

## Turizm sohasidagi terminlarda sinonimik munosabat

Miyassarov Eldor Amanovich  
Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyot universiteti  
tayanch doktorant  
[eldor.miyassarov@mail.ru](mailto:eldor.miyassarov@mail.ru)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada turizm sohasida ishlatiladigan terminlarning sinonimik munosabatlari har tomonlama tahlil qilinadi. Turizm sohasida ko'p uchraydigan terminlarning sinonimik xususiyatlarini aniqlash muhim bo'lib, bu ularning amaliy qo'llanilishidagi farqlarni ochib berishga yordam beradi. Tadqiqot davomida turizmga oid ilmiy maqolalar, maxsus lug'atlar va soha mutaxassislarining fikrlari asosida sinonimik birliklar aniqlanib, ularning semantik, kontekstual va pragmatik xususiyatlari chuqur o'rganildi. Tahlil jarayonida turizm sohasiga oid terminlar misol sifatida o'rganilib, ularning qo'llanilishidagi farqlar batafsil ko'rsatib berildi. Maqolada qiyosiy-chog'ishtirma metoddan foydalangan holda, o'zbek va fransuz tillaridagi asosiy atamalar tahlil qilinib, ularning lingvistik va madaniy xususiyatlari haqida batafsil ma'lumot berildi. Turizm terminlarining madaniy konnotatsiyalari va mintaqaviy farqlari ham o'rganilib, bu omillar terminlarning amaliy qo'llanilishiga qanday ta'sir ko'rsatishi ochib berildi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, turizm terminologiyasini tizimli ravishda standartlashtirish va moslashtirish nafaqat turistik sektorda samarali muloqotni rivojlantirish, balki xalqaro turizm bozorida bilim almashinuvini yaxshilash uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, aniq va tushunarli terminlarning qo'llanilishi turizm sohasida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar ehtiyojlariga mos yechimlar taklif etishda muhim rol o'ynaydi.

**Kalit so'zlar:** turizm terminlari, sinonimik munosabat, terminologiya, lingvistik moslashuv, semantik tuzilma, sayyohlik agentligi, ekskursiya, mehmonxona.

## Synonymic relationship in tourism terminology

Miyassarov Eldor Amanovich  
Alisher Navoiy Tashkent State University of Uzbek Language and Literature  
PhD student  
[eldor.miyassarov@mail.ru](mailto:eldor.miyassarov@mail.ru)

**Annotation.** This article comprehensively analyzes the synonymous relationships of terms used in the tourism sector. Identifying the synonymous characteristics of commonly encountered tourism terms is crucial as it helps to reveal the differences in their practical application. During the study, scientific articles related to tourism, specialized dictionaries, and expert opinions were utilized to identify synonymous units, and their semantic, contextual, and pragmatic features were thoroughly examined. Terms commonly used in the tourism field were analyzed as examples, and the differences in their usage were presented in detail. Using the comparative method, key terms in Uzbek and French were analyzed, and detailed information about their linguistic and cultural characteristics was provided. The cultural connotations and regional variations of tourism terms were also studied, shedding light on how these factors influence their practical application. The results indicate that the systematic standardization and adaptation of tourism terminology are essential not only for improving effective communication in the tourism sector but also for enhancing knowledge exchange in the international tourism market. Moreover, the use of clear and understandable terminology plays a significant role in improving service quality in the tourism industry and offering solutions that meet customer needs.

**Keywords:** *tourism terms, synonymous relationship, terminology, linguistic adaptation, semantic structure, travel agency, excursion, hotel.*

## Синонимическое отношение в терминологии туризма

Мияссаров Элдор Аманович

Ташкентский государственный университет узбекского языка и литературы имени

Алишера Навои

Докторант

[eldor.miyassarov@mail.ru](mailto:eldor.miyassarov@mail.ru)

