



## TURIZM SOHASIDA TARJIMA NAZARIYASINING O'RNI

**Bahronova Charos**

*"Ipak yo'li" turizm va madaniy meros xalqaro universiteti*

ORCID: 0009-0000-2395-3435

[bahronovacharos7@gmail.com](mailto:bahronovacharos7@gmail.com)

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada turizm sohasida tarjima nazariyasining tutgan o'rni va ahamiyati tahlil qilinadi. Turizm bugungi kunda mamlakatlar o'rtasidagi madaniy, iqtisodiy va ijtimoiy aloqalarni rivojlantiruvchi muhim sohalardan biri hisoblanadi. Turistlarga xizmat ko'rsatishda axborotni turli tillarga to'g'ri va mazmunan aniq tarjima qilish katta ahamiyat kasb etadi. Maqolada tarjima nazariyasining asosiy tamoyillari, jumladan ekvivalentlik, adekvatlik va pragmatik moslik tushunchalari yoritilgan. Shuningdek, gid matnlari, reklama materiallari, broshyuralar, veb-saytlar va mobil ilovalardagi tarjima jarayonining o'ziga xos xususiyatlari ko'rib chiqiladi. Turizm matnlarini tarjima qilishda milliy madaniyat, urf-odatlar va tarixiy merosni to'g'ri ifodalash zarurligi ta'kidlanadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, tarjima nazariyasining amaliy qo'llanilishi turistlar uchun qulay axborot muhiti yaratish, xalqaro sayyohlar oqimini ko'paytirish hamda mamlakatning turistik imijini shakllantirishda muhim omil hisoblanadi.

**Kalit so'zlar:** turizm, tarjima nazariyasi, ekvivalentlik, adekvat tarjima, madaniyatlararo kommunikatsiya, turistik matnlar, reklama tarjimasi, xalqaro turizm.

## РОЛЬ ТЕОРИИ ПЕРЕВОДА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

**Бахронова Чарос**

*Международный университет туризма  
и культурного наследия «Шелковый путь»*

**Аннотация.** В данной статье анализируется роль и значение теории перевода в сфере туризма. Туризм в настоящее время является одной из важнейших отраслей, способствующих развитию культурных, экономических и социальных связей между странами. При обслуживании туристов особое значение имеет точный и адекватный перевод информации на различные языки. В статье рассматриваются основные принципы теории перевода, включая понятия эквивалентности, адекватности и прагматической адаптации. Также анализируются особенности перевода экскурсионных текстов, рекламных материалов, брошюр, веб-сайтов и мобильных приложений. Подчеркивается необходимость правильной передачи национальной культуры, традиций и исторического наследия при переводе туристических текстов. По результатам исследования установлено, что практическое применение теории перевода играет важную роль в создании удобной информационной среды для туристов, увеличении потока международных туристов и формировании положительного туристического имиджа страны.

**Ключевые слова:** туризм, теория перевода, эквивалентность, адекватный перевод, межкультурная коммуникация, туристические тексты, перевод рекламы, международный туризм.

## THE ROLE OF TRANSLATION THEORY IN THE TOURISM INDUSTRY

**Bahronova Charos***“Silk Road” International University  
of Tourism and Cultural Heritage*

**Abstract.** *This article analyzes the role and significance of translation theory in the tourism industry. Today, tourism is one of the most important sectors contributing to the development of cultural, economic, and social relations between countries. In providing services to tourists, accurate and meaningful translation of information into different languages is of great importance. The article discusses the main principles of translation theory, including the concepts of equivalence, adequacy, and pragmatic adaptation. It also examines the specific features of translating guide texts, advertising materials, brochures, websites, and mobile applications. Particular emphasis is placed on the need to accurately convey national culture, traditions, and historical heritage in the translation of tourism-related texts. The results of the study show that the practical application of translation theory plays a significant role in creating a convenient information environment for tourists, increasing the flow of international visitors, and shaping a positive tourism image of a country.*

**Keywords:** *tourism, translation theory, equivalence, adequate translation, intercultural communication, tourism texts, advertising translation, international tourism.*

