. There is a unique legislature that regards an individual country as favoured in pilgrimage tourism – it is the

United Arab Emirates. The April 2019 resolution on measures for further expansion and strengthening of bilateral cooperation between Uzbekistan and the UAE tasks the government agencies to arrangeevents leading to the growth of Emirati tourist flows, conducting systematic work to popularize the pilgrimage and holy places of Uzbekistan in the UAE, as well as broadcasting special videos on TV channels in the Arab countries as well as organization of bonus single trips to Uzbekistan for representatives of the Ministry of Tourism, travel agencies, clergy and mass media of the UAE in order to familiarize themselves with the potential of pilgrimage tourism of the country. [17].

Three years past much acclaimed reforms in 2019 Tashkent has now had a firm belief and proclaimed tourism industry as one of the strategic sectors of its national economy that enables the government to solve an acute problem of unemployment and to attract new sources of revenue for both the state and the population. Curiously, the administration acknowledged several shortcomings that it has encountered while implementing its ambitious Visit Uzbekistan programme. The above-mentioned document lists the following:

- Loopholes and pitfalls of its legal norms that regulate and govern a tourism industry;
- Absence of precise adequate mechanisms of provision of essential multiple customer services, fundamental best practices widely used in the world related to visa regimes that distinguish foreign citizens with variegated and differentiated approaches and categories depending on purpose and length of each individual visit;
- Deficiencies of accommodation facilities and infrastructure especially during the peak of tourist seasons;
- Lack of coordination between existing connecting flights, trains and shuttles;
- Low internet presence and media awareness of existing shrines and cultural heritage sites;
- Inefficiency of competence in mass marketing ad campaigns to promote business.

Consequently, Tashkent embraced a new 2019-2025 tourism enhancement strategic concept paper which kicked off averting those gaps and introduced innovative “Pilgrim visas” to be issued for a period of up to 2 months to foreign nationals at the request of tour operators, the Committee on Religious Affairs aimed at studying cultural, historical, religious and spiritual heritage, traditions of Uzbekistan. The same resolution authorized 30 days visa- free regime for citizens of 45 countries and enabled the nationals of 77 countries to process their e-visa requests on distance beginning February 1, 2019. It alluded as well a forecast of increase of foreign tourists at 7 million and the number of domestic tourists will have grown up to 17 million people for the year 2020 [18], however COVID-19 plague and brouhaha around it have already paralyzed and paused all international interaction between the states and it would be highly unlikely to achieve those encouraging prognosis. The State Statistics Committee of Uzbekistan released interesting data on details of tourists visiting the country.

According to it overwhelming majority of visitors are from neighbouring Central Asian countries, Russia, including Tatarstan, Turkey, Afghanistan, China, South Korea and India, 81.8% of which arrived to pay a visit their relatives and friends, i.e. family re-unions and 15.5% came for leisure. The proportion of those who came for other reasons, including medical treatment, shopping, business and study, amounted to only 2.7%. [19].

AN INCOMPLETE LIST OF MAJOR SPIRITUAL LANDMARKS

Samarkand	Bukhara	Surkhandaryo
Chor Chinor, Imam al-Bukhari, Hadhrat Davud (St. Daniel), Ghavsul	Hoji Bahauddin Naqshband, Abduhaliq Ghijduvani, Abu Hafs	Imam at-Termizi, Sulton Saodat, Kokildor ota, Qirqqiz qal'a, Said Otaliq,
A'zam, Mahdumi A'zam Dahbedi, Hoja Omon, Hoja Ahror Vali, Hoja al-Mansur al-Moturidi, Shahi Zinda, Guri Amir, Ruhabad, Sheikh Abdi-Darun, Sheikh Abdi-Birun, Ulugbek observatory, Hazrat Hizr, Dobusiya archeological memorial, Arab Ota, Qochqorli Ota, Ostona Ota, Samarkand Synagogue	Kabir, Hoja Muhammad Orif ar-Revgari, Hoja Mahmud Anjir Fagnaviy, Yetti Pir, Hoja Ali Romitani, Hoja Muhammad Boboyi Samosiy, Said Mir Kulol, Magoki-Attori Mosque, Chor Minor, Minorai Kalon, Mir Arab Madrasa, Ismoili Samoni, Chashma Ayub, Sulton Uvays Bobo, Mozor Chor Bakr, Namozgoh, Sayfiddin Boharzi, Piri Dastgir, Hoja Ismat, Bukhara Synagogue	Jarqorgon minaret Sufi Olloyor, Hoja Alouddin Attor, Mavlono Muhammad Zohid, Hojaypok ota, Buddhist statues in Fayaztepa, Dalvarzintepa, Kampirtepa

Table №2.An incomplete list of major pilgrimage landmarks of Uzbekistan

There are hundreds of pearls of pilgrimage sites in the heart of Central Asia and they not only limited to Islamic shrines. Now we will speak about actual extraordinary sites in Uzbekistan that deserve a visit not but once. Analysis of three documents to develop the cities of Bukhara – the Rome of the Orient and the power of the religion of Islam [20], Samarkand – the beauty of the earth [21] and Surkhandaryo – an unexplored cradle of civilizations [22] reveal the

intentions and long term strategy of the government to really become a hub of tourism and a magnet of international destination for special interest tourism, and their consequent adaptation to pilgrimage tourism (Please see Table №2). Along with total reconstruction, building of new hotels and creating a pilgrimage-friendly atmosphere in designated areas of Uzbekistan the Cabinet of Ministers has been tasked on setting up in Bukhara and elsewhere a network of a specialized laboratory for Halal-labeled gourmet products in accordance with the requirements of Istanbul-based Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC) [23]. Issues of no less vital importance are presence of prayer rags as well as Mecca directions on the ceilings of hotel rooms adjacent to the Islamic cultural heritage. There few tour operators in the country which are professionally equipped in religious tourism. ATMs for even national currency soum have been opened quite recently.

Perhaps no one knows for sure the exact number of sites of cultural heritage in Uzbekistan. Even the Uzbek President in his annual state of the nation addresses suggested the number at 7300 in 2017 [4] and three years later as 8200 of which only 500 are included in tourist routes [24]. Apparently, the people in charge recounted them later following his call for full inventory of shrines and historical sites of special interest. President himself in other government meeting pointed to implementation problems of legislative acts and stated that issues related to socio-economic and spiritual spheres of life should be resolved at the Government level, e.g. Tourism Development Committee and Transport Ministry should pursue a coordinated single policy in tackling flow of tourists, revenue growth, air and railway cost efficiency and price reduction, and improved quality of roads and infrastructure [25].

To implement good intentions into action I International Forum on Ziyarah Tourism was held in Bukhara on February 21-23, 2019. Its final Declaration emphasized "Uzbekistan as a secular state with heritage of the Great Silk Road which served as a melting pot of cultures and civilizations" [26]. In this regard, conclusions and recommendations of all time collaborators of Uzbekistan in tourism – a Madrid-based United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) and a Paris-based United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) deserve consideration. Already back in 2010 5th International Meeting on the Silk Road held in Samarkand UNWTO concluded that although "awareness of the Silk Road is high but the tourism brand lacks a competitive identity and called to foster community- based development projects particularly focusing on enhanced cultural heritage management" [27]. UNESCO whose motto working to ensure that future generations can enjoy the treasure of the past recommended the government of Uzbekistan to undertake "surveying and creating an inventory to document cultural heritage resources, their historical setting and physical environment; assessing and evaluating their cultural values to design suitable conservation policies and management using GIS (geo-information system)" [28] technique. Fascinatingly, although contributed to popularisation of fantastic Silk Road

cities of Uzbekistan throughout the world, neither UNWTO forum held in Samarkand in 1994 [29], Khiva in 1999 [30], and Bukhara in 2002 [31] uttered a word pilgrimage.

Overall, Uzbekistan ranks high in global safety and security ratings. The country was scored at 92 out of 100 in Gallup 2019 Global Law and Order Index [32]. 2020 Global Peace Index of a Sydney-based Institute for Economics & Peace (IEP) ranked Uzbekistan at 103 out of 163 surveyed countries [33], one place lower than the previous year. A Singapore-based 2019 Global Muslim Travel Index report included Uzbekistan into its top 10 Muslim inbound destinations and top 20 outbound markets among Organisation of Islamic Cooperation (OIC) countries [34]. Likewise, U.S. Secretary of State Michael Pompeo during release of the 2019 International Religious Freedom Report in June 2020 confined that "in Uzbekistan, steps have been taken to improve its record on religious freedom, and those steps continue… Major accomplishments and major things happening". [35]. From 2006 to 2017 Uzbekistan had previously been designated as a Country of Particular Concern and moved to a Special Watch List in 2018 [36]. In this regard "tolerance and openness are necessary attributes of any society that hop hat hopes for an increase in tourist revenues" [37].

II Forum International Forum on Ziyarah Tourism scheduled to be held in March 2020 in Tashkent has been postponed to October due to novice coronavirus outbreak [38] apparently subject to stabilisation of the situation in the world.