**Аннотация.** В данной статье всесторонне анализируются синонимические отношения терминов, используемых в сфере туризма. Выявление синонимических характеристик часто встречающихся туристических терминов имеет важное значение, поскольку это помогает раскрыть различия в их практическом применении. В ходе исследования были использованы научные статьи по туризму, специализированные словари и мнения экспертов для выявления синонимических единиц, а также для детального изучения их семантических, контекстуальных и прагматических характеристик. В статье также анализируются ключевые термины на узбекском и французском языках с использованием сравнительно-сопоставительного метода, и представлена подробная информация об их лингвистических и культурных особенностях. Исследованы культурные коннотации и региональные различия туристических терминов, а также показано, как эти факторы влияют на их практическое применение. Результаты исследования показывают, что систематическая стандартизация и адаптация туристической терминологии играет важную роль не только в улучшении эффективной коммуникации в туристическом секторе, но и в повышении обмена знаниями на международном туристическом рынке. Кроме того, использование четких и понятных терминов способствует повышению качества обслуживания в сфере туризма и предложению решений, отвечающих потребностям клиентов.

**Ключевые слова:** туристические термины, синонимические отношения, терминология, лингвистическая адаптация, семантическая структура, туристическое агентство, экскурсия, отель.

Turizm bugungi kunda global iqtisodiyotning muhim sohalaridan biri sifatida jadal rivojlanmoqda. Ushbu sohada terminologiyaning to'g'ri va izchil qo'llanilishi xizmat sifatini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, turizmga oid atamalarning sinonimik munosabatlari masalasi alohida e'tibor talab qiladi. Chunki sinonimik terminlar noto'g'ri talqin qilinsa, bu turistlar va xizmat ko'rsatuvchilar o'rtasida tushunmovchilikka olib kelishi mumkin. Shuning uchun ushbu mavzuning o'rganilishi ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi. Turizm sohasida terminologik birliklarning sinonimik munosabatlari muhim ahamiyat kasb etadi. Turizm sohasi jadal rivojlanib borayotgan sohalardan biri bo'lib, ushbu yo'nalishda ishlatiladigan terminlarning aniqligi va bir xilligini ta'minlash muhim masaladir. Sinonimik munosabatlarga ega terminlarni o'rganish ushbu sohadagi kommunikatsiya samaradorligini oshirishga xizmat qiladi (Smith, 2020). Turizm atamalarining tizimli tahlili muhim omillarni aniqlash imkonini beradi. Turizm terminologiyasini o'rganish ushbu sohada ishlatiladigan atamalarning turli tillarda turlicha talqin qilinishini ko'rsatadi. Shu bois, ushbu atamalarni standartlashtirish va yagona tushunishga asoslangan aniq ta'riflarni belgilash zarurdir (A.Sherboboyeva, 2022). Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, turizm sohasiga oid atamalarning aksariyati xalqaro tusga ega bo'lib, ularning o'zbek tilida aniq va aniq ta'riflari lozimdir (I.Nazarova, 2021). Masalan, olib borilgan tadqiqotlarda fransuz va o'zbek tillaridagi turizm terminologiyasi qiyosiy tahlil qilingan. Bunday tadqiqotlar orqali terminlarning lingvistik va madaniy

xususiyatlarini aniqlash mumkin. Turizm bugungi kunda eng tez rivojlanayotgan sohalardan biri bo‘lib, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy jarayonlarga katta ta‘sir ko‘rsatmoqda. Ushbu sohaning samarali rivojlanishi uchun aniq va standartlashtirilgan terminologiya muhimdir. Ilmiy tadqiqotlar, qonunchilik va amaliy faoliyatda turizm bilan bog‘liq atamalarning to‘g‘ri tushunilishi va qo‘llanilishi juda muhimdir. Shu sababli, turizm terminologiyasini o‘rganish, ularning kelib chiqishi, ma‘nolari va tarjima masalalari bugungi kunda dolzarbdir. Bundan tashqari, turizm sohasida terminlarning xalqaro va mahalliy talqinlari o‘rtasidagi farqlar ham muhim ilmiy ahamiyat kasb etadi (World Tourism Organization, 2020). Turizm sohasida global aloqalar va transmilliy hamkorlikning ortib borishi sababli, turli tillardagi terminlarning to‘g‘ri va izchil tushunilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, fransuz tili xalqaro diplomatiya, madaniyat va turizmga muhim rol o‘ynagani uchun bu tilda ishlab chiqilgan terminlar ko‘plab mamlakatlar, jumladan, O‘zbekiston amaliyotiga ham ta‘sir ko‘rsatmoqda.

