

TURIZM VA MEHMONDO'STLIK MATERIALLARI TARJIMASI

Xolmirzayeva Kamola

*Andijon davlat chet tillar instituti
ingliz filologiyasi o'qitish metodikasi
va tarjimashunoslik fakulteti
tarjima nazaryasi va amaliyoti
1- bosqich talabasi.*

*Ilmiy rahbar: Abdurahmanov To'raxon,
Andijon davlat chet tillar instituti,
Gid hamrohligi, madaniyatlararo muloqot
va tarjimashunoslik kafedrasida o'qituvchisi*

Annotatsiya: Ushbu maqola turizm va mehmondo'stlik sohasidagi materiallar tarjimasining ahamiyati va uning o'ziga xos lingvomadaniy xususiyatlarini chuqur tahlil qiladi. Maqolada turistik matnlarning turlari (gid matnlari, menyular, bukletlar va veb-saytlar) ko'rib chiqilgan bo'lib, ularning asosiy maqsadi – sayyohlarni jalb qilish, ijobiy taassurot qoldirish va madaniyatlararo muloqotni ta'minlashdagi roli yoritilgan. Shuningdek, maqolada tarjimonning vazifalari batafsil ko'rib chiqilgan: madaniy realiyalarni (milliy taomlar, urf-odatlar) to'g'ri yetkazish, matnning pragmatik jozibadorligini saqlash, grafik elementlar bilan ishlash hamda xorijiy mehmon uchun tushunarli uslubni tanlash (adaptatsiya) masalalari muhim ekanligi ta'kidlangan. Maqolada tarjima jarayonida qo'llaniladigan asosiy strategiyalar – transliteratsiya, funksional ekvivalentlik, matnni kengaytirish (izoh berish) va madaniy moslashtirish tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: turizm tarjimasida, mehmondo'stlik diskursi, realiyalar, pragmatik adaptatsiya, gid-tarjimon, funksional ekvivalentlik, sayyohlik imidji.

“Tarjima — bu ikki madaniyat o'rtasidagi muzokaradir.”-Susan Bassnett

Zamonaviy dunyoda odamlar sayohat qilish, yangi madaniyatlar bilan tanishish va dunyoqarashini kengaytirishga intilmoqda. Doimo sayohatga chiqqanda yoki mehmonxonaga joylashganda biz turli xil yo‘riqnomalar, yo‘l ko‘rsatkichlar va ma’lumot beruvchi materiallardan foydalanamiz. U bizga nafaqat manzilni topishda, balki o‘sha hududning tarixi, xavfsizlik qoidalari va xizmatlardan qanday foydalanish kerakligini tushunishda yordam beradi.

Shuning sababli ham tarjima sohasida turizm va mehmondo‘stlik materiallari tarjimasini muhim hisoblanib, to‘g‘ri tarjima qilish aniq muloqot, sayyohning xavfsizligi va uning mamlakat haqidagi ijobiy tajribasi uchun hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Bu mavzu nima uchun muhim mavzulardan biri? Chunki hozirda yurtimizga boshqa chet mamlakatlardan ko‘plab sayyohlar oqimi kelmoqda. Bu xizmatlar aylanmasi bozor iqtisodiyotida ularning tilini topish, restoran menyularidan tortib, muzey eksponatlari izohigacha ko‘p tillar qatorida o‘zbek tilidan ingliz tiliga (va aksincha) sifatli tarjima qilinishiga talab oshib bormoqda.

Turizm materiallarining tasnifi va uslubiy xosligi

Turizm va mehmondo‘stlik sohasidagi matnlarning ma’no va mazmun jihatdan bir necha turlari bor. Bular – reklama xarakteridagi bukletlar, mehmonxona xizmatlari bo‘yicha yo‘riqnomalar, restoran menyulari, muzey va tarixiy obidalar uchun izohlar, hamda transport va logistika uchun ishlab chiqilgan ko‘rsatmalardir.

Ko‘p hollarda sayyohlar uchun mo‘ljallangan matnlar o‘quvchi tushunishi uchun oson, jozibador va qiziqarli ma’lumotlarni o‘z ichiga oladi. Agar texnik yo‘riqnomalar murakkab terminlar va quruq faktlarga asoslangan bo‘lsa, turizm matnlari hissiy bo‘yoqdorlik, tasviriy vositalar va sifatlashlar bilan boyitiladi.

