O‘ZBEKISTONDAGI TURIZM OBYEKTLARINING ZAMONAVIY NOMINATSIYA JARAYONI

Qurasheva O‘g‘iloy Shuhrat qizi
TerDPI O‘zbek tili va adabiyoti yo‘nalishi
4-kurs talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistondagi turizm obyektlarining zamonaviy nominatsiya jarayoni lingvistik, lingvokulturologik va pragmalingvistik yondashuv asosida tahlil etiladi. Turistik obyekt nomlarining shakllanishida milliy-madaniy qadriyatlar, tarixiy xotira, globalizatsiya jarayonlari hamda marketing strategiyalarining o‘rni ochib beriladi. Shuningdek, zamonaviy turizm brendlari misolida nomlash jarayonining semantik, kognitiv va kommunikativ xususiyatlari ilmiy asosda yoritiladi.

Kalit so‘zlar: turizm, nominatsiya, toponimika, pragmatonim, lingvokulturologiya, brending, O‘zbekiston turizmi, madaniy kod, globalizatsiya.

Аннотация. В данной статье анализируется современный процесс nominatsii туристических объектов в Узбекистане с точки зрения лингвистического, лингвокультурологического и прагмалингвистического подходов. Раскрывается роль natsionально-культурных ценностей, исторической памяти, процессов глобализatsii и маркетинговых стратегий в формировании названий туристических объектов. Также на примере современных туристических брендов научно освещаются семантические, когнитивные и коммуникативные особенности процесса nominatsii.

Ключевые слова: туризм, nominatsia, топонимика, прагматоним, лингвокультурология, брендинг, туризм Узбекистана, культурный код, глобализatsia.

Abstract. This article analyzes the modern nomination process of tourism objects in Uzbekistan from linguistic, linguoculturological, and pragmalinguistic perspectives. It highlights the role of national-cultural values, historical memory, globalization processes, and marketing strategies in the formation of tourism object names. In addition, based on modern tourism brands, the semantic, cognitive, and communicative features of the naming process are scientifically examined.

Keywords: tourism, nomination, toponymy, pragmatonym, linguoculturology, branding, tourism of Uzbekistan, cultural code, globalization.

XXI asrda turizm sohasi global iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. Bu jarayonda nafaqat infratuzilma va xizmat sifati, balki turizm obyektlarining nomlanishi ham muhim strategik ahamiyat kasb etmoqda. Nom – bu oddiy identifikatsiya vositasi emas, balki madaniy, tarixiy va marketing yuklamasiga ega bo‘lgan murakkab lingvistik birlikdir.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizmni rivojlantirishga qaratilgan davlat siyosati natijasida yangi turistik obyektlar, mehmonxona majmualari, dam olish maskanlari va madaniy markazlar tashkil etilmoqda. Ushbu obyektlarning nomlanishi esa zamonaviy lingvistik jarayon sifatida alohida ilmiy tahlilni talab etadi.

Nominatsiya jarayonining nazariy asoslari. Nominatsiya – bu borliqdagi obyekt va hodisalarga nom berish jarayoni bo‘lib, tilshunoslikda onomastika sohasining markaziy tushunchalaridan biri hisoblanadi. A.V.Superanskaya ta’kidlaganidek, nomlash jarayoni inson ongining borliqni kategoriyalash va uni til orqali ifodalash ehtiyojidan kelib chiqadi [1].

Zamonaviy tilshunoslikda nominatsiya quyidagi funksiyalarni bajaradi:

- identifikatsion funksiya

- kommunikativ funksiya
- madaniy translyatsiya funksiyasi
- marketing funksiyasi

Turizm obyektlari nominatsiyasi aynan shu funksiyalarning kompleks ishlashini talab etadi.