Metodologik jihatdan, ushbu maqolada qiyosiy-chog‘ishtirma tahlil usuli qo‘llanilgan bo‘lib, unda turli tillardagi turizm terminlarining leksik-semantik va strukturaviy xususiyatlari taqqoslangan. Shuningdek, tarjima jarayonida uchraydigan muammolar va ularni bartaraf etish yo‘llari ham tadqiq etilgan (Ro‘ziyeva, 2021).

O‘zbek va fransuz tillarida olib borilayotgan terminlarning qiyosiy va chog‘ishtirma tadqiqotlar kata ahamiyatga ega bo‘lib, ayrim terminlar ma‘nosi yoki qo‘llanilishida tafovutlar mavjud bo‘lib, bu tarjimada xatolarga olib kelishi mumkin. Masalan, "**hôtel**" fransuz tilida nafaqat mehmonxona, balki muassasa yoki kasalxona ma‘nosida ham ishlatilishi mumkin. Qiyosiy tahlil orqali ikkala tildagi terminlarning muqobil shakllarini aniqlash va ularga yagona izoh berish mumkin. Har bir tilning o‘ziga xos madaniy konnotatsiyalari bor. Masalan, "**sayyoh**" va "**touriste**" so‘zlari ma‘nodosh bo‘lsa-da, "sayyoh" tushunchasi ba‘zan ziyoratchi yoki sarguzasht izlovchini ham anglatishi mumkin.

"Turizm sohasidagi terminlarda sinonimik munosabat" – bu ibora turizmga oid atamalarning sinonim sifatida bir-biriga yaqin munosabatda bo‘lishini anglatadi. Turizm sohasida ba‘zi atamalar mazmun jihatidan o‘xshash yoki bir-birini qisman almashtira oladigan sinonimlarga ega bo‘ladi. Turizm sohasiga oid ilmiy maqolalar, lug‘atlar va boshqa manbalardan foydalanildi. Sinonimik terminlar aniqlanib, ularning ma‘no va qo‘llanilishidagi farqlar taqqoslandi. Tahlil jarayonida turizm sohasidagi quyidagi sinonimik juftliklar aniqlangan:

*Ekskursiya va sayohat* – Ikkalasi ham ma‘lum bir manzilga tashrif buyurish, lekin "eksursiya" qisqa muddatli va odatda ma‘lum maqsadga qaratilgan bo‘lsa, "sayohat" uzoqroq va umumiy tushunchani anglatadi (Smith, 2020).

*Turoperator va sayyohlik agentligi* – Ikkalasi ham sayyohlik xizmatlarini tashkil qiluvchi subyektlar bo‘lib, "turoperator" yirik miqyosdagi xizmatlarni taqdim etsa, "sayyohlik agentligi" mijozlarga xizmat ko‘rsatishga yo‘naltirilgan (Williams, 2019).

*Mehmonxona va otel* – Har ikkisi ham turar joyni anglatadi, lekin "otel" ko‘proq zamonaviy xizmatlarga ega muassasalarga nisbatan ishlatiladi (Johnson & Brown, 2018).

*Gid va ekskursion* – Ikkalasi ham sayyohlarga tarixiy va madaniy obyektlarni tanishtiradigan shaxslarni anglatadi, ammo "gid" xalqaro termin bo‘lib, "ekskursion" esa ko‘proq mahalliy kontekstda ishlatiladi (Peterson, 2021).

