Materiallar to’plami · Conference Proceedings

TIL, TARJIMA VA TA’LIM: GLOBAL KOMMUNIKATSIYA VA RAQAMLI INNOVATSIYALAR DAVRIDA YANGI YONDASHUVLAR

03 October 2026

UDK 81

ZAMONAVIY LINGVISTIKA VA GLOBAL KOMMUNIKATSIYA

TURIZM DISKURSIDA SHAXS-KONSEPTINING LINGVOKOGNITIV VA NOMINATIV XUSUSIYATLARI (TURIST, GID, MEZBON OBRAZLARI MISOLIDA)

Sobitjon Xudoberdi o‘g‘li Tulanov*

Farg‘ona davlat universiteti

✉ sobitjontulanov3@gmail.com

ANNOTATSIYA

Mazkur tadqiqot zamonaviy lingvistika va kognitiv yondashuvlarning dolzarb yo‘nalishlaridan biri bo‘lgan turizm diskursida shaxs-konseptining namoyon bo‘lish xususiyatlarini ochib berishga bag‘ishlanadi. Ishda turizm muloqotining asosiy subyektlari bo‘lgan turist, gid va mezbon (mahalliy aholi) obrazlari lingvokognitiv hamda nominativ jihatdan kompleks tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar

turizm diskursi, antropotsentrik paradigma, shaxs-konsept, lingvokognitiv xususiyatlar, nominativ maydon, turist obrazi, gid obrazi, mezbon obrazi, madaniyatlararo muloqot, lisoniy ifodalanish, pragmatik funksiya, diskurs tahlili

DOI: 10.5281/zenodo.23278233

Bugungi kunda jahon lingvistikasida antropotsentrik paradigma ustuvor yo‘nalishga aylanib, tilni nafaqat mavhum tizim, balki inson tafakkuri, madaniyati va faoliyati bilan uzviy bog‘liq holda o‘rganish talab etilmoqda[1]. Tilshunoslikning ana shunday faol rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri diskurs tahlili bo‘lib, u muayyan muloqot sohasidagi lisoniy va nokognitiv omillarni jamlagan holda tadqiq qiladi[2]. Zamonaviy iqtisodiy va madaniy jarayonlarning ajralmas qismiga aylangan turizm sohasi ham o‘ziga xos muloqot maydonini ya’ni turizm diskursini yuzaga keltirdi. Turizm diskursi ko‘p qirrali hodisa bo‘lib, u turli madaniyat vakillarining o‘zaro muloqotini, axborot almashinuvini va shaxslararo munosabatlarni qamrab oladi. Mazkur muloqot jarayonida muayyan ishtirokchilar ya’ni turist, gid va mezbon yoki mahalliy aholi asosiy subyektlar sifatida namoyon bo‘ladi. Ushbu subyektlarning lingvokognitiv va nominativ xususiyatlarini ochib berish zamonaviy lingvistika oldida turgan dolzarb vazifalardan biridir.

Diskurs tahlili tushunchasi XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab tilshunoslikning markaziy muammolaridan biriga aylandi. Turizm diskursi esa o‘zining tematik yo‘nalganligi, pragmatik maqsadi hamda maxsus lingvistik vositalar tizimi bilan ajralib turadi. Kognitiv lingvistika nuqtai nazaridan, diskurs bu insonning dunyoni lisoniy o‘zlashtirishi, konseptualashtirishi va lisoniy xotirada saqlash jarayonining mahsulidir[3]. Turizm diskursida konsept tushunchasi muhim o‘rin tutadi. Konsept inson ongida madaniy, ijtimoiy va shaxsiy tajribalar asosida shakllanadigan, muayyan tushunchaning lisoniy ifodasi hisoblanadi. Turizm diskursidagi shaxs-konseptoversum turist, gid va mezbon obrazlari atrofida shakllanadi. Har bir obraz o‘zining lingvokognitiv xususiyatlari, nominativ maydoni va kommunikativ strategiyalariga ega.

[1]Маслова В. А. Лингвокультурология. – Москва: Академия, 2001. – С. 120.

[2]Карасик В. И. Языковые ключи. – Волгоград: Парадигма, 2007. – С. 195.

[3]Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – Москва: ЛЕНАНД, 2017. – С. 84.

