

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАЗВАНИЙ ГОСТИНИЦ БУХАРЫ

Рустамов Акбар Сайфуллоевич,

Официальный язык хокима Бухарской области

советник по вопросам,

Независимый исследователь Бухарского государственного университета

(Узбекистан)

электронная почта: akbar2683@umail.uz, akbar.rustamov.1983@mail.ru

тел: 97 301 -66-67

Расположенная на перекрестке Великого Шелкового пути, Бухара издавна вызывала восхищение и восхищение у мирового сообщества. В частности, как столица государств, образовавшихся в разные периоды истории, уникальный центр науки и просвещения, и как уже упоминалось выше, как перекресток торговых путей, город всегда был переполнен путешественниками, торговцами и студентами из разных стран.

Это давно стало фактором развития туристических услуг в регионе. Для предоставления качественных услуг владельцам торговых караванов из дальних стран и другим туристам вокруг города строились караван-сарай, постоянные дворы и работы, которые в то время считались альтернативой гостиницам.

«Бухара в XIX — начале XX вв.» О.А. Сухарева приводит названия 62 караван-сарая, существовавших в то время.

Большинство караван-сарая в Бухаре сдавались в аренду местными купцами. Караван-сарай также служили приютами и гостиницами для гостей и торговцев из разных стран. Караван-сарай обычно обслуживали торговцев или иностранцев из определенного места. Например, они были определенным местом поселения для торговцев или гостей, и служили постоянным местом обслуживания для них, то есть служили постоянным лагерем для людей из одного и того же места. Исходя из этого караван-сарай получили свое название. Караван-сарай, обслуживающие торговцев и иностранцев из Хорезма, назывались «Сарои Ургенджихо», а место, где селились торговцы из Ташкента, в основном потому, что они привозили изюм, называлось «Сарои Майизи Тошкандихо».

Одним из крупнейших караван-сарая XIX века был караван-сарай имени Хокима Ойма, название которого указывает на то, что он был назван в честь конкретного человека.

Помимо крупных караван-сарая в Бухаре действовали и небольшие караван-сарай. Они служили домашними гостиницами (хостелами) в эргономике

современного города. Для таких караван-сараев обычно использовалась система придорожных карт. Владельцы домов вдоль дорог приспособили свои дворы для предоставления этих услуг. Эта традиция продолжается и сегодня.

Кроме того, в Бухаре строились специальные общежития для иностранцев. Такие общежития назывались *такийя*. *Такийя* представляли собой дворы, состоящие из комнат. Слово *такийя* или *такийя* первоначально означало головной убор, из чего можно сделать вывод, что в результате расширения значения слова оно возникло путем переноса значения убежища, общежития как метафорически, так и метонимически.

После обретения Узбекистаном независимости, особенно в результате проводимой с 2016 года политики открытости, поток туристов в Узбекистан резко возрос. В результате возникла необходимость в новых гостиницах для обеспечения достойных условий проживания туристов в регионе. Обновление коснулось не только количества объектов размещения, но и их качества, типа и уровня обслуживания.

По данным на 1 января 2025 года в Бухарской области зарегистрировано 610 средств размещения всех типов.

Конечно, каждый из этих 610 отелей, хостелов, семейных гостевых домов и т. д. имеет свое собственное название, и каждое из этих названий имеет свою историю и объяснение.

Таким образом, данные наименования выполняют не только именную функцию, но и выполняют функции предоставления информации о гостиничном сервисе, рекламную, мемориальную, эстетическую и имущественно-охранительную.

Функция **наименования** является основной, базовой лингвистической функцией всех собственных имен. Каждому субъекту предпринимательской деятельности необходимо свое собственное имя, чтобы другие могли распознать, узнать (идентифицировать) это учреждение и отличить его от других подобных. Аналогично, большое количество гостиниц в Бухаре требует, чтобы эти учреждения имели разные названия:

Гранд Бухара, Ором, Старый город, Афросиаб, Арк и т.д. Таким образом, данную функцию эргонимов, а точнее названий гостиниц, можно охарактеризовать как **идентификационно-дифференцирующую**.

Известно, что каждое имя вашей собственной информации заполнено. Так что, эргономика компании, расположенной место, показывающее, возможное направление лица: *Гранд Бухара* - расположена в городе Бухара, Олот Плаза - в районе Олот, Кокалдаш - около древнего здания медресе Кокалдаш, Заргарон - расположен в гузаре Заргарон. Однако часто эргономика отеля другой вид информации собственный внутренний занимает:

1) возразите себе, что типичные черты отчета (ссылка на тип услуг): **Orom** , Al Hayat, Dera (фр. дом) hotel, Villa Oasis и т. д.

В этом:

Тип гостиничного сервиса может быть указан напрямую : **Hotel**, Hausu, Гостиница ;

с метафорами: **Мир** , **Корона** , **Благодать**, **Радость** ;

с метонимией: **Шохона** , **Мумтаз**, **Рай**, **Саодат** ;
ассоциативно: **Отель Камар** , **Бутик Мехмонхона Амина** , **Бутик Отель Заргарон** и др.;

Однако в настоящее время появилось много имен, которые не выполняют информативной функции и имеют семантически ценность только для самого предпринимателя или узкого круга клиентов. Например, аббревиатура **Муфаршох (Мухиддин, Фаррух, Шахрух)** представляет собой первые слоги имен членов семьи .