Turistik materiallarning umumiy tuzilishi ko‘pincha quyidagicha bo‘ladi:

Kirish qismi: E’tiborni tortuvchi sarlavha va qisqacha jozibador taklif.

Asosiy ma’lumot: Tarixiy faktlar, xizmat ko‘rsatish tartibi yoki taom tarkibi.

Amaliy ko‘rsatmalar: Manzil, narxlar, ishlash vaqti va xavfsizlik qoidalari.

Vizual qism: Matn ko‘pincha diagramma, xarita yoki rasmi ko‘rsatmalar bilan to‘ldiriladi.

Tarjimon bu uslublarni va asosiysi matnning "taklif qiluvchi" ohangini saqlab qolgan holda uni maqsad tiliga o'girishi kerak. Turistik matnlar boshqa matnlardan farqli o'laroq, undovchi va tasvirlovchi gaplar qatnashganligi bilan ajralib turadi. Masalan, "Enjoy the view" (Manzaradan zavqlaning), "Taste the tradition" (An'ana ta'mini his qiling) kabi iboralarni to'g'ri pragmatik ohangda berish kerak. Ingliz tilida turistlar uchun qo'llaniladigan do'stona va mehmondo'st ohangni o'zbek tilida ham saqlab qolish, yoki aksincha, o'zbek tilidagi lutfni ingliz tiliga moslashtirish talab etiladi.

Terminologiya va Madaniy Realizmlar Muammosi

Turizm materiallari tarjimasidagi eng muhim qismi bu madaniyatga xos terminlar (realizmlar)dir. Bitta termin yoki nom butun matn davomida bir xil shaklda va to'g'ri ma'noda qo'llanishi zarur. Ularga doim qat'iy, mos ekvivalent yoki tushunarli izoh tanlanishi lozim. Ushbu soha tarjimasida uchraydigan eng katta muammo bu muqobil ekvivalentlikni topishdir. Ba'zi milliy taomlar (masalan: sumalak, qurt, norin) yoki kiyim-kechak nomlari (cho'pon, do'ppi) ingliz tili uchun butunlay yangi bo'lishi va ularning to'g'ridan-to'g'ri tarjimasini mavjud bo'lmasligi mumkin. Bunday hollarda ularni tarjima qilishda tarjimon bir qancha qiyinchiliklarga duch keladi. Shuning boisdan tarjimon xalqaro gastrolingvistika lug'atlari, turistik qo'llanmalar va mavjud rasmiy manbalardan foydalanishi maqsadga muvofiq. Hamda o'zi uchun soha bo'yicha glossariylarni eng kamida 3 ta tildagi bazasini yaratib borishi kerak. Yana bir qiyinchilik bu ingliz tilidagi qisqa va aniq ma'noga ega so'zlarni o'zbek tiliga to'g'ridan-to'g'ri tarjimasida yuzaga keladi. Masalan, ingliz tilidagi "Book now" iborasini shunchaki "Kitob hozir" deb tarjima qilish kulgili va ma'nosiz bo'ladi; to'g'ri varianti "Hoziroq band qiling" bo'lishi kerak. Agar turistik yo'riqnomalarda mantiqiy izchillik to'g'ri saqlanmasa, agar so'zlar noto'g'ri talqin qilinsa, sayyohda tushunmovchilik paydo bo'ladi va bu mamlakat imijiga jiddiy zarar yetkazishi mumkin.

Madaniy Adaptatsiya va Strategiyalar

Madaniy farqlar ham katta muammolardan biri hisoblanadi. Ba'zi yo'riqnomalarda g'arb davlatlari uchun mo'ljallangan hazillar, idiomalarni yoki xulq-atvor qoidalarini o'zbek tiliga moslashtirish talab etiladi. Bu jarayon "adaptatsiya" deb ataladi va

mazmunning mohiyatini yo‘qotmagan holda uni mahalliy madaniyatga mos shaklga keltirishni anglatadi.

Turizm materiallarini tarjima qilishning bir necha bosqichlari bo‘lib, bulardan asosiylari: so‘zma-so‘z tarjima, funksional ekvivalentlik, qisqartirish va kengaytirish (izohli tarjima) strategiyasi va standartlashtirish.