REFERENCES

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori. 2017-2019-yillarda Samarqand shahri va Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining Bosh vaziri A. Aripov Toshkent sh., 2017-yil 30-iyun, 450-son www.lex.uz/docs/-3255464 Hujjat rus va o‘zbek tillarida mavjud.
2. Official website of "Silk Road" International University of Tourism Samarkand http://univ-silkroad.uz/en/abiturientam/bakalavriat/kvota-priema/243-admission-quotas- 2019-2020
3. Decree No. DP-4861 of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures to ensure the rapid development of tourism industry of the Republic of Uzbekistan" signed into law by performing the duties of the President of the Republic of Uzbekistan Sh.Mirziyoyev Tashkent on December 2, 2016 www.lex.uz/docs/4612734 The text of the document is available in English, Russian and Uzbek.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi 22.12.2017. www.president.uz/oz/lists/view/1371
5. Resolution № RP-3217of the President of the Republic of Uzbekistan on priority measures for development of tourism sphere for the

years 2018 and 2019 August 16, 2017 www.lex.uz/docs/4183032 The text of the document is available in English, Russian and Uzbek (without enclosure №1).
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида Тошкент ш., 2018 йил 7 февраль, ПҚ-3514-сон www.lex.uz/docs/3551112
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида. Тошкент ш., 2018 йил 6 февраль, ПҚ- 3509-сон. www.lex.uz/docs/3549813 Ҳужжат ўзбек ва рус тилларида, лотин ёзувида иловалар йўқ.
8. Ellis Veen. The best Tashkent Metro stations: a self-guided tour. January 24, 2020. www.backpackadventures.org/tashkent-metro-stations-tour
9. Weidman, Taylor. An Underground World of Soviet Opulence. October 30, 2019. www.bbc.com/travel/story/20191029-an-underground-world-of-soviet-opulence
10. Sinéad Baker. One of the world's most beautiful subway systems was illegal to photograph until last year — take a look inside. July 10, 2019. www.businessinsider.com/photos- tashkent-uzbekistan-subway-beautiful-illegal- photograph-until-last-year-2019-7?r=US&IR=T
11. Amos Chapple. Uzbekistan's secret underground – in pictures. August 24, 2018. www.theguardian.com/cities/gallery/2018/aug/24/uzbekistan-secret-underground- tashkent-metro-in-pictures
12. Lioy, Stephen. «Uzbekistan Underground: Inside Tashkent's Ornate Soviet Metro». Lonely Planet, February 4, 2019. www.lonelyplanet.com/articles/uzbekistan- underground-inside-tashkents-ornate-soviet-metro
13. Lucia De Stefani. Inside Uzbekistan's beautiful, rarely-seen metro After a 40-year photo ban, images finally reveal Tashkent's symbolic underground. October 2, 2018. www.nationalgeographic.com/travel/destinations/asia/uzbekistan/pictures- tashkent- metro-underground
14. Villasana, Danielle, и Stephen Hiltner. «Peer Inside Tashkent's Art-Filled (and Long- Shrouded) Subway». *The New York Times*. November 11, 2019. www.nytimes.com/2019/11/20/travel/tashkent-uzbekistan-subway.html
15. Amos Chapple. Uzbekistan's Secret Underground. Undated. www.rferl.org/a/uzbekistan- s-secret-underground-a-ban-on-photography-is-lifted-on-tashkent-metro-/29437456.html
16. Vagabrothers on YouTube. Uzbekistan – Why You Should Visit Now & Tashkent Travel Guide. January 26, 2019 https://www.youtube.com/watch?v=xiJVQZmLaHE
17. Постановление Президента Республики Узбекистан о мерах по дальнейшему расширению и укреплению двустороннего сотрудничества между Республикой Узбекистан и Объединенными Арабскими Эмиратами.

г. Ташкент, 2 апреля 2019 г., № ПП-4256. www.lex.uz/docs/4325725 Текст документа на русском и узбекском языках, приложения только на русском.
18. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan on additional measures for speedy development of tourism in the Republic of Uzbekistan. Tashkent, January 5, 2019 No. DP-5611 www.lex.uz/docs/4600563. The text of the document is available in English, Russian and Uzbek.
19. Development Strategy Center. 2019 Outcomes: Tourism. https://strategy.uz/index.php?news=797&lang=en
20. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан о мерах по комплексному социально-экономическому развитию Бухарской области в период 2019-2023 годов г. Ташкент, 21 сентября 2019 г., № 794 www.lex.uz/docs/4525526 Текст документа на русском и узбекском языках, все 12 приложений только на русском языке.
21. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2017-2019-yillarda Samarqand shahri va Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. Toshkent sh., 2017-yil 30-iyun, 450-son. www.lex.uz/docs/- 3255464 Hujjat matni o‘zbek va rus tillarida.
22. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori Surxondaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish va uni rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida. Toshkent sh., 2020-yil 27-may, 332-son. www.lex.uz/docs/- 4832412 Hujjatning to‘liq matni faqat
23. Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC) www.smiic.org/index.php/en/member/45
24. Official website of the President of Uzbekistan. Text of President Shavkat Mirziyoyev’s Address to the Oliy Majlis. 24.01.2020. www.president.uz/en/lists/view/3324
25. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining qo‘shma majlisidagi nutqi. 22.01.2020. www.president.uz/oz/lists/view/3310
26. Bukhara Declaration on Ziyarah Tourism Adopted at the First International Forum on Ziyarah Tourism February 22, 2019, Friday (17 Jumada Al-Akhirah, 1440) in the city of Bukhara, Republic of Uzbekistan. http://uzbekembassy.es/files/Bukhara%20Eng.pdf
27. UNWTO. Towards a Stronger Silk Road Brand. 7 Priorities for Development. UNWTO Silk Road Programme. 5th International Meeting on the Silk Road September 8-9, 2010. www.webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/29648/5th_international_meeting_on_the_silk_road_conclusions_eng.pdf
28. Saidislomkhon Usmanov. Implementation of Effective Cultural Heritage Management. 5th International Meeting on the Silk Road. UNESCO office in Tashkent.

www.webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/29648/10usmanov_5srmeeting.pdf
29. THE SAMARKAND DECLARATION on Silk Road Tourism. UNWTO. October 5, 1994. www.webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019- 11/samarkanddeclaration1994new.pdf
30. THE KHIVA DECLARATION on Tourism and the Preservation of the Cultural Heritage Khiva, Republic of Uzbekistan 21 April 1999. www.webunwto.s3.eu-west- 1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/khivadeclaration1999.pdf
31. THE BUKHARA DECLARATION On Silk Road Tourism Fourth International Meeting on the Silk Road Bukhara, Republic of Uzbekistan 27 October 2002. www.webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019- 11/bukharadeclaration2002.pdf
32. Gallup 2019 Global Law and Order Index Report www.gallup.com/analytics/267869/gallup-global-law-order-report-2019.aspx
33. 2020 Global Peace Index Report Institute for Economics & Peace (IEP) Sydney June 11, 2020 http://visionofhumanity.org/app/uploads/2020/06/GPI_2020_web.pdf
34. 5th edition of the Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html
35. Press Availability on the Release of the 2019 International Religious Freedom Report Remarks to the Press Michael R. Pompeo, Secretary of State Samuel D. Brownback, Ambassador at Large for International Religious Freedom Office of International Religious Freedom Press Briefing Room Washington, DC June 10, 2020 www.state.gov/secretary-michael-r-pompeo-at-a-press-availability-on-the-release-of-the-2019-international-religious-freedom-report
36. 2019 Report on International Religious Freedom: Uzbekistan. Office of International Religious Freedom. U.S. Department of State Washington DC. June 10, 2010 p. 23 https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/05/UZBEKISTAN-2019- INTERNATIONAL-RELIGIOUS-FREEDOM-REPORT.pdf
37. Oleg A. Bunakov, Dilbar K. Aslanova, Natalia A. Zaitseva, Anna A. Larionova, Alexey
D. Chudnovskiy and Boris M. Eidelman. Religious and Halal Tourism Organization Peculiarities in Muslim Republics. European Journal of Science and Theology, June 2019, Vol.15, No.3, p.94 www.ejst.tuiasi.ro/Files/76/8_Bunakov%20et%20al.pdf
38. Uzbekistan's Ziyarah Tourism Week online platform http://ziyarahtourismweek.uz

ЯЗЫК МНОГОГРАННОЕ ЯВЛЕНИЕ: ЕГО МЕСТО В ВОСПИТАНИИ МОЛОДЕЖА

Зарипбоева Нафосат Маратовна
1 the year student of Theory and Practice of Translation Faculty
Alisher Navo'i Tashkent State University of Uzbek Language and Literature
nafosat.2502@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о научном подходе к языку, как многогранному явлению. Появление разнообразных подходов обусловлено возможностью, появившейся после установления независимости республики

Ключевые слова: риторика, лингвистика, семантика, текст, речь,мышление,односоставность//двусоставность,нераспространённость//ра с пространённость, герменевтика.