Turizm diskursining asosiy harakatlantiruvchi kuchi bu turistdir. Turist obrazi lisoniy ongda sayohat qiluvchi, kashf etuvchi, iste’molchi va mehmon kabi konseptual belgilarni o‘z ichiga oladi. Nominativ nuqtai nazardan, turist obrazini ifodalovchi leksik birliklar qatoriga sayyoh, turist, sayohatchining o‘zi, ekskursant, safar ishtirokchisi kabi sotsio-professional nominatsiyalar hamda xaridorgir, mijoz, dam oluvchi kabi funksional-pragmatik birliklar kiradi. Kognitiv tahlil shuni ko‘rsatadiki, turist konsepti ongda o‘ziga xos stereotiplar va assotsiatsiyalar bilan bog‘lanadi. Masalan, turist obraziga xos asosiy kognitiv belgilarga yangi taassurotlar izlash, madaniy meros bilan tanishish, erkinlik va vaqtni chog‘ o‘tkazish kiradi. Lisoniy darajada bu istak va ehtiyojlar modal fe’llar, sifatlashlar hamda imperativ konstruksiyalar orqali voqelikka ko‘chiriladi.

Turizm muloqotining ikkinchi muhim subyekti gid yoki ekskursovod, tarjimon, yo‘lboshchidir. Gid obrazi turizm diskursida axborot yetkazib beruvchi, madaniyatlararo ko‘prik vazifasini bajaruvchi va ta’sir ko‘rsatuvchi subyekt sifatida gavdalanadi. Gid konseptining nominativ maydoni gid, ekskursovod, yo‘lboshchi, tur-menejer, kuzatuvchi kabi professional nominatsiyalar orqali namoyon bo‘ladi. Gidning lingvokognitiv xususiyatlari uning nutqiy strategiyalarida yaqqol ko‘rinadi. Gid nutqi axborot berish va ishontirish funksiyalarini bajaradi. Kognitiv nuqtai nazardan, gid o‘zida bilimdonlik, madaniy meros targ‘ibotchisi va xavfsizlik kafili kabi konseptual belgilarni mujassamlashtiradi. Uning leksikonida geografik nomlar, tarixiy atamalar, arxitektura va etnografizmga oid leksemalar salmoqli o‘rin egallaydi.

Turizm diskursida ko‘pincha e’tibordan chetda qoladigan, biroq hal qiluvchi subyektlardan biri bu mezbon yoki mahalliy aholi, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar, turizm sohasi vakillaridir. Mezbon obrazi mehmondo‘stlik, madaniy qadriyatlar va lokal muhit tushunchalari bilan chambarchas bog‘liq. Nominativ darajada mezbon konsepti mahalliy aholi, mezbon, xizmat ko‘rsatuvchi xodim, tadbirkor, hudud egasi kabi nominal birliklar orqali ifodalanadi. Kognitiv jihatdan mezbon konsepti o‘z ichiga o‘z hududining madaniy-tarixiy merosini himoya qilish va taqdim etish, turist bilan madaniyatlararo muloqotni o‘rnatishda adaptatsiya jarayoni hamda xushmuomalalik va bag‘rikenglik stereotiplarini shakllantirish kabi xususiyatlarni oladi. Lisoniy jihatdan mezbon nutqi ko‘pincha etiket shakllari, lisoniy muomalaning xushmuomalalik strategiyalari va milliy koloritni aks ettiruvchi so‘zlar bilan boyigan bo‘ladi.

Xulosa qilib aytganda, turizm diskursi shaxs-konseptlarining o‘zaro muloqoti asosiga qurilgan murakkab lisoniy tizimdir. Tadqiq etilgan turist, gid va mezbon obrazlari turizm muloqotining uchta asosiy ustunini tashkil etib, ularning har biri o‘ziga xos lingvokognitiv tuzilishga va nominativ maydonga ega. Turist iste’molchi, kashf etuvchi va erkinlik intilishidagi shaxs sifatida, gid axborot yetkazuvchi va madaniy vositachi sifatida, mezbon esa hudud egasi, mehmondo‘stlik va madaniy qadriyatlar saqlovchisi sifatida namoyon bo‘ladi. Mazkur obrazlarning lisoniy ifodalanish mexanizmlarini ochish turizm diskursining pragmatik tabiatini chuqurroq anglashga, madaniyatlararo muloqot samaradorligini oshirishga hamda lingvokulturologik tadqiqotlarni boyitishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

[1] Карасик В. И. Языковые ключи. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.

[2] Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – Москва: ЛЕНАНД, 2017. – 208 с.

[3] Маслова В. А. Лингвокультурология. – Москва: Академия, 2001. – 208 с.

[4] Qo‘chqorov A. A. Lisoniy shaxs va uning diskursdagi namoyon bo‘lish xususiyatlari. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2020. – 164 b.

[5] Safarov O‘. Pragmalingvistika. – Toshkent: Mumtoz so‘z, 2008. – 285 b.

[6] Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – Москва: Прогресс, 1989. – 312 с.

[7] Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.

[8] Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2002. – 123 с.

[9] Nu’monova M. Z. O‘zbek turizm diskursining lingvokulturologik va pragma-kommunikativ xususiyatlari. – Toshkent: Fan, 2022. – 176 b.