O'zbekistonda turizm obyektlari nomlanishining rivojlanish bosqichlari. O'zbekistonda turizm obyektlari nomlanishini shartli ravishda uch bosqichga ajratish mumkin:

1-bosqich: an'anaviy toponimik nomlash. Bu bosqichda obyektlar asosan geografik nomlar asosida atalgan: Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg'ona;

2-bosqich: madaniy-tarixiy nomlash: Bu davrda tarixiy va madaniy obyekt nomlari ustuvor bo'lgan: Registon, Ichan-Qal'a, Ark qal'asi;

3-bosqich: zamonaviy brending bosqichi: Hozirgi davrda turistik obyektlar marketing strategiyasiga asoslangan holda nomlanmoqda: Silk Road Samarkand, Tashkent City, Beldersay Resort, Amirsoy Mountain Resort.

Bu bosqichda nomlar nafaqat joyni bildiradi, balki global brend vazifasini ham bajaradi.

Zamonaviy nominatsiya jarayonining lingvistik xususiyatlari.

1. Semantik transformatsiya. Nomlar oddiy geografik birlikdan ko'p qatlamli semantik birlikka aylanmoqda. Masalan, "Silk Road" bir vaqtning o'zida tarix, savdo va sivilizatsiya tushunchalarini ifodalaydi.

2. Fonetik moslashuv. Nomlar xalqaro auditoriya uchun qulay talaffuzga moslashtirilmoqda (Samarkand, Tashkent City).

3. Kognitiv yuklama. Nomlar turist ongida oldindan tasavvur va emotsional kutish hosil qiladi.

4. Pragmatik funksionallik. Nomlar marketing vositasi sifatida turistni jalb qilish funksiyasini bajaradi.

Lingvokulturologik yondashuv. Turizm obyektlari nomlari milliy madaniyatni ifodalovchi lingvokulturologik belgilar hisoblanadi. Har bir nom ortida ma'lum madaniy kod mavjud: "Registon" – ilm va ma'rifat markazi, "Xiva" – muzey-shahar konsepti, "Chorsu" – savdo va xalq hayoti markazi.

Bu nomlar milliy identitetni saqlash va uni global maydonga chiqarishda muhim vosita hisoblanadi.

Globalizatsiya sharoitida nominatsiya tendensiyalari. Globalizatsiya jarayonlari turizm obyektlari nomlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Ingliz tilidagi komponentlarning ko'payishi quyidagi sabablarga bog'liq: xalqaro turistlar oqimini oshirish, global brend yaratish, marketing samaradorligini kuchaytirish.

Biroq bu jarayon milliy til va madaniyatni saqlash bilan muvozanatlashishi zarur.

Zamonaviy turizm brendlari tahlili. *"Silk Road Samarkand"* – tarixiy metafora asosida yaratilgan, global auditoriyaga mo'ljallangan, O'zbekistonni xalqaro turizm xaritasiga kiritadi;

"Amirsoy Mountain Resort" – tabiiy geografiya va zamonaviy xizmat uyg'unligi, ekologik turizm brendi;

"Beldersay Resort" – fonetik jihatdan xalqaro talaffuzga mos, tog' turizmini ifodalaydi.

Nominatsiya jarayonining ijtimoiy va iqtisodiy ahamiyati. Turizm obyektlari nomlari quyidagi yo'nalishlarda muhim rol o'ynaydi: iqtisodiy: investitsiya jalb qilish, ijtimoiy: milliy g'urur shakllantirish; madaniy: tarixiy merosni saqlash; kommunikativ: global aloqa o'rnatish