**Kirish.**

Bugungi kunda turizm dunyo iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan sohalaridan biri hisoblanadi. Xususan, globallashuv jarayonlarining jadallashuvi natijasida turli mamlakatlar o'rtasidagi madaniy va iqtisodiy aloqalar tobora kengayib bormoqda. Bu esa turizm sohasida samarali kommunikatsiyani tashkil etish masalasini dolzarb etmoqda. Turistik axborotning turli tillarda sifatli taqdim etilishi xorijiy turistlarning mamlakat haqidagi tasavvurini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Turizmning rivojlanishi davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy aloqalarning kengayishiga xizmat qiladi. Xalqaro turizm rivojlangan sari turli millat vakillari o'rtasidagi kommunikatsiya ehtiyoji ham ortib bormoqda. Shu nuqtai nazardan tarjima nazariyasi turizm sohasining ajralmas qismiga aylanmoqda.

Turizmda tarjima nafaqat matnni bir tildan boshqa tilga o'girish, balki milliy qadriyatlar, urf-odatlar va madaniy xususiyatlarni to'g'ri yetkazish vazifasini ham bajaradi. Mehmonxona xizmatlari, ekskursiya matnlari, reklama materiallari, turistik veb-saytlar va gid faoliyatida tarjima muhim vosita hisoblanadi. Noto'g'ri yoki sifatsiz tarjima turistlarda salbiy taassurot uyg'otishi mumkin. O'zbekistonning turistik salohiyati yildan-yilga ortib borayotganligi sababli turizm sohasida professional tarjimonlarga bo'lgan talab ham kuchaymoqda. Ayniqsa, Samarqand, Buxoro va Xiva kabi tarixiy shaharlarga tashrif buyuruvchi xorijiy sayyohlar uchun ko'p tilli axborot tizimlarini yaratish dolzarb masalalardan biridir.

**Adabiyotlar sharhi.**

Tarjima nazariyasi va uning turizm sohasidagi ahamiyati ko'plab xorijiy hamda mahalliy olimlar tomonidan tadqiq etilgan. Ushbu tadqiqotlar tarjimaning nafaqat lingvistik, balki madaniy va kommunikativ jarayon ekanligini ko'rsatadi. Mashhur tarjimashunos olim Peter Newmark o'z tadqiqotlarida tarjimaning kommunikativ va semantik turlarini tahlil qilgan. Olim turistik matnlarni tarjima qilishda kommunikativ usul samaraliroq ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, kommunikativ tarjima matn mazmunini qabul qiluvchi auditoriyaga tabiiy va tushunarli shaklda yetkazishga qaratiladi.

Turistik matnlar reklama va axborot berish vazifasini birgalikda bajarishi sababli, aynan kommunikativ tarjima usuli samaraliroq hisoblanadi. Newmark (1988) turizm matnlarini tarjima qilishda so'zma-so'z tarjimadan ko'ra, matnning pragmatik maqsadini saqlab qolish

muhimligini ta'kidlaydi. Shu bois mehmonxona tavsiflari, ekskursiya matnlari va reklama materiallarini tarjima qilishda kommunikativ yondashuv keng qo'llaniladi.

Amerikalik olim Eugene Nida (1964) tomonidan ishlab chiqilgan "dinamik ekvivalentlik" nazariyasi tarjimashunoslikda muhim o'rin tutadi. Eugene Nida ishlab chiqqan dinamik ekvivalentlik nazariyasiga ko'ra, tarjima o'quvchida asl matndagi kabi taassurot uyg'otishi kerak. Turizm sohasida ushbu nazariya alohida ahamiyatga ega, chunki turistlar uchun tayyorlangan matnlar ularda qiziqish uyg'otishi, mamlakat haqida ijobiy taassurot hosil qilishi va kerakli ma'lumotni oson qabul qilish imkonini yaratishi lozim. Dinamik ekvivalentlik tamoyili ayniqsa turistik reklama va marketing matnlarida samarali qo'llanadi.

Tarjimashunos olim Jeremy Munday (2016) tarjima nazariyasining zamonaviy yo'nalishlarini tizimli ravishda tahlil qilgan. U tarjimani madaniyatlararo kommunikatsiyaning muhim vositasi sifatida baholaydi. Mundayning fikricha, tarjima jarayonida til birliklari bilan bir qatorda madaniy kontekst ham hisobga olinishi kerak. Bu yondashuv turizm sohasi uchun ayniqsa dolzarb bo'lib, tarixiy obidalar, milliy urf-odatlar va an'analarni xorijiy turistlarga to'g'ri yetkazishga xizmat qiladi.