Воспитание имеет древнюю историю, и не ошибемся, если будем утверждать, что зачатки человеческого воспитания восходят ко временам первобытнообщинного строя. Но сегодняшний феномен воспитания целесообразно анализировать с педагогической и психологической точек зрения. Воспитание — это не только социальное явление или педагогическое понятие, оно является также педагогическим процессом и долговременной программой, ответственной за всестороннее развитие личности человека. На определенном уровне совершенствования личности самовоспитание может стать его собственным действием. Воспитание вбирает в себя оказание влияния на человека через образование и обучение на протяжении всей жизни. Воспитание является процессом, направленным на достижение определенной цели, и он организуется людьми, имеющими специальную профессиональную подготовку на основе точных идей и программ. Воспитание — это процесс системного и перманентного оказания влияния на психику воспитываемого для пропитывания его сознания качествами, выбранными воспитателем. Изучение и преподавание иностранного языка, образование и воспитание является основным источником, формирующим социальную сущность человека в соответствие с требованиями общества. С появлением человека на Земле было установлено, что человек в качестве члена определенного общества должен вступать в межличностные отношения, устанавливать диалог, следовать ритму общения, что в конечном итоге привело к возникновению критериев измерения воспитанности. Прогресс, общественное сознание, ум и сознание, чувство стремления к комфорту служили мерилом, считающимся двигателем, механизмом и потребностью воспитанности, и данный механизм по сей день продолжает выполнять функциональные задачи. Идеи великих просветителей и интеллектуалов будут оставаться глубокими корнями национальной гордости и независимости. О

священности воспитания на всех отрезках развития интеллектуальной мысли можно сделать выводы по следующим словам великого педагога Абдуллы Авлани: «Воспитание для нас есть вопрос жизни, или смерти, или спасения, или погибели, или счастья, или несчастья». Таким образом, наука должна заниматься не только воспитанием и образованием, но и знакомить молодежь с наследием прошлого [1, 92]. Такие дисциплины, как риторика, филология, лингвистика и психология, литературоведение изучают язык и он интерпретируется с разных философско- методологических подходов (логическая семантика, аналитическая философия языка, герменевтика, семиология, теория коммуникативного действия, философия символических форм, теория дискурса), эпи тему или парадигму его исследования задаёт семиотика. Как мы знаем семиотика является разновидностью теории познания, когда понятие истины заменяется понятием значения. Она возникла как наука о знаках и соответствует письменной культуре. Но это не исключает исследований речи. Наоборот, и это поразительно, именно речь, а не письмо, были образцом и основой изучения языка в эпоху просвещения. Это ярко доказал Деррида в своей анти фонической полемике. Но при всём этом нельзя забывать, что исследование речи опиралось на модель письменного языка. Разница между ними виделась в материи используемых знаков и в особенностях строения устной речи и письменных текстов. Единство речи и письма убедительно доказывает герменевтика. Её понятие текста призвано всем показать, что письмо не моно логично, а диалогично, что текст тоже звучит и воздействует на читателя не только одним лишь значением слов, но и их звучанием. Постановка вопроса

— язык-это референция или событие? довольна интересна. Согласно семиотическому подходу язык воздействует на сознание и поведение человека, потому что слова имеют истинное значение, сообщения несут полезную информацию. Всякий кто будет пренебрегать теми истинами, которые ему сообщают, будет неправильно ориентироваться в своей жизни и мире, а потому не сможет добиться успеха, а также управлять собой и другими.

В жизни употребляется огромное количество слов и высказываний, истинность или ложность которых практически невозможно установить, однако это мало кого интересует [1, 122]. Помимо различного рода предрассудков и стереотипов, общепринятых мнений, мифологем и идеологам, даже в научном языке есть такие высказывания, которые не отвечают критериям научности. То есть они не проверяются обычно принятыми в науке способами, например, не верифицируются и не фальсифицируются. Поэтому Витгенштейн назвал язык игрой, а его базисные утверждения-правилами. Их особенность состоит в том, что они недоказуемы и, тем не менее, не подлежат сомнению. Он назвал их институтами или формами жизни. Особый статус при этом имеют нормативные высказывания. Если факты делают своё дело, то нормы

предполагают признание. Мы знаем, что в теории речевого действия различаются локутивные, иллокутивные и перлокутивные акты, речь идёт не о сообщениях, пропозициях, а, к примеру, об обещаниях. В ответ на обещания, угрозы, клятвы, приказы, приговоры нельзя ответить «Я знаю», потому что они являются речевыми действиями. Зависит ли их убедительность от авторитета говорящего или она достигается какими-нибудь внутренними ресурсами самого языка, так и не ясно. Тем не менее, они используются в языке также часто, как и сообщения о положении дел в реальности.

Связь такого рода высказываний с институтами, как суд, армии, полиция, медицины, школы исследовал М.Фуко. Согласно теории дискурса. Не истина и информация, а авторитет института придаёт высказываниям силу, которая определяет поведение человека [2, 115]. Собственно, «истинными» высказывания становятся тогда, когда они произносятся как приговор суда, решение ученого совета, приказ командира и т.д. Однако же, и теория дискурса не исчерпывает потенциала языка. Прежде всего, в чувственной культуре и искусстве с таким употреблением языка, когда он воздействует на читателя не информацией и не авторитетными организациями, к примеру, институтами критики, идеологии или политической цензуры, то есть не какой-то отсылкой к внешним инстанциям, а имманентно присущей ему силой или энергией. Для обозначения этого внутреннего потенциала языка Гумбольдт и ввёл понятие «внутренней формы слова». Семиотика же сделала его не совсем корректным. Однако, время от времени оно возвращается, как например, в философии символических форм Э Кассирера, онтологии Хайдеггера, философии имени Флоренского и Лосева. Философия языка богослова Флоренского настолько необычна, что не поддаётся интерпретации в терминах семиотики или теории речевого воздействия. Флоренский силу и энергию языка нашёл не в значении знака, а в нём самом. Знаки не отражают и не обозначают, а обладают собственной энергией, которая благодаря эманации приходит от высших сил бытия. Иконописец не портретист, а медиум божественных энергий. Дотех пор пока мы не столкнулись с чудодейственным воздействием новых масс медиа, перечисленные теории оставались на обочине наук о языке [3,76]. Эффективное использование в наши дни «магнетопатии» звуков и образов в полит технологиях и рекламе заставляет более внимательно относиться к несемиотическим техникам анализа языка, разработанным в так называемой «философии имени». Её суть иногда видят лишь в том, что новые знаки не имеют двойников в виде значений и не нуждаются в интерпретации, так как прямо воздействуют на человека, наподобие того, как сигналы воздействуют на дрессированных животных. В теории «лингвистического программирования» предполагается злодей-манипулятор, который использует средства внушения. Однако если обратиться к истории психоанализа и, тем более, к истории гипноза, то

обнаружится зависимость медиума от тех знаков, которыми он воздействует на людей. Как известно отношения людей определяются не только истинами, но и желаниями, передающимися друг другу на подобии «флюидов». Язык, знаки, материя которых -образы и звуки, завораживающиеся слушателей, которые впадают в транс, которыми пользовались шаманы, поэты-сказители ещё в дописьменные времена. Научные техники анализа языка сформировались в эпоху письменной культуры. Все преподавателя научены сами и учат других грамматике, логике, семантике, критике и анализу, а также комментированию и интерпретации [4, 51].

Язык как событие, речевое действие – это не только форма манипуляции. На самом деле он способствует нормализации человеческих желаний и аффектов. С этим, естественно, согласятся психологи-эксперты, раскрывающие истину о потребностях человеческого организма. Однако, знание о вреде никотина не избавляет ещё от курения. Как использовать язык не только в образовательных, но и в воспитательных целях нам следует поучиться у античных наставников юношества, проповедников разных вер. Обычно, все их речи вызывают уныние своей тривиальностью, следует нам расценивать их не как новую информацию, а сколько как духовное упражнение, способствующее исправлению и даже преображению человека. Естественно, использование суггестивных потенций языка не безопасно, но именно поэтому они и должны стать предметом научного анализа. Когда интеллектуалы видят, что масса медиа используют звуки и образы для зомбирования слушателей, то у них опускаются руки перед бестиализацией людей. На самом деле, в мире звуков и образов есть свой собственный порядок, который следует ещё учёным раскрыть. Возникают вопросы: Почему среди тысячи звуков и образов встречаются такие, как пение сирены, которые так воздействуют на человека? Как мы ориентируемся в нашей соносфере? В чём специфика слуха, чем отличаются способности видеть и говорить, а также возможен ли когнитивный подход к анализу всех этих способностей или, может быть они относятся только к сфере лишь искусства риторики или поэтики? Язык сам по себе есть своего рода ценнейшее достижение и по мере того как все действия сопровождаются словами, по мере того как сами они становятся тем, что колит и ранит, огорчает и радует, происходит удаление от окружающей среды, ширится знаковая сфера человеческого существования. [5, 78]. А также язык мифов и сказаний, восхваляющий богов и героев, нельзя расценивать как некие праформы философского и даже научного мировоззрения. Важнее другое: миф и сказания- это не просто есть рассказ и, тем более, не прототеория, а узнаваемая мелодия, объединяющая первобытный коллектив на основе того, что можно назвать родным или материнским языком. Язқк возникает как медиум устной коммуникации, которая стимулирует взаимодействие присутствующих. Говорящий и слушающий слышат одно и тоже и объединяются в некое