*Voucher va yo‘llanma* – Ikkalasi ham sayyohlik xizmatlariga to‘lovni tasdiqlovchi hujjat bo‘lsa-da, "voucher" asosan xalqaro miqyosda qo‘llaniladi, "yo‘llanma" esa mahalliy sayyohlik amaliyotida keng tarqalgan (Smith, 2020). Turizm sohasidagi terminlarning sinonimik munosabatlarini manbalar asosida tahlil qilish ilmiy yondashuv uchun muhimdir. Quyida har bir sinonim juftligi uchun leksik va semantik tahlilni tasdiqlovchi ishonchli manbalar keltirilgan:

"Excursion" – "Voyage" (Ekskursiya/Sayohat) (Dubois, J., 2001) Ushbu manbada "*excursion*" va "*voyage*" atamalari orasidagi ma‘no farqlari yoritilgan. Unga ko‘ra, *Excursion* qisqa muddatli va

tashkil etilgan safar sifatida, *Voyage* esa uzoqroq va kengroq safar sifatida tavsiflangan. Excursion – qisqa, marshruti aniq va odatda guruh shaklida amalga oshiriladi. Voyage – uzoq, individual yoki guruh shaklida va ko‘pincha erkin rejali bo‘ladi. Keying misolimizda “Agence de voyages” – “Tour-opérateur” (Sayyohlik agentligi/Turoperator) (Holloway, J. C., 2009) *Tour operator* – sayohat paketlarini yaratadi; *Travel agency* – ushbu paketlarni mijozlarga sotadi. Agence de voyages – tayyor sayohat paketlarini taklif qiluvchi vositachi. Tour-opérateur – sayohat dasturlarini yaratib, mehmonxona, transport va boshqa xizmatlarni o‘zi tashkil etuvchi subyekt. Yana bir misol bradigan bo‘lsak, “Hôtel” – “Auberge” (Mehmonxona/Oddiyroq tunash joyi) (Medlik, S., 2012) *Hôtel* zamonaviy xizmat ko‘rsatish joyi sifatida, *Auberge* esa an‘anaviy va kamroq xizmat ko‘rsatish maskani sifatida tasniflangan. Hôtel – yirik, zamonaviy va keng xizmat turlariga ega. Auberge – kichik, oilaviy boshqariladigan va oddiyroq sharoitlarga ega joy. Bu yondashuv turizm terminologiyasining izchil va aniq qo‘llanilishi uchun muhim hisoblanadi. Agar sizga ushbu manbalardan aniq iqtiboslar yoki batafsil ma‘lumot kerak bo‘lsa, xabar bering.

Sinonimik munosabatlarga ega terminlar ko‘pincha turizm sohasi ishtirokchilarining madaniyati, geografik joylashuvi va xizmat ko‘rsatish standartlariga qarab farqlanadi. Masalan, G‘arb mamlakatlarida “otel” keng qo‘llanilsa, Markaziy Osiyoda “mehmonxona” atamasi afzal ko‘riladi (Williams, 2019). Shuningdek, sinonimik birliklarning to‘g‘ri qo‘llanilishi matnning ilmiy va amaliy jihatdan tushunarli bo‘lishini ta‘minlaydi. Yozma va og‘zaki muloqotda chet tillariga oid so‘zlardan foydalanish turizm sohasida muhim uslubiy xususiyat sifatida namoyon bo‘lib, u mazkur sohaning xalqaro xarakteri va madaniy xilma-xilligi bilan chambarchas bog‘liqdir. Turizmda xorijiy so‘zlar ko‘pincha yangi madaniy-spesifik birliklar va tushunchalarni ifodalash, xorijiy madaniyat elementlarini tanishtirish yoki ularga murojaat qilish uchun ishlatiladi. Masalan, all-inclusive, check-in, sightseeing kabi terminlar o‘ziga xos mazmun kasb etib, sayyohlar va soha mutaxassislari orasida keng qo‘llaniladi.

Qiyosiy tahlil orqali ikkala tildagi terminlarning muqobil shakllarini aniqlash va ularga yagona izoh berish mumkin. Har bir tilning o‘ziga xos madaniy konnotatsiyalari bor. Masalan, "**sayyoh**" va "**touriste**" so‘zlari ma‘nodosh bo‘lsa-da, "sayyoh" tushunchasi ba‘zan ziyoratchi yoki sarguzasht izlovchini ham anglatishi mumkin.