Turizm tilini o'rganishda Graham Dannning (1996) tadqiqotlari ham muhim ahamiyat kasb etadi. U turizm diskursining o'ziga xos lingvistik xususiyatlarini tahlil qilib, turistik matnlarning asosiy maqsadi turistlarni ma'lum manzilga jalb qilish ekanligini ko'rsatadi. Olimning ta'kidlashicha, turizm tili informativ bo'lish bilan birga emotsional va ishontiruvchi xarakterga ham ega. Shu sababli bunday matnlarni tarjima qilishda nafaqat ma'lumot, balki reklama ta'sirini ham saqlab qolish zarur.

O'zbekistonlik tadqiqotchi Ilkhomova (2024) Buyuk Ipak yo'li bo'ylab joylashgan turistik destinatsiyalarning xalqaro ahamiyatini o'rganib, xorijiy tillardagi turistik axborot sifatini oshirish zarurligini ta'kidlaydi. Olimaning fikricha, turistik obyektlar haqidagi ma'lumotlarning sifatli tarjima qilinishi xorijiy sayyohlarning qiziqishini oshirish va mamlakat turistik jozibadorligini kuchaytirishda muhim omil hisoblanadi.

Shuningdek, Fayzullayev, Cassel va Brandt (2021) tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda O'zbekistonning turistik imijini shakllantirishda tarixiy meros, Buyuk Ipak yo'li madaniyati hamda tabiiy resurslarning o'rni yoritilgan. Mualliflar turistik brendni xalqaro miqyosda targ'ib qilishda lingvistik va madaniy omillarning muhimligini qayd etadilar. Ularning xulosalariga ko'ra, turistik materiallarning sifatli tarjimasi mamlakatning xalqaro maydondagi ijobiy qiyofasini shakllantirishga xizmat qiladi.

Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, tarjima nazariyasining ekvivalentlik, adekvatlik, pragmatik moslashuv va madaniyatlararo kommunikatsiya tamoyillari turizm sohasida alohida ahamiyat kasb etadi. Turistik matnlarning sifatli tarjima qilinishi turistlarga qulay axborot muhitini yaratish, milliy madaniyatni targ'ib qilish va mamlakatning xalqaro turistik imijini mustahkamlashga xizmat qiladi.

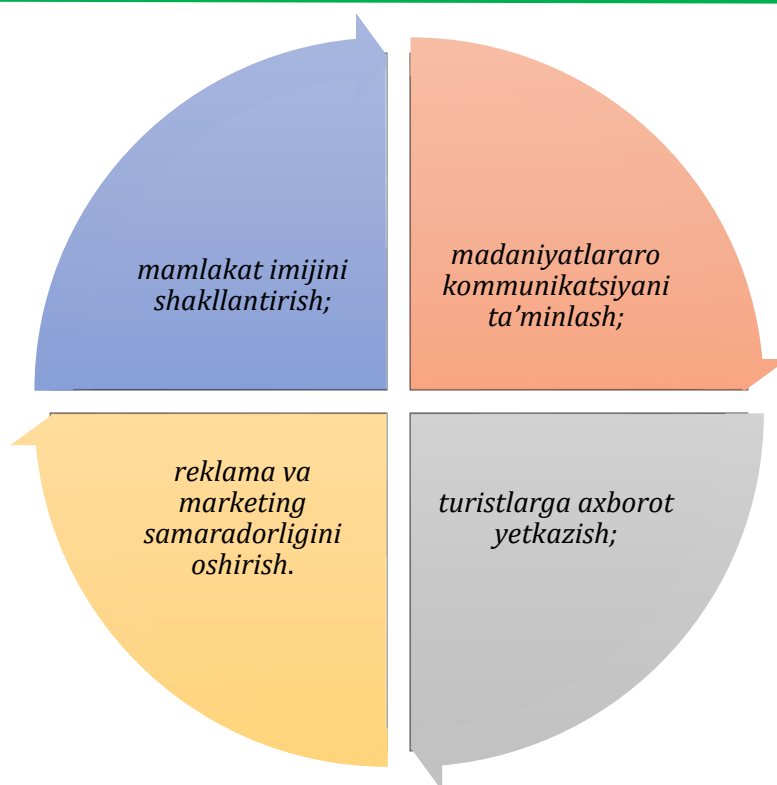
### **Tadqiqot metodologiyasi.**

Mazkur tadqiqotda ilmiy kuzatish, qiyosiy tahlil, tavsifiy metod hamda nazariy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Turizm sohasidagi tarjima jarayonlari, turistik matnlarning lingvistik xususiyatlari va tarjima strategiyalari ilmiy manbalar asosida tahlil qilindi.