сообщество. Значимыми для всей аудитории являются ритмика, музыка и риторика речи, и даже личная память певца-сказителя. Мета коммуникативное условие речи: невозможно говорить, не предполагая, что тебя слышат и понимают. Присутствие уже поддерживает коммуникацию, если даже слушающий ничего не говорит. Устная речь является по существу перформативном: она является речевым действием, то есть может затрагивать души слушателей и вести их за собой. Актуальное переживание истории- главное достоинство устной коммуникации. Устная коммуникация генетически проистекает из транса, экстаза, сакральности шабана, который и является прототипом рассказчика. Устная речь зависит от конкретного, обжитого места и времени, наполненного общими переживаниями и воспоминаниями. Недостаток речевой коммуникации в том, что она ограничивает возможности сохраненя и припоминания; сакральное в устной традиции быстро забывается, обесценивается и всегда меняется. Поскольку устных коммуникаций многои они различны, трудно достичь их унификации. По-мнению Н.Лумана, устная коммуникация, даже если только сам разговор уже записан, передаёт смысл коммуникации, но не коммуникацию смысла. В этом главное – это есть вовлеченность всех слушающих в рассказ говорящего, достигаемая не только одним лишь пониманием значения слов, но и тональностью, мимикой, жестами, телодвижениями рассказчика. [5, 89]. Интересно то, что при изучении любого языка те или иные категории грамматики, которых необходимо знать хотя бы для построения самого элементарного предложения, чтобы выразить свою мысль. Обычно, в разноструктурных языках они преподносятся по- разному. К примеру, можно взять и односоставность//двусоставность, нераспространённость // распространённость предложений как простых, так и сложных. В русском, английском языках эти категории представлены идентично, хотя эти языки принадлежат к разным языковым семьям, а тюркских языка, в частности, в узбекском они в корне отличаются от них. И это особенно видно в научных работах, созданных после независимости республики, когда появилась возможность изучения языка как многогранного явления. Он в узбекском языкознании начал исследоваться с позиций сравнительно новых для нашего языкознания позиций. Если вышеуказанные категории в разноструктурных языках отличаются друг от друга, то имеются и идентичные категории. Опираясь на вышеуказанные мнения учёных об аспектах их изучения, можно отметить, что и любой язык, его виды, структуру можно рассматривать с разных сторон, что даст нам ещё больше интересных факты о его функционировании.

Список использованной литературы:

1.Луман Н. Медиа коммуникации. М., 2005
2.Зорина З.А. и др. Элементарное мышление животных М., 2001 3.Зигуненко С.Н Тайны человека и его эволюции. М., 2003
4.Думлер И.Л. и др. Генезис речи и происхождение языков…С.-П., 2010
5.Сайфуллаев Ш. Р. и др. Генезис языка и происхождении разговорных

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОВ ТУРИЗМА НА УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ

Зарнигор Собирова Рахимовна Стажёр-исследователь
Бухарского государственного университета
roginraz2015@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-7550-368X

Аннотация. Статья посвящена лексико-семантическом анализе терминологии туризма узбекского, с одной стороны, на лексическом уровне существует более зрелый статус английской терминологии в области туризма, и она выступает в качестве основы в узбекском языке. язык. С другой стороны, в последнее время наблюдается тенденция к параллелизму в лексико- семантических процессах английского и узбекского языков. Таким образом, они привели к сближению конкреционных и терминологических систем, то есть возникновению общая часть терминологического словаря для обоих языков.
Ключевые слова: туризм, термин, терминология, словарный запас, семантика, интеграция, использование, деривация.

Говоря о терминологии узбекского языкового туризма, здесь необходимо выделить несколько конкретных аспектов:
1. Поскольку мы продвинули практику предпринимательского туризма в относительно более позднем масштабе и превратили ее в особый перспективный фронт экономики, мы освоим условия, которые были сформулированы ранее и стали мировым лидером.
2. Мы обогащаем терминологию узбекского туризма, а также терминологию мирового (т.е. английского) туризма новыми концепциями, основанными на узбекском искусстве, традициях, кухне и спорте, которые проявили себя на мировых этапах.
3. Мы уделяем больше внимания к архитектурно-строительной описательной терминологии, чем тот факт, что основной темой в узбекском туризма, и памятникам.
На первом этапе выборочно усваивается терминология английского туризма, которая представляет собой сумму большого числа культур, и

задача направлена на то, чтобы понизить термины и понятия, которые нам не нужны, или адаптировать их к условия нашего национального менталитета. Например, принятию термина «кредитная *карта»* будет препятствовать тот факт, что банковская операция, связанная с этой концепцией, недопустима в нашей стране и, наоборот, будет стимулом для нас, чтобы предпочесть термин
«банковская / *дебетовая карта»,* который ссылается на наши текущие пластиковые карты в качестве альтернативы.
Также естественным явлением является то, что в процессе формирования терминологии возникает определенная потребность в лексемах, которых ранее не было в словаре. В конце концов, «термины быстро меняющаяся область лексики, происхождение новой дисциплины и ее ветвей, и теория причины возникновения новых терминов.» Это объясняется процессом прогресса, который продолжается без перерыва. Например, в последние годы на территории нашей республики действует специальная туристическая полиция, и также был принят термин, автоматически координирующий ее (туристическая *полиция* → туризм полицияси). Изучив терминологию английского туризма, можно с большой уверенностью предсказать, что в скором времени возникнет необходимость освоения терминологии статистики туризма в узбекской терминологии туризма. Потому что в то время как мы стремимся к электронному, что туризм предпринимает шаги в направлении него в пределах границ нашей страны, это очень важная стратегическая задача руководителя по туризму физиологии, маркетингу и менеджменту. Поэтому в ближайшем будущем создание Узбекского толкового словаря статистики туризма считается следующим многообещающим вопросом для филологов и лингвистов. Эта наблюдаемая терминология является примером многих понятий в терминологии английского туризма, таких как *индекс связности, вопросник удовлетворенности клиентов, индекс компактности, сравнительное преимущество, конкурентное преимущество.*
За последние несколько лет наше государство стало уважаться мировым сообществом как прогрессивно развивающаяся страна. В результате этого повысился уровень жизни наших людей, наряду с приемом иностранных гостей, появилась возможность путешествовать в другие страны. Это, в свою очередь, приводит к усвоению понятий *располагаемого дохода* (то есть «дохода, который население тратит на первичные нужды») и *дискреционного дохода* (то есть «дохода, который население получает от первичных потребностей, если дополнительные цели расходуются в п дополнительной суммы "). То есть прогресс может стать клиентом новой терминологии.
Как уже упоминалось выше, не только в сфере туризма, но и в освоении терминологии других общественных сфер, мы можем лежать на стороне о е той или иной термин в влиянии условий нашей национальной культуры,

наших социально-психологических взглядов. Например, изучение лексемы *индустрии гостеприимства* (*меҳмоннавозлик саноати)* как альтернативы вместо *индустрии туризма* (*туризм саноати*) было бы очень поразительной работой для культуры наших гостеприимных людей. Понимание в *Golden age Passport* термина, который представляет собой специальную скидку для потребителей этих товаров индустрии туризма, а также будет п точного термином для наших людей, которые держат соответствующую страсть к пожилым людям. Но это более целесообразно «Узбекская», чем выучить этот термин. В конце концов, причина, почему такие понятия, как *Золотой век, Серебряный век, золотые свадьбы, серебряная свадьба* лежит в нашей культуре является то, что мы можем практиковать этот термин в форме в *пожилом возрасте паспорта*.

С точки зрения различных взглядов на туризм, в национально - культурных и социально-географических условиях Узбекистана, возможности создания *сельского туризма (қишлоқ туризми), этического туризма (этник туризма, наследия, туризма* (*маданий меърос / ёдгорликлар туризми)*) . Само собой, разумеется, что терминология этих областей составляет отдельный национально-этнический слой узбекской туристской терминологии. В ближайшем будущем, в условиях неизбежного успеха туризма в нашем регионе, появятся концепции. Эти термины занимают особое место в терминологии мирового туризма с выражением «узбекский». Ведь эти понятия не повторяются ни в одной культуре мира и являются именно узбекским словом. Среди них - *шийпон, чорпоя, офтоба, чопон, айрон, чакки* и многие другие слова, которые имеет восточные цвета в словах- лексем, такие как плов, самса, бозор, кураш, халол, караван, хаммам уже вошел в широкое потребление. в систему этот процесс, общее принятие термина, обозначающего понятие этого, следует за другими терминами, связанными с этим. Например, согласно Шиллинг и Хушмуродовой, только одно понятие *« кураш»* появилось в мировом словаре таких терминов, как *халол, дакки, ғирром, тухта.*

Видное поле нашей культуры ─ историческая узбекская археология, вносит значительный вклад в терминологию Всемирного туристского с отдельной группой терминов. Посещение земель нашей страны, восхищаясь его уникальный стиль, квадраты наших памятников и мемо риалов на протяжении многих веков, разделяя уникальные впечатления со своими современниками, широко распространяясь гостями нашей страны, находя мировое признание, терминология нашей восточной архитектуры считается важной ичистой циональной частью узбекской туристической терминологии.