O‘zbekistondagi turizm obyektlarining zamonaviy nominatsiya jarayoni murakkab lingvistik va madaniy hodisa bo‘lib, u milliy identitet va global integratsiya o‘rtasidagi muvozanatni ifodalaydi. Nomlash jarayoni bugungi kunda nafaqat lingvistik, balki iqtisodiy va strategik ahamiyatga ega bo‘lgan faoliyatga aylangan. Shu sababli turizm obyektlari nomlarini yaratishda lingvistik aniqlik, madaniy asos va marketing samaradorligi uyg‘unligi muhim hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Superanskaya A.V. Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo. – Moskva: Nauka, 1973.
2. Keller K.L. Strategic Brand Management. – Pearson, 2013.
3. Crystal D. Language and Tourism Communication. – Cambridge University Press, 2006.
4. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi rasmiy sayti: https://uzbektourism.uz
5. Mukhtarova, M. S., Namozova, S. B., & Mardonova, L. U. (2023). A Lyrical View of History. *Journal of Law and Sustainable Development*, *11*(12), e2676.
6. Saidmuradova, S., & Madina, T. L. (2024). ALISHER NAVOIY SHE'RIYATI POETIKASI. *PEDAGOGS*, *57*(1), 147-152.
7. Xurramovna, Q. G., & Donaboyevna, S. M. (2025, November). " Layli va Majnun" dostonida onomastik birliklar. In *INTERNATIONAL CONFERENCE ON SCIENCE, ENGINEERING AND TECHNOLOGY* (Vol. 2, No. 5, pp. 157-158).
8. Komilovna M. S. Hydronims Formed by the Method of Syntactic and Transonimization //World Bulletin of Social Sciences. – T. 37. – C. 16-18.

9. Dilshoda, A., Dilfuza, T., Muxlisa, M., & Dildora, A. (2025). MAXTUMQULI SHE'RIYATIDA HAYOTIYLIK. SHOKH LIBRARY, 1(11).
10. Abdurashidovich M. A. LINGUISTIC APPROACH TO NESTED DICTIONARIES AND THEIR HISTORICAL DEVELOPMENT //Multidisciplinary and Multidimensional Journal. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 144-147.
11. Farida, X., To'xtayeva, D., Murtazayeva, M., & Abdurahmonova, D. (2025). "LISON UT-TAYR" DOSTONINING BOBLAR BO 'YICHA TASNIFI. *PEDAGOGIK ISLOHOTLAR VA ULARNING YECHIMLARI*, *17*(02), 117-121.
12. Najibullo, S., & Manzura, B. (2024). IMPORTANCE OF DIALECTS IN PLACE NAMES [J]. *International Multidisciplinary Journal for Research & Development*, *11*(02).
13. Raimnazarova Nasiba Xoliyarovna, Abduhakimova Shahlo Shuxratjon qizi. (2026). INGLIZ TILI SINFLARIDA O'QITUVCHI VA O'QUVCHI O'ZARO HAMKORLIGI NAZARLARI: DUXTAT TAHLILI. *Efiopiya xalqaro ko'p tarmoqli tadqiqotlar jurnali* , *13* (03), 1266–1270.
14. Iboralarni uslublarga ajratish mezonlari: nazariy va amaliy yondashuv (frazeologik birliklar stilistik tahlili asosida). (2025). *INTERNATIONAL CONFERENCE ON SCIENCE, ENGINEERING AND TECHNOLOGY*, *2*(6), 12-16.
15. Zafariddin, Temirov, and Xujanova Nasiba. "The Triumph of Light Over Darkness." *American Journal of Research in Humanities and Social Sciences*, vol. 33, 20 Feb. 2025, pp. 34-37.

16. Sayfullayev, N. (2023). TERMS ARE AN INDIVIDUABLE WEALTH OF OUR LANGUAGE. *Ethiopian International Journal of Multidisciplinary Research*, *10*(10), 168-170.
17. Zebiniso, T. (2022). SIFAT SOZ TURKUMINING USLUBIY XUSUSIYATLARI. *Scientific Impulse*, *1*(4), 34-37.
18. Nodira Hamidova. (2024). G'AFUR G'ULOM HIKOYALARIDA SO'Z IJODKORLIGINING LISONIY-KOGNITIV TAHLILI. *PEDAGOGS*, *57*(1), 139–142.