

taaluqli frazemalar fe'l komponenti uchunchi shaxs shaklida qo'llaniladi: *estar manga por hombre; saber a cuerno quemado; pasar de castano*: *Pasaria, pues, de castano* obscure el que resultase tu hijo rival tuyo.

Predikativ tipga mansub FBarning fe'l komponenti uchunchi shaxs shaklida bo'lishi mumkin: *alegrarse la pajarilla; na caber en el pecho; no estar el horno para bollos*. Demak, fe'l komponentning shaxs shakllari miqdori FB tuzilishining ichki va tashqi xususiyatlari bilan belgilanadi.

Frazemalar esa o'z semantikasiga bog'li ravishda zamon va mayl shakllarida chegaralanadi.

1. *Ser hombre al agua; ser harina de otro costal; saber mas que Merlin; no saber de la misa la media; no tenerlas todas consigo; no valer un comino; tener mas conchas que un galapago; saber mas que Lepe y su hijo* shaxs/predmetning sifatli xususiyatlarini beradi va ko'proq Presente de Indicativo yoki Imperfecto de Indicativoda qo'llaniladi.

2. *Verse las caras; verselas; pagarlas; consultar con la almohada* kelasi zamonda qo'llanadi.

3. *Tomar el olivio; tomar las de Villadiego; liarlas; estirar la pierna* Preterito Indefinido yoki Preterito Perfecto ko'proq qo'llaniladi. Se acabo la fiesta faqat bir zamon va shaxsda qo'llanadi. Bir zamonda qo'llanish shakli zamon ma'nosining kuchsizlanishiga olib boradi.

Fe'l idiomlar oddiy fe'llar kabi turli zamon va mayllarda qo'llaniladi. Masalan, ish-harakatning davomiyligini ifodalovchi grammatikallashgan tuzilish (estar + Gerundo): *Usted es la que esta sacando ya los pies del plato* (Quintero); ... *estas hacienda el oso – dijo a media voz un amigo suyo* (Caballero). Bundan tashqari boshlanishni ifodalovchi (ponerse a, echarse a + Infinitivo), takroriylikni (volver a + Infinitivo), davomiylilikni (ir, seguir, continuar, venir, andar + Gerundio) ifodalovchi konstruksiyalar mavjud. Ma'no tuzilishlaridan kelib chiqib ko'plab idiomalar tugallanganlik/tugallanmaganlik shakllarida chegaralanishga ega. Masalan, *pelar la pava; no saber de la misa la media, buscar el pelo al huevo; buscar la paja en el oido; buscar tres pies al gato; bailar el agua; coger el cielo con las manos* kabi idiomlarda harakatning tugallanmaganlik tavsifiy ko'rinishi mujassamlashgan.

Xulosa o'rnida shuni qayd etish joizki, ekstralingvistik voqelikni grammatik kategoriyalar leksemalarga nisbatan ko'lamliroq ifodalaydi. Xususan, bunda turlanish va tuslanish holatlari ham kam bo'lmagan vazifani bajaradi

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kurchatkina N.N., Suprun A.V. Frzeologiya ispanskogo yazika. Moskva "Visshaya shkola", 1981.-142s
2. Raxmatullayev Sh. O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati. Toshkent. "O'qituvchi", 1978.-403b
3. Ömer Asim Aksoy. Atasözleri ve deyimler sözlüğü. Istanbul. "Inkilap", 2017.-486s
4. Yusupov, O., Yoqubjonova, S., & Abduvokhidova, S. (2022). THE BENEFITS OF HAVING OVERALL 7.0 FROM IELTS IN DIFFERENT AREAS OF LIFE. *Eurasian Journal of Academic Research*, 2(5), 213-215.
5. Сулайманова, Н. Ж. (2016). СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЛОКАТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ. *Актуальные научные исследования в современном мире*, (9-3), 74-77.
6. Sulaymanova, N. J. (2016). Locative syntaxemes and disaccordance of their antecedent means. In *Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives* (pp. 249-252).
7. YUSUPOV, O. (2022). ПРОБЛЕМЫ РАЗНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ ОБРАЗОВ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ. *International Journal of Philosophical Studies and Social Sciences*, 2(1), 51-54.
8. Sulaymanova, N. D. (2015). COMPARATIVE INVESTIGATION OF LOCATIVE ADESSIVE ELEMENTS IN THE STRUCTURE OF ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES. In *DEVELOPMENT OF THE SPOKEN AND WRITTEN LANGUAGE AT THE CURRENT STAGE OF THE INTENSIVE INFORMATION TURNOVER* (pp. 12-13).
9. Suleymanova, N. J. (2020). CROSS-CULTURAL COMMUNICATION THROUGH LINGUISTIC AND CULTURAL CONTENT. *Theoretical & Applied Science*, (4), 645-647.
10. Yusupov, O. Y. (2020). ETYMOLOGICAL AND PRO-ETYMOLOGICAL DOUBLETS IN ENGLISH. *Theoretical & Applied Science*, (2), 417-420.