Ниже приведены некоторые архитектурные термины, введенные в мировое потребление от узбекского языка:

Islamic buildings	*Исламские здания*
turquoise dome	*бирюзовый купол*
desert citadels	*цитадели пустыни*
fortified palaces	*укрепленные дворцы*
colored tilework	*цветная плитка*
pishtak	*pishtak*
ark (fortified citadel)	*ковчег* (укрепленная цитадель)
shahristan (inner city)	*Шахристан* (внутренний город)
rabad (suburbs)	*Рабад* (пригород)
hammams (multidomed bathhouses)	*хаммамы* (бани многоярусные)
rabat (caravanserais)	*рабат* (караван-сарай)
tim (shopping arcades)	*Тим* (торговые ряды)
tok (or tak; covered crossroad bazaars)	*ток* (или так; крытые перекрестки базаров)
hauz (reservoirs)	*хауз* (водохранилища)
Masjid (mosques)	*Масджид* (мечети)
guzar (local mosque)	*Гузар* (местная мечеть)
jami masjid (Friday mosque)	*Джами Масджид* (пятничная мечеть)
namazgokh (festival mosque)	*намазгох* (фестивальная мечеть)
Mihrab	*Mihrab*
Medressas	*Medressas*

aivan (or aiwan; arched portals)	*айвана (или Aiwan; арочные порталы)*
hujra (cell-like living quarters for students and teachers)	*худжра (клеточные жилые помещения для студентов и преподавателей)*
khanaka (prayer cells or entire buildings)	*ханака (пр-во клетки или целые здания)*
darskhana (lecture room)	*дарсхана (аудитория)*
mazar (mausoleum)	*мазар (мавзолей)*
ziaratkhana (prayer room)	*зиаратхана (молитвенная комната)*
gurkhana (tomb)	*гурхана (могила)*
Minarets	*минареты*
chorsu (market arcade)	• *Чорсу (аркада рынка)*
ghanch (carved and painted alabaster decoration)	• *ghanch (вырезанный и окрашенный алебастр декорацией n)*
qala (fortress (also kala))	• *Калы (крепость* (также калы))
Girikh (Geometric and knot designs)	• *Гирих* (Геометрические и *узловые* конструкции)

Анализируя термины узбекской архитектуры, следует сказать, что первые 5 терминов в таблице - это чисто узбекские слова, если на нашем земном шаре слова с выражены английскими именами. Если мы посмотрим на варианты этих слов, которые преобразованы на английском языке, они в основном изменены в звуковом плане, то есть они адаптированы в основном к фонетическим особенностям английского языка, и точно такое же изменение дало им иностранный характер. Фонетическая совместимость, в свою очередь, отражена на графике.

Изучив терминологию узбекского туризма лексически-семантически, еще раз отметим, что значительная его часть образована из иностранного (буквально из английской терминологии) способом получения слова. Ведь не существует абсолютно чистого языка, без иностранных слов. В ходе исторического развития слова других этнических групп были приняты людьми, иногда добровольно, иногда под определенным давлением, в

результате экономических, политических и культурных связей разных наций и народностей разных масштабов. В частности, во время нашего исследования мы будем больше фокусироваться на языковых явлениях, связанных с процессом обучения.

В некоторых случаях, если узбекская туристическая терминология напрямую переводится на иностранные термины, во многих случаях необходимо попасть в процесс «узбекизации», который требует более глубокого наблюдения. Освоение терминов, в которых доминируют структурные компоненты, значение того или иного (базового) значения очевидно, осуществляется непосредственно переводом. Например, *departure card (кетиш/жўнаш варақаси), arrival card (келиш варақаси), agency agreement (агентлтк шартномаси), airport terminal (аэропорт терминали), farm tourism (ферма туризми), agency coupon (агентлик купони), alternate airport (муқобил аэропорт), air carrier (ҳаво ташувчиси), baggage tag (юк/багаж ёрлиғи), excess baggage (ортиқча юк), dome car (гумбазли автоулов), connecting flight (уловчи парвоз), one-way ticket (бир томонлама чипта), direct selling (бевосита сотув/савдо), e-ticket (электрон чипта), duplicate reservation (дупликат буюртма), industrial tourism (индустриал/саноат туризми), Hajj Pilgrimage (Ҳаж зиёрати), mass tourism (оммавий туризм), seasonality (мавсумийлик), transit traveler (транзит сайёҳ/йўловчи), aquatic sports (сув спорти), cultural heritage (маданий меърос), field sports (дала спорти), hotel tariff (меҳмонхона тарифи).*

Термины *кафетерий, бизнес-класс, беспошлинная* торговля , *экотуризм, агротуризм, этнический туризм, бизнес-центр, фестиваль, общественное питание, форс-мажорные обстоятельства* « узбек- интегрированы» с небольшими изменениями в орфографии. Чтобы убрать диковинный цвет из терминов « *Кушетка», «Диверсификация», «Брошюра», «Тематический парк», «Санаторий», «Планетарий»,* их ядро сохранено и заменено на дополнительный план:

Couchette → кушетка Diversification → диверсификация Brochure → брошура

Theme park → тематик парк Sanatorium → санаторий Planetarium → планетарий

В процессе интеграции этих слов, влияние русского языка очевидна. Впоследствии приставка лексем, которая приобрела новый облик, носит русский характер.

В заключение: 1) терминология английского туризма сформировалась на основе влияния любых культур; 2) синонимы, антонимы, многозначности и переносное значение в терминологии английского туризма были на значительном уровне; 3) большая часть терминологии узбекского туризма пришла из-за рубежа, в частности, благодаря развитию словарного запаса из английского языка; 4) Узбекская культура обогатила мировой словарь терминами, относящимися ко многим

областям, особенно связанным с восточной архитектурой.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. С. Медлик, Словарь путешествий, туризма и гостеприимства, Butterworth- Heinemann, третье издание, 2003, стр. 154
2. Абдурахмонов Г., Узбекский язык и литература Мамаджанова, Ташкент,
«Узбекистан», 2002, 90-е.
3. Махмудов Н., Исследование языковой лингвистики, Ташкент, классическая лексика, 2017, 144-б.
4. Z. Sobirova, The Realistic Genre and its Development in World Literature - International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277- 3878, Volume-8, Issue-3S, October 2019
5. Z. Sobirova, Lexical-semantic study of the terms of tourism in the Uzbek language
- ACADEMICIA An International Multidisciplinary Research Journal, ISSN: 2249- 7137 Vol.10, Issue 4, April 2020, Spl Issue, p 169-174
6. Z. Sobirova, Lexical-semantic study of the terms of tourism in English
- ACADEMICIA An International Multidisciplinary Research Journal, ISSN: 2249- 7137 Vol.10, Issue 4, April 2020, Spl Issue, p 193-201

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ТЕРМИНОВ ТУРИЗМА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Зарнигор Собирова Рахимовна Стажёр-исследователь
Бухарского государственного университета
roginraz2015@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-7550-368X

Аннотация. В этой статье представлены значения слов различных туристических слов, используемых в англоязычных странах, а также могут быть использованы в других туристических развитых странах, таких как Узбекистан.В лексико-семантическом анализе терминологии туризма следует отметить, что английская терминология в области туризма выступает в качестве основы в мировых языках.
Ключевые слова: туризм, термин, терминология, словарный запас, семантика, полисемия, антонимия, многозначность

Во время формирования терминологии английского туризма причина различных языковых и внелингвистических явлений была обесцвечена, подверглась влиянию новой концепции туризма и, как следствие, языки,

которые внесли свой вклад в новый термин, приобрели лексико-семантические особенности наблюдения. Прежде всего, было бы правильно проанализировать лексические особенности терминов.

Поскольку английский является аналитическим языком, он представляет собой эффективный метод загрузки различных новых лексических и грамматических значений в слово путем добавления слов и спряжения.

Слова, которые не имеют самостоятельного лексического значения в следующих терминах, добавляются в лексему и придают ей новое значение:

- **Non**-refundable (на безвозвратной услуги или товары) , **non**- transferable (непередаваемой типа службы во имя человека , отличного от человека , который сделал заказ)
- **on-** line (путешествие на воздушном судне авиакомпании) **off**- line (путешествие, совершенное путем обмена авиакомпаниями и авиалиниями)
- **through** passenger , **through** carriage, **through** fare, **through** train (пассажир, который едет прямо, не меняя направления, транспорт, поезд)
- duty-**free** (освобождение от налогов товары)
- **ex gratia** payment (добровольный / необязательный платеж)
- **in**-house laundry (отель прачечная услуги), **in**-flight entertainment (развлечения во время полета), **in**-flight magazines (журналы в самолете)
- add-**on** (не публикуется в туристических брошюрах , сервис
, который требует дополнительной платы)
- drive-**in** restaurant ↔ drive-**through** restaurant (ресторан, который поставляет заказы владельцам автомобилей, которые находятся на стоянке ↔ ресторан, который предоставляет заказы приезжим владельцам автомобилей внутри или через окно)

Префикс *De-* является эффективным при формировании путешествия сборов, которые формируют движение вниз от транспортного средства . Префиксы *En -, em* - являются функциональным антонимом к нему или, скорее, представляют собой выход (поездку) на виды транспорта: *Embark ↔ disembark (*чтобы сесть в машину - чтобы выйти из машины *) Embus ↔ debus (* чтобы сесть на автобусе - чтобы выйти на автобус *) Enplane — deplane (* чтобы сесть на самолет - чтобы сойти с самолета *) Entrain ↔detrain (* чтобы сесть на поезд - выйти из поезда*)*

Одним из конкретных методов построения слов, доступных в английском языке, является b- кредитование. В этом лингвистическом феномене части двух или более слов объединяются, и формируется новое слово, которое создает общее понимание из смысловых элементов всего. Среди терминов туризм можно также встретить слова, которые являются производными от этого метода:

- *dinkies = double + income + no + kids*
- *motel = motor + hotel*
- *brunch = breakfast + lunch*
- *condotel = condominium + hotel*
- *boatel = boat + hotel*
- *apartotel = apartment + hotel*

Это явление также существует в названиях стран, которые являются разработчиками индустрии туризма. Например, такие как Евразия, Австралазия, Полинезия, Меланезия.