### **Tahlil va natijalar muhokamasi.**

Turizm sohasida tarjima bir nechta muhim funksiyalarni bajaradi:

Turistik matnlarning asosiy xususiyati ularning reklama va informativ xarakterga egaligidir. Shu sababli bunday matnlarni tarjima qilishda oddiy so'zma-so'z tarjima yetarli bo'lmaydi. Tarjimon matnning uslubiy va madaniy xususiyatlarini ham hisobga olishi lozim. Masalan, o'zbek milliy taomlari yoki tarixiy obidalar nomlarini tarjima qilishda transliteratsiya va izohlash usullari qo'llaniladi.



**1-rasm: Turizm sohasida tarjima nazariyasining asosiy funksiyalari**

“Registon majmuasi”, “palov”, “mahalla” kabi tushunchalarni xorijiy turistga tushunarli shaklda yetkazish tarjimondan nafaqat til bilimini, balki madaniy kompetensiyani ham talab qiladi.

Turizmda tarjima nazariyasining amaliy ahamiyati quyidagilarda ham namoyon bo‘ladi:

1. *Turistik saytlar va mobil ilovalarni ko‘p tilli shaklda yaratishda;*
2. *Mehmonxona va restoran xizmatlarini xalqaro standartlarga moslashtirishda;*
3. *Ekskursiya va gidlik faoliyatida;*
4. *Xalqaro turizm reklamalarini tayyorlashda.*

Shuningdek, zamonaviy turizmda raqamli texnologiyalar va internet resurslarining keng qo‘llanilishi tarjima xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojni yanada oshirmoqda. Turistik veb-saytlar, mobil ilovalar va onlayn bronlash tizimlarining ko‘p tilli shaklda faoliyat yuritishi xalqaro turistlar uchun qulay axborot muhitini yaratishga xizmat qiladi.

Bugungi kunda sun‘iy intellekt asosidagi avtomatik tarjima tizimlari keng qo‘llanayotgan bo‘lsa-da, turizm sohasida inson tarjimasi hanzuhim o‘rin tutadi. Chunki madaniy kontekst va emotsional ta‘sirni to‘liq yetkazishda professional tarjimonning roli katta.

### **Xulosa va takliflar.**

Xulosa qilib aytganda, tarjima nazariyasi turizm sohasining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. U xalqaro turistlarga sifatli axborot yetkazish, milliy madaniyatni targ‘ib qilish hamda mamlakatning ijobiy imijini shakllantirishda katta ahamiyatga ega. O‘zbekistonda turizm rivojlanayotgan hozirgi davrda ko‘p tilli professional tarjima xizmatlarini rivojlantirish dolzarb vazifalardan biridir.

Turistik matnlarni tarjima qilishda lingvistik bilim bilan bir qatorda madaniy yondashuv ham muhim ahamiyat kasb etadi. Shu sababli tarjimonlarni tayyorlashda turizm terminologiyasi va madaniyatlararo kommunikatsiya masalalariga alohida e‘tibor qaratish zarur. Bu O‘zbekistonning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini yanada oshirishga xizmat qiladi.

**Adabiyotlar / Jumepamypa / Reference:**

Dann, G. (1996). *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Oxford: CAB International.

Fayzullaev, K., Cassel, S. H., Brandt, D. (2021). "Destination Image in Uzbekistan: Heritage of the Silk Road and Nature Experiences as the Core of an Evolving Post-Soviet Identity". *The Service Industries Journal*, 446–461.

Ilkhomova, G. (2024). "Peculiarities of Tourist Destination in Uzbekistan Crossing Through the Great Silk Road". *Science and Innovation*, 738–743.

Munday, J. (2016). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London: Routledge.

Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. New York: Prentice Hall.

Nida, E.A. (1964). *Toward a Science of Translating*. Leiden: Brill Academic Publishers.