TURIZMGA OID ATAMALARNING TARJIMA USLUBLARI TAHLILI

Toshnazarova Gulrux
Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya
universiteti gid hamrohligida tarjimonlik
faoliyati yo'nalishi magistranti

Annotatsiya

Maqolada turli ma'daniyatlarda shakllangan atamalar tushunchasi va ular tarjimasiga oid o'ziga xosliklar va tarjima uslublari haqida so'z yuritiladi. Turizm sohasiga oid atamalarning ingliz tilidan o'zbek tiliga tarjima jarayonida keng foydalaniladigan uslublarga misollar keltiriladi.

Kalit so'zlar:

Transkripsiya, transliteratsiya, neologizm, kalkalash realia, gloss tarjima, kontekstli muqobil, transfer-o'tkazish, neytrallash, zero translation.

Bugungi globallashuv davrida turizm tez rivojlanayotganiga guvoh bo'lishimiz mumkin. Shu bilan birga bu sohaga oid murakkabliklar ham ko'paymoqda, bulardan biri soha atamalarini tarjima qilish yoki, ularning muqobilini yaratishdir. Quyida atamalarni tarjima qilishga doir uslublar haqida so'z yuritiladi.

Tillar lug'aviy tarkibi, lug'aviy birliklarning yasaliş qoidalari, bu leksik birliklarning gap tarkibidagi qo'llanilishi va ularning uslubiy ma'nolarga ega bo'lish xususiyatlari bilan bir biridan farqlanadi. Bu farqlar albatta tabiiy. Zero, tillar ham ma'lum bir madaniy jamiyat a'zolarining hayotida yashaydi, ularning ijtimoiy-tarixiy tomonlarini aks ettiradi, o'zgartiradi va takomillashtiradi. Bu turistik atamalar evolyutsiyasiga ham xosdir. Biroq, ijtimoiy-ma'daniy, iqtisodiy va siyosiy aloqalar bir davlat bilan chegaralanib qolmay, balki chegaradan oshib keta boshlaganda, bu birliklarni tarjima qilish zarurati tug'iladi. Tarjima jarayoni murakkablashib boradi, chunki bu leksik birliklar endi bir qancha chegaralar bo'ylab turli ma'daniy va etnik jihatlarni egallab, yangi shakl va ma'nolar kasb etadi. Bu murakkabliklarning barchasi ushbu jarayondan o'tgan ingliz tili turizm terminologiyasida o'z aksini topgan.

Leksik birikmalarni bir tildan ikkinchi tilga tarjima qilish tarjimondan ma'lum tarjima usullaridan foydalanishni talab qiladi. Ularsiz muvaffaqiyatli tarjima qilish mumkin emas. Turistik leksemalar keng lug'atning tarkibiy qismi bo'lgani uchun ularni tarjima qilishning maxsus usullari ishlab chiqilgan. Tarjimonlar sohasida atamalarni tarjima qilishning quyidagi usullari ajralib turadi:

1. *transkripsiya*;
2. *transliteratsiya*;
3. *tarjima orqali yangi so'z -neologizmlar yaratish*;
4. *so'zma-so'z tarjima*;(kalkalash)
5. *realia - voqelik orqali tarjima qilish*;
6. *ma'noning yaqinlashuviga asoslangan tarjima*;
7. *gloss tarjima – voqelikni tasviriy talqin qilish vositasida tarjima qilish*;
8. *kontekstli muqobil orqali ifodalash*;
9. *transfer-o'tkazish*;
10. *Neytrallash-maxsus termini umumiy leksik birlik vositasida ifodalash*;
11. *zero translation - ma'lum bir atamaning tushirib qoldirilishi. ...*

Yuqoridagi usullarning ba'zilari alohida olingan atamalarni tarjima qilishda foydali bo'lsa, boshqalari esa ularning kontekstual tarjimasida qo'llaniladi.