Большая часть терминологии английского туризма возникла благодаря формированию словосочетания из двух или более словарных слов (например, *высотная болезнь, ознакомительная поездка, капитан колокола, бутик-отель, тариф отеля, оздоровительный клуб* и многие другие).

Альтернативно, случай применения компонента в форме аббревиатуры между такими сложными словами, как это, также считается явлением. Мы можем видеть это на примере *fam (familiarization) trip, e (electron) - booking, eco(ecological)tourism, agro(agricultural)tourism, auto(automobile)strada* образцов.

Комбинации «прилагательное + существительное» также хорошо распространены. Например, такие как *lodging industry, paying guest, late check- out, plastic money, transit passenger, connecting rooms, green holidays* и так далее. Все названия, которые представляют формы туризма, формируются таким образом (*soft/appropriate tourism, hard/mass tourism, industrial tourism, religious tourism).*

Термины с собственными существительными также считаются одной из особенностей терминологии английского туризма, и это обстоятельство является доказательством того, что эта большая группа богатого словарного запаса является совместным продуктом опыта культур разных стран:

- *American breakfast, Asian breakfast*
- *European Plan, American Plan*
- *Chinese restaurant syndrome, Delhy belly, Montezuma` s revenge*

Еще одним доказательством этого является тот факт, что в составе терминологии есть слова, которые ассимилированы из многих других языков, и их можно легко отличить от обладания определенным (чужим) набором звуков. Например, слова *bureau-de-change, force majeure, alfresco dining, albergo, maître d` hotel, á la carte menu, table d` hôte, bistro, bodega, brosserie, entreé* пришли из французского, немецкого и итальянского языков, и в основном они относятся к индустрии общественного питания и ресторанного бизнеса. В конце концов, считается, что представители этих стран обладают особым вкусом к питанию и внесли свой вклад в индустрию туризма, предлагая различные виды продуктов питания и

напитков для деликатесов мира.

Кроме того, ассимилированные слова из языков народов Азии можно увидеть среди терминов. *Caravan, halal, Mecca, bazaar* - это привычные для нас понятия , они адаптированы к фонетической системе английского языка, то есть они в некоторой степени становятся « англицизорованы».

Формирующие элементы некоторых терминов образованы словами, принадлежащими к словесной категории числа. Это можно увидеть на примере *one way ticket, second home, first (maiden) voyage/flight, double occupancy, two-income families*.

Bed and breakfast, boat and breakfast - это термины в виде пары слов, которые используются в узбекской туристической индустрии.

Когда мы смотрим на лексико-структурный характер терминологии английского туризма, мы видим наличие терминов в форме императивного настроения (императивов). Поскольку эти термины имеют высокую частоту использования в процессе развития туризма, с течением времени периоды становится твердым соединение ― Термин:

- *Bring your own* (ресторан, который позволяет вам принести свой собственный алкогольный напиток)
- *Rent it here, leave it there* (транспортная услуга, которая позволяет арендовать автомобиль в одном месте территории и оставить это в другом месте)
- *Ring – and – ride* служба такси или микроавтобуса, которая позволяет заказать из дома для пожилых людей или инвалидов по телефону)

Среди этих терминов есть также такие сокращения, как PIR (Отчет о нарушении прав собственности ― с сообщением об изображении, когда багаж теряется в аэропорту), ATM (банкоматы) и т. д., Которые, несомненно, понятны представителям английских культур.

Анализируя термины английского туризма семантически, мы сталкиваемся с такими лингвистическими явлениями, как синонимия, антонимия, многозначность, переносимое значение, редукторное значение (приватизация) и значение расширения (обобщение).

Согласно лингвистическим взглядам, «термины называет характеризуется значимостью, отсутствие синонимичных последовательностей». Это видение приватизировано, это может быть характерным признаком терминологии сферы в рамках одного языка, но очень международный, это не правило, которое может применяться строго к терминологии универсального туристического сектора, который под влиянием культуры многих народов. Тем не менее, в терминологии английского туризма наблюдается многозначность, как синонимия, так и даже перевод смысла.

Тот факт, что одна концепция синонимов в терминологии английского туризма называется по-разному в опыте разных стран, а также тот факт, что все существующие имена обмениваются в одном или нескольких регионах, и один используется в обращении вместо места другие внесли

огромный вклад. Другая причина, по которой одно из названий, характеризующих концепт, не выбрана, заключается в том, что объект или субъект в образе этого концепта имеет особый частный отличительный аспект, хотя и играет небольшую роль в культуре отдельных наций. Например, хотя и *bill of fare and table d` hôte* также относятся к меню ресторана, первоначальный термин относится к меню широкого выбора с отдельной ценой, установленной для каждого блюда, тойже ценой, установленной для любого комбинированного блюда, выбранного под последний, понимаются как узкий выбор из меню. *Plat du jour* и *dish of the day* представляют собой специальное блюдо дня, которое не указано в меню и в то же время активно употребляется.

Все термины *animator, social director, cruise director, cruise officer, entertainments director, activities host(-ess)* являются организаторами широкого круга синонимов, которые характеризуют человек, ответственный за разработчик программы развлечений во время путешествия. Под условием *day visitor, same-day visitor, excursionist* представители английских культур понимают один и тот же человек (человек, который завершает свою поездку в один день и возвращаются в свой адрес). Подобно *sunbathing/sunbaking, tramping/trekking, thermal springs/hot springs, hotel industry/lodging industry, holiday insurance/travel insurance, urban tourism/city tourism, spouse fare/companion fare, dual-career families/two-income families, duplicate reservation/double booking, factory tourism/industrial tourism, departuretax/exit tax, all-expense tour/all-in tour, boarding pass/embarkation card, camper/caravan/recreational vehicle, layover/stopover, air hostess/flight attendant, baggage/luggage, flying boat/seaplane* и многие другие пары слов являются взаимно синонимами друг друга.

На основании наблюдений и исследований мы можем сказать, что антонимия - это явление, которое встречается реже в терминологии английского туризма, чем в синонимии:

Bareboat charter ↔ crewed/provisioned charter Arrival card ↔ departure card Accompanied baggage ↔ unaccompanied baggage Dry aircraft leasing ↔ wet aircraft leasing Serviced accommodation ↔ self – catering accommodation Hard tourism ↔ soft tourism Generating country ↔ receiving country Urban tourism

— rural tourism Sunlust motivation ↔ wanderlust motivation Participant sport ↔ spectator sport Host bar ↔ no host bar Greeter ↔ hostess

Хост-бар, нет хост-бара Привет↔ хозяйка

Указанные антонимические пары считаются противоречивыми из-за некоторой семантической составляющей. Например, если *dry aircraft leasing* предполагает только наем самого самолета, в концепции *wet aircraft leasing* подразумевается дополнительный запас, например, членов экипажа, а также топлива. В *bareboat charter ↔ crewed/provisioned charter* антонимия, выше ситуация, связанная с лодкой или водным транспортом

понимается, и *dry/wet lease* также встречается в качестве альтернативного именования.

Если противное смысл *arrival card* ↔ *departure card* основан на направлении, противоположном направлению движения, в *participant sport — spectator sport* пары, активного или пассивного движения отдельных форм антоним.

Интересная ситуация возникает в антоним *hard tourism* ↔ *soft tourism* является то, что перенесенные означая формирования в нем приняли смысловые противоречия. *Hard* туризм относится к традиционному традиционному массовому туризму, который определяется как «беспощадный» подход к окружающей среде и географическим особенностям региона, в то время как *soft туризм* призван оказывать наименьшее влияние на зеленый / альтернативный туризм.

Парное слово *Greeter* ↔ *hostess* - это выразительная терминология, основанная на гендерной зависимости.

Полисемантичность образующих лексем является еще одной характеристикой терминологии английского туризма. На примере анализа нескольких образцов мы рассмотрим феномен многозначности в терминах:

Air carrier представляет как пассажирский, почтовый и грузовой самолет, так и авиакомпанию, вовлеченную в эту деятельность.

Gangway термин-лексема представляет собой соединение , слово, от его структурных компонентов (в буквальном смысле перевод будет «головорезы / трапом») его следующие значения не поняты:

1. Коридор между рядами сидений в зрительном зале.
2. Склон, который используется при извлечении и разгрузке пассажиров на борту судна.
3. Тачка, которая позволяет увеличивать и сбрасывать нагрузки на самолет.

Базовое значение термина *epicure* «человек, привыкший жить легкой и приятной жизнью», основанный на производном значении «человек, сформировавший необычный стиль / вкус к хорошей еде и питью - едок ». ,

Термин *cabin* имеет высокий многозначный индекс:

1. Небольшое, простое укрытие, похожее на дачу (дачу).
2. Простая комната или аналогичная структура на пляже или у бассейна.
3. Закрытый лифт.
4. спальные места на корабле.
5. Внутренняя территория воздушного судна, предназначенная для пассажиров.