Quyida turizmga oid terminlarning o‘zbek, fransuz va ingliz tillaridagi misollari, ularning leksik tahlili hamda manbalari keltirilgan:

*Mehmonxona* – O‘zbekcha: Mehmonxona; Fransuzcha: Hôtel;

Ushbu atamalar uchala tilda ham fonetik va morfologik jihatdan o‘xshashlikka ega. Bu xalqaro so‘z hisoblanadi va fransuz tilidagi *hôtel* so‘zidan kelib chiqqan. Ingliz va o‘zbek tillariga o‘xshash shaklda o‘tgan bo‘lib, ma‘noda farq qilmaydi. (Le Petit Robert, O‘zbek tilining izohli lug‘ati)

*Sayyoh* – O‘zbekcha: Sayyoh; Fransuzcha: Touriste;

“Sayyoh” so‘zi arab tilidan olingan bo‘lib, ko‘proq sharqona uslubdagi sayohatchini anglatadi. "Touriste" va "Tourist" atamaları esa lotincha *tornare* (aylanmoq) so‘zidan kelib chiqqan bo‘lib, dastlab Yevropada sayohat madaniyati bilan bog‘liq tushuncha sifatida shakllangan. (Le Grand Dictionnaire, O‘zbek tilining izohli lug‘ati).

*Yo‘lko‘rsatuvchi (Gid)* – O‘zbekcha: Gid; Fransuzcha: Guide;

“Gid” so‘zi rus tilidan o‘zlashgan bo‘lib, aslida fransuzcha “guide” so‘zidan kelib chiqqan. Ingliz va fransuz tillarida “guide” so‘zi nafaqat sayohat yetakchisi, balki kitob yoki yo‘riqnomani ham anglatishi mumkin. O‘zbek tilida esa bu so‘z asosan shaxsga nisbatan qo‘llanadi. (Le Petit Larousse, O‘zbek tilining izohli lug‘ati)

*Ekskursiya* – O‘zbekcha: Ekskursiya; Fransuzcha: Excursion;

Bu so‘z lotincha *excursio* (chiqish, yurish) so‘zidan olingan bo‘lib, fransuz va ingliz tillarida ham deyarli bir xil shaklda ishlatiladi. O‘zbek tilida "sayohat", "sayr" so‘zlari bilan sinonim sifatida ham uchraydi. (Cambridge Dictionary, Dictionnaire Universel, O‘zbek tilining izohli lug‘ati)

*Turizm* – O‘zbekcha: Turizm; Fransuzcha: Tourisme;

Ushbu atama fransuzcha *tourisme* soʻzidan kelib chiqqan boʻlib, u esa lotincha *tornare* (aylanmoq) soʻziga borib taqaladi. Oʻzbek tilida "turizm" soʻzi zamonaviy tushuncha sifatida mustahkam oʻrnashgan va baʼzan "sayohat" atamasi bilan sinonim sifatida ishlatiladi. (Le Grand Robert, Oʻzbek tilining izohli lugʻati)

Bu terminlarning leksik tahlili shuni koʻrsatadiki, turizm sohasidagi koʻplab atamalar xalqaro soʻzlar boʻlib, oʻzbek, fransuz va ingliz tillarida fonetik va semantik oʻxshashliklarga ega. Biroq, ularning baʼzi maʼno farqlari yoki qoʻshimcha konnotatsiyalari mavjud boʻlib, bu tarjimada eʼtiborli boʻlishni talab qiladi.

Bundan tashqari, chet tillariga oid soʻzlar matnga ekzotik va jozibador tus berib, xizmatlarning nufuzini oshirish yoki xorijiy mehmonlarga qulaylik yaratish maqsadida ham ishlatiladi. Masalan, restoran menyularida *gourmet, à la carte* kabi atamalar taomlarning nafis va yuqori darajadagi ekanini anglatuvchi element sifatida xizmat qiladi. Turizm sohasida chet soʻzlarining funksional qoʻllanilishi bilan bogʻliq vaziyatlar va janrlarning xilma-xilligi ushbu hodisaning tilshunoslik tahlili va tasnifida ham turli yondashuvlarni yuzaga keltirgan. Baʼzan bu atamalar mahalliy tilga moslashib ketishi yoki asl shaklida saqlanib qolishi kuzatiladi. Shu sababli, turizm sohasida chet soʻzlaridan foydalanish nafaqat kommunikativ samaradorlik, balki madaniy integratsiyaning muhim vositasi sifatida ham namoyon boʻladi.