Mavzuning tadqiqot obyekti turizm va turizm sanoati lug'atining mazmuni bo'lganligi uchun turizm terminologiyasini yuqoridagi usullardan ba'zilariga misolida ko'rib chiqib ularning o'ziga xosliklarini tahlil qilsak:

Transkripsiya asl tildagi atamaning fonetik jihatdan o'zlashtirilishini o'z ichiga oladi. Ingliz turizm terminologiyasining salmoqli qismi shu tarzda o'zbek tiliga o'girilgan:

kemping-camping, snoubording-snowboarding, armrestling-armwrestling, dayving-diving, keytering-catering, kazino-casino, sheyping-shaping, drayv in-drive-in, pitsa-pizza, sendvich-sandwich, branch-branch, shef-chef(oshpaz), kafeteria-cafeteria, reseption-reception, albergo-albergo(italyancha mehmonxona), alfresco-alfresco(ochiq havodagi mehmonxona, hauskiping-housekeeping, dyuti fri-duty free, ekoturizm-ecotourism, zines senter business center, onlayn-online, oflayn-offline, biznes klas-business class, avtostrada-autostrada, veb sayt-website, agroturizm-agritourism, viza-visa, zenofobiya-xenophobia

Transliteratsiyada tarjima tili grafik jihatdan o'rganiladi. Bu hodisa transkripsiyaga qaraganda kamroq tarqalgan va uni quyidagi atamalardan kuzatish mumkin

Gid -guide, pansion-guesthouse, karyusel-carousel, kuryer-courier, tur-tour, kryuz -cruise, broshura-brochure, katalog-catalogue, kushetka-kushetka, minibas-minibus, atraksion-attraction, apartament-apartment, assimiliyatsiya-assimilation, akklimatizatsiya-acclimatization, fors major-Force Majeure, bufet - a buffet, halol-halal, etnik turizm-ethnics tourism, karvonsaroy-accomodation, autentiklik-authenticity.

Transfer so'zni hech qanday o'zgarishsiz o'rganishni anglatadi: a la carte, menu bistro, dacha, motel, spa, charter, bed and breakfast. Transfer usuli juda kam sonli atamalarni o'zlashtirishi kuzatiladi. Garchi, bu jarayon o'zbek ma'daniyati orasida ommabop transferi tarjimalarini rivojlanishiga olib kelsa-da, bu tarjimonlarga bo'lgan ehtiyojning kamayishiga sabab bo'lishi mumkin.

Ba'zan tarjima jarayonida yangi tushunchalar va ular bilan birga yangi nomlar, ba'zan esa mavjud nomlarning yangi qo'shimcha ma'nolari paydo bo'ladi. Bu jarayon **neologizmlarning** shakllanishi bilan tugaydi. Masalan, ingliz tilidagi **animator** leksemasining ma'nosi hammamizga ma'lum, ya'ni "animatsiya ustasi". Lekin turizm kontekstida ushbu so'z har qanday tur va joyning (mehmonxona, paroxod, samolyot va boshqalar) "ko'ngilochar ishlab chiqaruvchisi" ma'nosida shakllangan. Yana bir misol - *vending machine* inglizcha so'zining tarjimasi -tanga qabul qilib mahsulot sotuvchi qurilmaga ishora qilib, u yangi tushuncha va uning nomini, hattoki hali keng tarqalmagan biznesning yangi turini (*Vending business*) kiritdi. Biroq o'zbek xalqining savdo jarayonining bevosita ishtirokchisi bo'lishga intilishi va savdolashish madaniyati xalqimiz qadriyatlaridan biri bo'lganligi sababli bu atama va uning mazmun-mohiyati haligacha keng omma e'tiborini tortmagan.

Til taraqqiyotining hozirgi bosqichida so'z va atamalarni o'rganishning eng "samarali" usullaridan biri *so'zma-so'z tarjima ya'ni kalkalashdir*. Bu tilda mavjud bo'lmagan tushunchalarni til doirasida ifodalash demakdir. Kalkalash tilimizdagi faol usullardan biridir.