В терминологии английского туризма другие терминологические сочетания были сформированы на основе значения этой лексемы, которая в последний раз цитировалась выше. Это *cabin steward, cabin attendant, cabin crew.*

Если прямое значение из *captive* лексемы относится к человеку , или существу , которое взято в плене и держал в неволе под контролем кого -

то, значение производной на основе миграции смысла стало терминологией в деловой и индустрии туризма:

1. Аудитория, которая невольно подвергается воздействию информации (например, те, кто ходят в кино, подвергаются рекламе, нацеленной на них);

Условие обязательства добровольно выбирать другой бренд, услугу или товар при отсутствии альтернативных вариантов. Если первое значение слова *Мecca* - это «святой город», известный всему мусульманскому миру, в котором совершается паломничество, следующие производные значения являются терминами общего характера в туристической терминологии: место для посещения , когда человек мечтает всю его жизнь / место; Зеленый туризм (альтернативный / подходящий / устойчивый), который выражается в общем смысле туризма в отношении природы / окружающей среды, а также географической и экологической системы территории в частном смысле, также называется "зеленым туризмом" из-за этих характеристик. В терминологии английского туризма также есть термины с интересным выражением имени, например, *ghost town* и *depressed area* у них немного разные аспекты семантики, хотя в словарях одно приписывается другому. Если этот инструмент используется в отношении городов, которые процветали ранее, в то же время были покинуты жителями и функционировали как древнее туристическое направление, то последующее внутреннее производство представляет собой высокий уровень стагнации, безработицы и миграции населения в окраины страны, районы, нуждающиеся во внешнеэкономическихинвестициях.

Понятия отдыха и оздоровления в туризме формируются на основе оригинального курортного термина. Исторически эта лексема изначально означала мясо, к которому туристы обращаются в основном для целей здравоохранения, и поэтому во многих случаях находятся в уникальных естественных местах обитания, особенно в прибрежных оазисах. Но через определенный промежуток времени эта законность этого термина вышла за пределы его функциональных возможностей, и в тот же день она стала обозначать туристические зоны, которые организованы для добровольных целей, приобретать добровольные и разнообразные географические особенности, поток посетителей. В настоящее время самой массовой курортной (то есть курортной) зоной, особенно для иностранных туристов, являются огромные столицы мегаполисов. Другим ярким примером его значения в терминологии является семантическое изменение понятия *спа*, которое прошло почти тот же процесс. Этот термин относится к базе отдыха с источником минеральной и термальной воды, в первую очередь

---

[8] Григорьев В.П. Поэтика слова. –М., Прогресс, 1966. –С.121.

[9] Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. С.147-174

[10] Телия В.Н. О номинативном аспекте лексической семантики // Проблемы значения в современной лингвистике. – М.: Наука, 1977. -С.192-194.

[11] Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. –С.16

предназначенной для потребления и купания, а в некоторых регионах лингвистической карты мира он относится к дополнительному типу курортов. Поскольку этот термин этимология относится к названию города в Бельгии, он сам в этот день считается составной частью названия многих курортов.

Значение производного, которое основано на обобщении его значения вместе с базовым значением, также действует в разных частях мира сегодня одинаково. Эта концепция также применима ко всем видам общественного питания в некоторых местах, если вначале она касается предоставления еды, которое осуществляется в определенное время в частных ситуациях (день рождения, юбилей и т. д.).

ТУРИЗМ МАДАНИЯТЛАРАРО АЛОҚА ОМИЛИ СИФАТИДА

Сулайманова Б. ЎДЖТУ тадқиқотчиси

Аннотация

Мақолада туризмнинг маданиятлараро алоқаларнинг самарали шакли сифатидаги аҳамияти ҳақида сўз боради. Туризм маданий ўз-ўзини англашни чуқурлаштиришга ва саёҳатчининг маданий ўзига хослигини шакллантиришга ёрдам берувчи, шунингдек, маданий тажриба алмашиш орқали маданий тизимларни ўзаро бойитишга сабаб бўладиган восита сифатида таҳлил қилинади. Маданий алоқалар, маданий ўзига хослик, маданий инқироз, маданий оламлардаги жараёнлар тасниф этилади.

Туризмнинг коммуникация салоҳиятини рўёбга чиқаришда тўсқинлик қилаётган жиҳатларга ҳам эътибор берилади ва бу бўйича муаллифнинг муносабатлари ифода этилади.

Барча асрларда туризм маданиятлараро алоқаларнинг энг муҳим шакли, турли маданиятларни ўзаро бойитишнинг самарали воситаси бўлиб келган. Жаҳон тарихи халқлар тарихи деган машҳур иборани давом эттириб, биз инсоният тарихи саёҳат тарихи деб айтишимиз мумкин. Яқин келажакда ҳам шундай бўлиб қолади, унда туризм аллақачон мавжуд бўлган умумий маданий меросни мустаҳкамлаш ва инсониятнинг маънавий-ахлоқий бирдамлигини чуқурлаштиришда ўзига хос рол ўйнайди. Маданий алоқалар ҳар доим ва дунёнинг барча минтақаларида содир бўлган. Маданиятларнинг ўзаро таъсири маданий-тарихий жараённинг ажралмас қисми қисмидир. Аммо фақат бугунги кунга келибгина уларнинг сифат жиҳатидан ўзгариши, глобал ўзаро боғлиқлик маъносидаги дунёга

айланиши жараёни бошланди[1]. Маданий алоқалар асл миллий тараққиётнинг рағбатлантирувчиси бўлиб қолишда давом этиб, жаҳон интеграцияси жараёнининг омилига, жаҳон алоқаларининг ягона тизимини шакллантириш воситасига айланди. Ва бу тенденция табиийдир, негаки маданий тизимларнинг ўз-ўзини ривожлантириш жараёни уларнинг таркибий тузилмаларининг доимий ўзаро таъсирини назарда тутади. Маданий оламларнинг ўзаро бойитадиган мулоқоти шароитида бу мумкин, уларнинг ҳар бири маданий алоқа муҳитида ўзига хос семантик чуқурлик ва ўзига хосликни очиб беради. Бироқ, аслида, маданиятларнинг ўзаро алоқаси диалогик хусусиятини йўқотганда ва бир томонлама характерга эга бўлганда, маданиятлар ўртасидаги ўзаро таъсир салбий шаклларга эга бўлиши мумкин. Бунда битта маданият "қабул қилувчи" ролида унинг турли элементларини баҳолайди ва танлайди. Донор маданияти уларни рад этиш ёки мослаштиришга уринади. Бу илмий-сиёсий тилда "маданий экспанция, яъни маданий тажовуз ёки босиб олиш" дейилади. Тарихда бунга мисоллар жуда кўп. Бугун ҳам бу жараён давом этаётганини ҳеч ким инкор этмайди. Бу жараён маданий қадриятларни иқтисодий ва маданий жиҳатдан етакчи деб даъво қилиб, бир марказдан кенгайиш шаклида ҳам бўлиши мумкин, субъектив аҳамияти туфайли бошқа маданиятлардан ихтиёрий тақлид қилиш ва бошқа элементлардан қарз олиш шаклида ҳам содир бўлиши мумкин. Бундай вазиятда ўзаро таъсир қилувчи маданиятларнинг ҳар бири ўз мазмуни нуқтаи-назаридан бузғунчи рол ўйнайдиган бошқаларнинг элементларини ўзлаштиради. Маданий алоқалар, биринчи навбатда, жамият тараққиётидаги инқироз даврида, маданиятнинг қадрият-меъёрий "ядроси" вайрон бўлган ва миллий ва маданий ўзига хосликнинг асослари хиралашган даврда самарасиз характерга эга бўлишни бошлайди.

Маданиятлараро алоқа Ўзбекистон тарихида ҳам муҳим рол ўйнаган. Ўзбекистон миллий давлатчилигига дастлаб халқлар иттифоқи, ҳар томонлама ўзаро муносабатлар ва уларнинг маданиятини бойитиш киради. Ўзбекистоннинг мустақилликка эришиши билан мамлакатимизда кўп миллатли ва кўп маданиятли ижтимоий-маданий макон шаклланди. Ўзбекистоннинг маданий бойлиги унинг бошқа халқлар ва маданиятлар билан яқин алоқалари билан белгиланади. Шу билан бирга, маданиятлараро мулоқотнинг табиати ҳар доим Ўзбекистон халқлари миллий маданиятларининг ўзига хослигини ўрнатиш ва сақлашга ёрдам берди. Бугунги кунда маданиятлараро алоқалар муайян маданий ва ижтимоий-психологик шароитда ривожланиб бормоқда. Бошқа маданиятга бўлган

[1] Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М., 1997. С.86.

қизиқиш, биринчи навбатда, бошқа маданий оламларда инсон ва жамиятнинг омон қолиш стратегиясининг асосларини топишга бўлган эҳтиёжидан келиб чиқади; иккинчидан, барқарор идентификацияни таъминлашга қодир бўлган дунёнинг янги қиёфасини яратиш заруратидан келиб чиқади. Гап шундаки, социалистик ғоя ва коммунистик мафкуранинг қулаши дунёнинг ўнлаб йиллар давомида шаклланиб келаётган қиёфасининг парчаланишига, миллий ва маданий ўзига хосликнинг асосларини йўқотишига олиб келди. Бу хулқ-атворнинг ижтимоий муҳитнинг меъёрий талабларига мос келмаслиги, ташқи дунёдаги реакциялар сизнинг ниятларингиз ва умидларингизга мос келадиган тарзда ўзини тутиш қобилиятини йўқотишда намоён бўлади.