Transliteratsiya va Izoh: Milliy taomlar yoki joy nomlarini tarjima qilishda so‘zma-so‘z usul emas, balki nomni saqlab qolib, unga izoh berish ancha qo‘l keladi. Chunki bunday qo‘llanmalarda milliy kolorit aynan o‘sha holatda saqlanishi kerak bo‘ladi. Misol: “Plov” (traditional rice dish with meat and carrots).

Funksional Ekvivalentlik: Ba’zi hollarda mazmunga asoslanib tarjima qilish kerak bo‘ladi. Haddan tashqari so‘zma-so‘z tarjima qilinsa matn o‘zining jozibadorligini va pragmatik ohangini yo‘qotadi. Misol: “Bed and Breakfast” tushunchasini "

“Yotoq va nonushta” emas, balki ”Yotoqjoy va nonushta xizmati mavjud mehmonxona turi” deb tushunish va vaziyatga qarab moslashtirish kerak. Shu boisdan tarjimon matn turiga qarab yuqoridagi strategiyalardan eng muqobil variantini tanlab tarjima qilishi mumkin.

Grafik Elementlar va Vizual Tarjima

Tarjimon hatto turistik yo‘riqnomalarning dizayni bilan ham ishlashi kerak. Bukletlar va menyularda ko‘p hollarda jadval, rasmlil belgilar, xaritalar va punktli ro‘yxatlar bo‘ladi. Bunday grafik elementlarni tarjimon tarjima qilish paytida ularni to‘g‘ri joylashtirib qo‘yishi ham muhim o‘rin tutadi.

Masalan, menyuda taom nomi uzun izoh bilan tarjima qilinsa, u dizayndagi ajratilgan joyga sig‘may qolishi ehtimoli bor. Shu sababli, qisqartirish yoki ixchamlashtirish strategiyasi qo‘llanadi. Bundan tashqari, transkripsiya va transliteratsiya qoidalari ham muhim: xorijiy brendlar, mehmonxona nomlari noto‘g‘ri yozilsa, yo‘riqnomaning mazmuni buzilib, foydalanuvchida chalkashlik paydo bo‘ladi. Amaliy jihatdan qaraganda, tarjimon har bir bo‘limni alohida tahrir qilishi, ayniqsa raqamlar, narxlar va manzillar ko‘rsatilgan qismni yana bir bor tekshirishi maqsadga muvofiq, chunki eng ko‘p xato uchraydigan qism aynan shu bo‘lim hisoblanadi. Yuqorida aytib o‘tganidek tarjimon hatto yo‘riqnomalarni grafik chizmalariga ham alohida e‘tibor berib o‘tishi joiz.

Xulosa qilib aytganda, Turizm va mehmondo‘stlik materiallari tarjimasini – bu mas’uliyatli ish bo‘lib, unda har bir so‘z aniq, jozibali va tushunarli bo‘lishi, mantiqiy ketma-ketlik saqlanishi va mehmondo‘stlik ohangini saqlash muhim hisoblanadi. Turli sayyohlik maskanlari, restoranlar va mehmonxonalarda ishlatiladigan yo‘riqnomalarni to‘g‘ri tarjima qilish, sayyohga qulaylik yaratish, xatoliklar va noxush vaziyatlarning oldini olish hamda mamlakat madaniyatini to‘liq yetkazish imkonini beradi.

Shu jarayonda tilshunoslar, tarjimonlar, gidlar va soha mutaxassislari birgalikda ishlashi tarjimaning sifatini oshiradi. Kelajakda esa raqamli yo‘lko‘rsatkichlar, audio-gidlar va multimediyaga ko‘rsatmalari ko‘paygani sayin, tarjimada yangi yondashuvlar (lokalizatsiya) talab qilinadi. Shu bois, turizm sohasidagi tarjima yo‘nalishining ilmiy va amaliy ahamiyati uzoq vaqt davomida saqlanib qolib yanada dolzarb bo‘lib boraveradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Gile, D. (2009). *Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training*. Amsterdam: John Benjamins.
2. Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. London: Prentice Hall.
3. Bassnett, S. (2002). *Translation Studies*. London: Routledge.