Ingliz turizm terminologiyasining tarjimasi ham kalkalash natijalari eng ko'p va eng samarali usul ekanligini ko'rsatadi:

<i>Circle/round trip</i>	<i>Aylanma sayohat</i>
<i>Airport art</i>	<i>Aeroport san'ati</i>
<i>Ghost town</i>	<i>Arvoh shahar (aholisi tark etgan shahar)</i>
<i>Mental map</i>	<i>Aqliy xarita</i>
<i>Sunbaking/sunbathing</i>	<i>Oftobda toblanish</i>
<i>Culture shock</i>	<i>Madaniy shok/zarba</i>
<i>Travel/motion sickness</i>	<i>Sayohat behuzurligi</i>
<i>Room service</i>	<i>Xona xizmati</i>
<i>Summer home</i>	<i>Yozlik uy</i>
<i>Health farm</i>	<i>Sog.,lomlashtirish fermasi</i>
<i>E-ticket</i>	<i>Elektron chipta</i>
<i>Duplicate reservation</i>	<i>Dublikat buyurtma</i>
<i>Compactness index</i>	<i>Ixchamlik indeksi</i>
<i>Community tourism</i>	<i>Jamoa turizmi</i>
<i>Rest room</i>	<i>Hojatxona</i>
<i>Mass tourism</i>	<i>Ommaviy turizm</i>
<i>Airship</i>	<i>Havo kemasi</i>

Bu usul boshqa qo'shni tillar tarjimasida ham uchraydi:

Adult tourist - Взрослый турист - o'spirin turist

Baby-sitter - Услуги детской сиделки - Bolalarga qarash xizmati

Beachview room - Номер с видом на пляж -Plyajga qaragan nomer Cityview room - Номер с видом на город - Shaharga qaragan nomer

Gardenview room - Номер с видом на сад - Bog,,ga qaragan nomer

Landview room - Номер с видом на окрестности - Atrofga qaragan nomer

Mountainview room - Номер с видом на горы – Tog'ga qaragan nomer

Oceanview room - Номер с видом на океан - Okeanga qaragan nomer

Parkview room -Номер с видом на парк - Parkka qaragan nomer

Poolview room - Номер с видом на бассейн - Basseynga qaragan nomer

Riverview room - Номер с видомна реку - Daryoga qaragan nomer

Seaview room - Номер с видомна море - Dengizga qaragan nomer

Valleyview room - Номер с видомна долину -Vodiyga qaragan nomer

Grandmaster - Мастер-ключ - Master kalit

Triple room - Трехместный номер – uch xonali xona

Botel - Плавающий отель - Suzuvchi mehmonxona

Incentive-tour - Инсентив-тур - Insentiv tur

Catering - Общественное питание - Ijtimoiy ta'minot

Convenience foods □ Полуфабрикаты □ Yarim- tayyor mahsulotlar.

So'nggi yillarda turli millat vakillarining ommaviy madaniyatdan xabardor bo'lib, turizm atamalarini *lingvistik transfer* (o'zgarishsiz) orqali o'zlashtirib borayotgani kuzatilmoqda. Natijada keyingi asrlarda turli sohalarida atamashunoslik tarjimasi jarayoniga qiziqishning pasayishini lingvistik jihatdan bashorat qilish mumkin.

Turizm terminologiyasini tarjima qilishda muayyan xalq madaniyatiga xos tushunchalarni ifodalovchi milliy-xususiy so'zlarni o'zlashtirib olish eng dolzarb masalalardan biridir. Bu so'zlar

tilshunoslik va tarjima nazariyasida “*realia*” nomi bilan mashhur. “*Realia* - ma’lum bir xalqqa tegishli bo’lgan, shu tildagi predmet, tushuncha va hodisa nomlarini ifodalovchi sinonim soʻz va iboralardir. Ular xalqning geografik, etnografik, adabiy, moddiy va ma’naviy hayotini hamda madaniy, ijtimoiy va tarixiy hayotini ifodalaydi. ”

Ular ma’lum semantik guruhlariga xos bo’lgan tushunchalarni ifodalaydi:

Oziq-ovqatlar: hot-dog, gamburger, kimchi, pizza, spagetti, mussli, zefir, shampan, kolbasa, bistro

Ko’ylaklar: kimono, sari,

Boshpana va binolar: dacha, bungalov, yurt, albergo, ochiq havoda, bozor

Avtomobil transporti: avtomagistral, karvon, riksha

Realia turizm terminologiyasi tizimi ma’daniy rivojlanish jarayonida turli xalqlarning tillari hisobiga doimiy ravishda kengayib bormoqda.