Дунё одамларнинг ҳаракатларига етарлича муносабатда бўлишни тўхтатади. Инсон ижтимоий дунё кўзгусида акс этишни тўхтатади. Натижада у ўзи учун таниб бўлмайдиган бўлиб қолади. Ушбу ҳолат ноаниқлик ва ташвиш, психосоматик синдромлар, ўткир депрессия ва психоз ҳиссиётларини келтириб чиқаради. Маданий ўзига хослик инқирози маданиятлараро алоқалар сифатига салбий таъсир қилади. Бундай вазиятда “бошқа” маданиятларнинг қадриятларини танқидий равишда қарз олиш (бу маданий экспансия чегараларини очади ва шу билан маданий ўзига хосликни янада йўқ қилинишига ёрдам беради) ёки уларни бутунлай рад этиш мавжуд. Шу муносабат билан туризм юқоридаги муаммоларни ҳал қилишнинг муҳим воситасига айланиши мумкин. Саёҳат қилиш маданий бағрикенгликни ривожлантиради, турли маданият вакиллари ўртасида ўзаро тушунишни чуқурлаштиради ва ижтимоий-маданий ўзига хосликни шакллантиришга ёрдам беради. Туризмни маданиятлар учрашувининг табиатан диалогик шакли сифатида қараш мумкин, бу бир томондан маданий ўз-ўзини англашни чуқурлаштиришга ва саёҳатчининг маданий ўзига хослигини шакллантиришга ёрдам беради. Маданий тажриба алмашиш орқали маданий тизимларни ўзаро бойитишга олиб келади. Манила конференциясида (1980 йил) туризмнинг халқаро кескинликни юмшатиш, барча давлатлар ўртасидаги ҳамкорлик ва ўзаро тушунишни ривожлантиришдаги имкониятлари алоҳида қайд этилганлиги бежиз эмас. Мазкур конференцияда туризм тинчликни таъминлашнинг муҳим омили, халқаро ҳамкорликнинг ахлоқий ва интеллектуал асоси сифатида қаралди. Туризмнинг инсонпарварлик салоҳиятини ҳисобга олган ҳолда конференция иштирокчи давлатларга нафақат сайёҳликнинг иқтисодий рентабеллигини ҳисобга олган ҳолда, балки ушбу турдаги ижтимоий-маданий амалиётни ривожлантириш учун сайёҳлик сиёсатини олиб

боришни тавсия қилди[2].

Туризм - бу аввало шахслараро алоқа, аммо унинг асосида одамларнинг маданият, тарих, дунё ва ўзига бўлган муносабатларининг мураккаб тизими асосига қурилган. Туристик фаолиятда диалог полисемантик ҳодиса сифатида нафақат мулоқотга бўлган эҳтиёжни (маданият, унинг урф-одатлари, анъаналари, ташувчилари билан), балки бир вақтнинг ўзида сайёҳлик объектининг жозибадорлигини белгилайдиган биргаликда яшаш зарурлигини ҳам англатади. Туризмнинг коммуникация салоҳиятини рўёбга чиқаришга асосан қуйидагилар тўсқинлик қилмоқда: а) тил тўсиқлари; б) шахснинг ўз маданиятига маънавий дахлдорлигини аниқроқ англаш бир вақтнинг ўзида бошқа маданиятлар ва этномаданият жамоалари вакилларига нисбатан рад этиш ва ҳатто душманликни келтириб чиқарадиган объектив равишда мавжуд бўлган маданиятлараро фарқлар; в) ўзаро алоқада бўлган маданий ҳодисаларнинг ҳақиқий қарама-қаршилиги, бу инсонлараро даражада муқаррар равишда тушунмовчиликнинг “маданий зарбаси” ҳолатидаги муқаррар тажриба билан боғлиқ ҳолда низонинг кучайишига ва кескинликнинг кучайишига олиб келади; г) бир қатор мамлакатларнинг миллий ва маданий мухторият мафкурасига асосланган, маданий бирлашувга жавобан кучайтирган сиёсати; д) турли даражадаги (минтақа, туристик агентлик) туристик фаолиятни ташкил этиш жараёнида унинг ижтимоий-маданий функцияларига эътибор бермаслик. Бу кўп жиҳатдан туризмнинг коммуникатив табиати тўғрисида яхлит илмий тушунчанинг йўқлиги, туризм сиёсатини амалга ошириш жараёнида (халқаро, давлат, минтақавий, ташкилий даражаларда) унинг ижтимоий-маданий функцияларини амалга ошириш учун ривожланмаган шароитлар билан боғлиқ. Шу маънода, халқаро туризмни ривожлантиришдаги асосий муаммоси қуйидагилардир, дейиш мумкин: а) туризмнинг коммуникатив салоҳияти, унинг ижтимоий-маданий функцияларининг хилма-хиллиги ва б) ҳақиқий мулоқотда (шахслараро) туризмнинг идентификациялаш ва интеграция имкониятларини амалга ошириш даражаси. Ўзаро таъсир - оғзаки ва оғзаки бўлмаган, саёҳатчининг тарихий ва маданий белгилар ва қадриятлар билан алоқаси. Ушбу қарама-қаршиликнинг ечими туризмнинг коммуникатив моҳияти ва туризм сиёсатининг технологик жиҳозланиши тўғрисида етарли даражада илмий тушунча билан чекланмоқда. Юқоридаги муаммоларни ҳисобга олган ҳолда, туризмнинг маданий-идентификация ва интеграцион салоҳиятини тавсифлаш ва уларни маданиятлараро алоқа жараёнида амалга ошириш шартларини белгилаш муҳим аҳамият касб

[2] Ионин Л.Г. Идентификация и инсценировка (к теории социокультурных изменений). // Соц. иссл., 1995. - №4. - С. 3-14.

этади.

Маданиятлараро мулоқот жараёнида ҳар бир субъект кўп даражали маданий маълумотларнинг ташувчиси бўлиб, унинг мазмуни шахснинг ижтимоий-маданий ўзига хослиги турлари билан белгиланади. Агар алоқа жараёнида субъект даражалардан бирида идентификаторлик муаммоларини бошдан кечирса, маданиятлараро мулоқот самарали ёки ҳалокатли бўлиб қолади[3]. Шу ўринда таъкидлаш жоизки, туризм, одамга "бошқаси" билан суҳбатлашиш имкониятини бериб, ўзларининг ўхшашликларини англашга ва индивидуал, ижтимоий ва маданий ўзига хосликни эгаллашга ёрдам беради.

Туризмнинг коммуникатив функцияларини амалга ошириш даражаси, унинг маданий ўзига хосликни сақлаш ва ривожлантириш, ўзаро таъсирни чуқурлаштириш ва маданиятлар ўртасидаги самарали мулоқотни потенциали қуйидагилар билан белгиланади: а) коммуникатив ва маънавий-ахлоқий маданиятнинг ривожланиш даражаси саёҳатчининг (унинг кўрсаткичлари унинг ҳамдардлик, бошқа маданиятларнинг қадриятлари ва зиёратгоҳларини тушуниши, ташриф буюрган жойларнинг ахлоқий меъёрлари ва қонунларига риоя қилиши, табиий ва маданий жойларни ҳурмат қилиши ва бошқалар). б) туризмни интенсив ривожланишининг салбий ижтимоий-психологик ва ижтимоий-маданий оқибатларини минималлаштиришга йўналтирилган туризм соҳасидаги мақсадли давлат сиёсати.

Хулоса қилиб айтганда, туризм маданиятлараро алоқа омили сифатида маданиятни маънавий олам сифатида тушунишга асосланган бўлиб, унинг мазмунини тарқатиш ва тушуниш диалог жараёнида мумкин бўлади. Шу муносабат билан саёҳат маданиятнинг муҳим, диалогик моҳиятини англаш усули ва ифодалаш шакли сифатида қаралади. Туризмнинг коммуникатив салоҳиятини маданий таҳлил қилишнинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, туризм коммуникация шакли сифатида қаралади, коммуникатив жараён эса нафақат инсон билан инсон ўртасидаги алоқа усули сифатида тушунилади. Алоқа, туристик фаолиятнинг асоси бўлиб, айни пайтда ўз ижтимоий-маданий ўзига хослигини яратиш ва кашф этиш усули, бағрикенглик қадриятлари ва меъёрларини шакллантириш майдони, цивилизациялашган ҳамкорлик ва ўзаро фаолият, маданиятларни бойитиш механизмидир. Шу маънода, бугунги кунда туризм маданиятлараро алоқа омили шакли сифатида бир неча даражаларда кўриб чиқилмоқда: техник алоқа жараёни сифатида; макон-вақтинчалик

[3]Скотт Бармен. Разработка правил информационной безопасности. - М.: Вильямс, 2002. С.49

алоқаларни ўрнатиш жараёни сифатида; ижтимоий мулоқот жараёни сифатида; рамзий (белги) концептуал ёки мажозий алоқа жараёни сифатида қаралмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М., 1997. С.86.
2. Ионин Л.Г. Идентификация и инсценировка (к теории социокультурных изменений). // Соц. иссл., 1995. - №4. - С. 3-14.
3. Скотт Бармен. Разработка правил информационной безопасности. - М.: Вильямс, 2002. С.49