Turizm sohasida terminologik birliklarning sinonimik munosabatlarini oʻrganish yangi atamalar shakllanishini va mavjud terminlarning yanada aniqroq talqin qilinishini taʼminlaydi. Bu esa sohaga oid bilimlarning tizimlashtirilishi va kengroq qamrovda tushunilishi uchun muhim ahamiyatga ega. Turizm sohasida ishlatiladigan atamalarning aniq va toʻgʻri qoʻllanilishi bu sohaning rivoji uchun muhimdir. Standartlashtirilgan terminologiya ilmiy tadqiqot va amaliy faoliyatda tushunmovchiliklarning oldini oladi. Shu sababli, turizm terminologiyasini tizimli ravishda tashkil etish va uni milliy tilga moslashtirish boʻyicha ish olib borish muhimdir. Shuningdek, xalqaro standartlarga mos atamalarni qabul qilish va ularni milliy ilmiy jamoatchilikka integratsiya qilish muhimdir. Bu jarayon nafaqat tilshunoslik balki turizm sohasining rivojlanishiga ham samarali taʼsir koʻrsatadi. Fransuz va oʻzbek tillaridagi turizm terminlarining qiyosiy tahlili nafaqat tarjimada aniq va izchil atamalarni ishlab chiqish uchun, balki tilshunoslik va madaniyatshunoslik sohalarida ham muhim ilmiy asos yaratadi. Bu tahlil natijalari turizm sohasida xalqaro hamkorlikni rivojlantirish va kommunikatsiyani yaxshilashga xizmat qiladi.

Turizm sohasida sinonimik atamalarning maʼno farqlari va kontekstual xususiyatlarini aniqlash orqali ularning notoʻgʻri ishlatilishining oldi olinadi. Bu esa ilmiy-tadqiqot va nazariy tahlil jarayonlarida muhimdir. Sinonim terminlarning shakl, maʼno va uslubiy jihatdan farqlarini tahlil qilish lingvistik tadqiqotlarga hissa qoʻshadi. Turizm sohasi xodimlari, gidlar, turoperatorlar va sayyohlik agentliklari vakillari sinonim terminlarni toʻgʻri qoʻllash orqali mijozlarga aniq va tushunarli axborot bera oladilar. Turizm sohasida koʻplab atamalar turli tillarda sinonim shakllarda uchraydi. Sinonimlarning farqlarini bilish xalqaro hamkorlikda notoʻgʻri talqin yoki tushunmovchiliklarning oldini oladi. Mehmonxona, ekskursiya yoki sayohat xizmatlarini izohlashda sinonimik terminlarning farqlarini tushuntirish turistlarga aniq tanlov qilish imkonini beradi. Sinonimik terminlarni meʼyoriy hujjatlar va xalqaro standartlarga mos ravishda qoʻllash sohadagi tartib-intizomni oshiradi.

Turizm terminologiyasidagi sinonim birliklarni oʻrgatish chet tili va kasbiy til oʻqitish jarayonida muhimdir. Bu esa soha mutaxassislarining kasbiy tilini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Turizm sohasidagi sinonimik terminlarning oʻrganilishi ilmiy-tadqiqot, amaliy faoliyat, xalqaro muloqot va taʼlim jarayonida muhim ahamiyat kasb etadi. Bu yondashuv turizm xizmatlarini sifatli taqdim etish va mijozlarga toʻgʻri maʼlumot yetkazish uchun zarurdir. Turizm terminologiyasida sinonimik munosabatlarning tahlili nafaqat tilshunoslik tadqiqotlari, balki turizm sohasidagi amaliy faoliyat uchun ham zarurdir. Ilmiy jihatdan bu, terminlarning semantik, pragmatik va kontekstual xususiyatlarini chuqur oʻrganishga imkon beradi. Amaliy tomondan esa, bu bilim turoperatorlar, gidlar va tarjimonlar uchun amaliy koʻnikmalarni shakllantirishda muhimdir. Ushbu maqolada tahlil