Yuqoridagi usullardan manba sifatida olingan til madaniyati jihatlariga eng obyektiv yondashish “*gloss*”, ya’ni *tasviriy ifodalash* texnikasidir. Buning sababi shundaki, ma’lum bir atamaga funktsional muqobil topish juda ko’p mehnat talab qiladi va ba’zan butunlay qoniqarsiz natija bilan tugaydi. Translitteratsiya ham, transkripsiya ham har doim ham foydalanib bo’lmaydi.

Xorijiy terminlar tizimidagi ayrim atamalar umuman tarjima qilinmaydigan holatlar ham mavjud. Bu “*tushurib qoldirish*”(zero translation) sifatida tanilgan. Chunki, ma’lum bir atama til madaniyatiga mutlaqo yot, yoki qo’llashga muhtoj bo’lmagan tushunchaning ifodasidir. Masalan, turizmning barcha turlarining nomlari turli nashr va ko’rsatuvlarda tez-tez tilga olinadi, kundalik hayotda sex *tourism*, *pick up point* kabi so’zlarini tarjima qilishning hojati yo’q. Ularning mazmuni tushunarli bo’lsa-da, O’zbekiston turizm terminologiyasi tizimiga kiritishning hojati yo’q. Natijada, ular noma’lum vaqt davomida tarjima qilinmaydi.

Neytrallash turistik atamalarni tarjima qilishda, shuningdek, boshqa matnlarni tarjima qilishda qo’llaniladi. Bunday lingvistik hodisaning sababi tarjima imkoniyatlarining ayrim jihatlar bilan cheklanganligi, so’zning aniq ma’nosini topib bo’lmashligi bo’lishi mumkin. Masalan, ingliz tilidagi sayohatchi, turist, ekskursionist, sayyoh leksemalari turist (yoki ekskursant, sayyoh) kabi tarjima qilinadi.

Xulosa qilib aytganda, turizm terminologiyasini o’zlashtirish, o’rganish va tarjima jarayonida ba’zi murakkabliklar va tarjimaning malakasiz misollariga duch kelishimiz mumkin, lekin tarjimaning o’ziga usullaridan fo’y dalanish orqali turistik tarjimaning optimal bo’lishiga va o’rinsiz tarjimaga yoki xatoliklarga yo’l qo’ymaslikka erishish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Vinogradova L. *Turizm terminologiyasi ingliz va rus tillarida sinxron va diaxronik aspektlarda*: Muallif. diss..... *Filologiya fanlari nomzodi*. - Velikiy Novgorod, 2011.-- 44 p.

2. Shirinova E. *Qalqalash bank-moliya terminologiyasida o’zbek tilida // O’zbek tili va adabiyoti*, 2017. - № 2. - B.107

3. Madvaliyev A. *O’zbek tili terminologiyasi va leksikografiyasi masalalari*. – Toshkent: O’zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2017. – 89-B.

4. Lotte D.S. *Ilmiy-texnik terminologiyani qurish asoslari*. - Moskva, 1961.-- bet.

5. G’afurova F. *Milliy so’zlarning tarjimasi voqeliklari, o’ziga xosliklari*.

7. **TURIZM VA UNDA GID TURLARNING AHAMIYATI.**

<http://library.ziyounet.uz/ru/book/download/77381>

COMPARATIVE STUDY OF DEMONOLOGICAL AND MYTHOLOGICAL CHARACTERS IN UZBEK AND ENGLISH LANGUAGES

Xontemirova Kamola Erkinovna
SamIFL, Foreign Language and Literature
1st stage master's degree

Annotation: This article covers theories of Uzbek and English mythology and demonology, as well as "Comparative study of demonological and mythological characters in Uzbek and English."

Keywords: demonology, spirits and myths, myth, folklore, mythological school, English and Uzbek mythology, Mythological vocabulary, comparative method....

Mythological images are the product of primitive artistic fiction, which served to explain the causes of various phenomena in the universe, nature and society, as well as the supernatural forces that existed in the imagination of ancient man.

After the formation of artistic thought, mythical images, which were an integral part of ancient mythology, moved to literature and art. These include works of Uzbek classical literature, epics from the