Такие названия отелей можно разделить на следующие типы:

1) имена, ориентированные на лидерство («Роял **Бухара**» , «**Сарбон Плаза**», «**Шах Отель**» , «**Шохнишин Бутик**»);

2) имена известных людей (исторических личностей, героев эпосов и произведений) - **Темур**, **Сахибкиран**, **Афросиаб**, **Сиявуш** , **Рустам**, **Сухроб-Борзу**);

3) название звезды или небесного объекта, созвездия, имеющего какое-либо значение для владельца отеля (**Шамс**, **Камар**, **Меркури**, **Зехра**). Обратите внимание, что названия второго и третьего абзацев были особенно «привлекательными» для владельца отеля;

Рекламная функция . В данном случае названия совмещают в себе функцию отеля с рекламным характером: **Grand Emir Residence**, **Gold Bukhara**, **Firdavs**, **Rayyan**, **Paradise**, **Dream Plaza** .

Эстетическая функция. В этом случае имена вызывают у человека позитивное настроение:

- пейзаж : **Весна** , **Оазис**, **Сад**, **Рай**, **Эдем**;

- Названия цветов или красивых растений: **Гранат**, **Базилик** (**Basil**), **Жасмин**, **Лиана**

- Названия птиц : **Хумо**, **Ауст**, **Абобил**, **Худхуд**, **Колибри**.

Таким образом, функции названий гостиниц Бухары различны. Но все они играют важную роль в ономастическом пространстве региона. Чем больше функций удастся включить в эргономичное название, тем быстрее субъект бизнеса достигнет своей главной цели — привлечения внимания клиента.

В то же время названия отелей, как и другие ономастические единицы, отражают верования, мировоззрение и стремления конкретного региона.

Например, при анализе названий гостиниц выяснилось, что 32 процента названий — это имена родителей, детей владельца здания или родственные имена (например, Волидам, Сон (сын)). Это показывает, что в стране издавна ценятся родственные отношения, и к любому вопросу подходят в первую очередь с точки зрения интересов семьи.

Еще один аспект, который подчеркивается в названиях гостиниц Бухары, — это стойкость жителей региона в своей вере.

В частности, такие названия, как Абобиль, Фирдавс, Каусар и Ан Нур, передают веру жителей этого района в ислам, в то время как такие названия, как Файз, Барака, Саодат и Тадж Сар, передают намерение предоставлять гостиничные услуги не только для получения прибыли, но и для достижения заслуг путем создания условий для гостей и путешественников.

Разнообразен также этимологический и лексический состав гостиниц Бухары. Коммерция является одной из сфер человеческой деятельности, посредством которой осуществляется межкультурный обмен людей. Поэтому постоянные, торговые и сервисные контакты глубоко проникли в жизнь региона, влияя на эргономику региона.

В результате использование заимствованных слов при формировании названий гостиниц стало беспрецедентно распространенным.

Известно, что узбекский язык на протяжении всей своей истории находился в тесном контакте с арабским и персидским языками. В результате многие слова из этих языков были заимствованы из разговорных и литературных языков. В названиях гостиниц Бухары можно наблюдать использование как таких заимствованных слов, так и слов из английского, французского, испанского, древнегреческого и латинского языков.

Ниже приведены примеры каждого типа названий отелей, заимствованных из европейских языков:

а) на английском языке: *Друзья, Золотая звезда, Сад, Дом, Искусство, Мечта, Путешествие, Наследие, Магия, Город*;

б) на французском: *Бутик, Отель, Альянс, Базилик, Изумруд, Лиана, Терраса, Королевский*;

г) на испанском языке: *Palace, Fernando*;

д) на латыни, древнегреческом: *Вилла, Супериор, Экспресс Оазис, Кристалл, Ностальгия, Панорама, Сафия*;

ж) на русском языке: *По пути*.

Сделан вывод о том, что облик и идентичность каждого города формируются всем комплексом письменных текстов, составляющих язык жителей региона.

Изучение лексического значения названий в эргонимии определенной местности помогает глубже познакомиться с историей, культурой и традициями этой местности.

С этой точки зрения изучение интерпретации названий гостиниц как территориальной эргономической единицы помогает понять лингвокультурный облик, историю, традиции, современность и сферу общественных интересов соответствующего региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУР

1. Ўзбекистон Республикаси туризм то'ғ'рисида'ғи конуни //” Халк «Со'зи» газетаси , 1999 год , 14 сентябры .
2. Маматкулов ХМ Хизмат корсатиш сохасига оид атамалар ва иборалар изохли луг'ати . –Т.: «ИКТИСОД-МОЛИЯ», 2010. – 398 б.
3. Тохлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм : су щ ность , тенденции я стратегия развитие . –Т.: Ўзбекистон , 2006. – С. 200.
4. Тухлиев Н. , Абдуллаева Т. Основы безопасность в туризме . Т.: Гос.науч.изд-во. O'zbekiston миллий энциклопедияси , 2008. – 367 с.
5. Тухлиев И.С., Кудратов Г. Х., Пардаев МҚ Туризм реджалаштириш . Дарслик . – Т.: « Иктисод-молия » нашіриёти . 2010. – 238 б.
6. Тухлиев И.С., Пардаев М.К. Туризм. бозоринирование шаклланиши , ривожланиши ва о'зига хос кеусусиятлари . – Т.: «НОШИРЛИК ЁГ'ДУСИ», 2010. – 74 б.