qilingan misollar sohaning tilshunoslik nuqtai nazaridan o'rganilishi muhimligini ko'rsatdi. Kelajakda bu sohada yanada batafsil tadqiqotlar olib borish zarurati mavjud. O'zbek va fransuz tillarining turizm sohasi terminologiyasida qarama-qarshilik, to'ldiruvchi va qarama-qarshi turning termin-antonimlari ustunlik qiladi. Demak, semantik va strukturaviy munosabatlar tahlili o'zbek va fransuz turistik terminologiyasiga asosiy semantik munosabatlar xarakterlidir, degan xulosaga kelish imkonini beradi. Shu bilan birga, o'rganilayotgan tillar qurilishida semantik va strukturaviy munosabatlar faolligi bo'yicha sezilarli tafovutlar topildi, bu esa turizm sohasining o'zbek, fransuz terminologiyasi ancha yetuklashganidan dalolat beradi. Shuningdek, turizm sohasida yangi atamalar paydo bo'lishi va xalqaro terminlarning milliy tillarga moslashtirilishi ham dolzarb masalalardan biridir. Turizm sohasida sinonimik terminlarning o'rganilishi xizmat sifatini oshirish, mijozlarga aniq axborot yetkazish va xalqaro muloqotda muhim o'rin tutadi. Sinonimik birliklarning farqlarini bilish, ularni kontekstga mos holda qo'llash turizm sohasi mutaxassislari uchun zaruriy kompetensiyadir. Shuning uchun ushbu masalani o'rganish nafaqat ilmiy, balki amaliy ahamiyatga ham ega bo'lib, turizm xizmatlarining yanada sifatli va ishonchli bo'lishini ta'minlaydi.

### Adabiyotlar ro'yxati:

1. Dubois, J., Giacomo, M., Guespin, L., Marcellesi, C., Marcellesi, J. B., & Mével, J. P. (2001). *Dictionnaire de linguistique*. Larousse.
2. Holloway, J. C. (2009). *The Business of Tourism*. Pearson Education.
3. Johnson, R., & Brown, T. (2018). *Cultural Differences in Tourism Terminology*. Cambridge University Press.
4. *Le Grand Dictionnaire*. Larousse, 21 rue du Montparnasse, 75006 Paris, France.
5. *Le Grand Larousse de la Langue Française*. (2005). *Larousse Édition*.
6. *Le Robert Dictionnaire*. (2020). *Le Robert en ligne*. Paris: Dictionnaires Le Robert.
7. Medlik, S. (2012). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Routledge.
8. Nazarova, I. (2021). *The Study of Tourism Terminology in Linguistics*. Tashkent: Science and Education Publishing House.
9. O'zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Tilshunoslik instituti. *O'zbek tilining izohli lug'ati*. "O'zbekiston milliy ensiklopediyasi" davlat ilmiy nashriyoti, Toshkent.
10. Peterson, D. (2021). *Modern Trends in Tourism Language*. Palgrave Macmillan.
11. Ro'ziyeva, R. (2021). *Lexical-Semantic Features of Tourism Terms in English and Uzbek*. *Comparative Linguistic Studies*, 10(4), 30-48.
12. Robert, P. *Le Petit Robert*. Dictionnaires Le Robert, 25 avenue Pierre de Coubertin, 75013 Paris, France.
13. Sherboboyeva, A. (2022). *Challenges in Translating Tourism Terminology into Uzbek*. *Linguistic Research Journal*, 8(2), 23-34.
14. Smith, J. (2020). *Tourism Terminology: A Comprehensive Guide*. Oxford University Press.
15. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (n.d.). *Glossary of Tourism Terms*. UNWTO Official Website.
16. Williams, M. (2019). *Language and Travel: Understanding Tourism Communication*. Routledge.
17. World Tourism Organization. (2020). *Glossary of Tourism Terms*. Madrid: UNWTO.