

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, постоялые дворы и рабоаты, которые в то время считались альтернативой гостиницам.

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

Большинство караван-сараяв 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-сараев XIX века был караван-сарай имени Хокима Ойма, название которого указывает на то, что он был назван в честь конкретного человека.

Помимо крупных караван-сараев 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 *Муфаршоҳ (Муҳиддин, 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, Саф, Рай, Эдем*;
- Названия цветов или красивых растений: *Гранат, Базилек (Basil), Жасмин, Лиана*
- Названия птиц : *Хумо, Аист, 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, Суперриор, 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. Узбекистан Республиканский туризм то'г'рисида'ги конуни //” Халк «Со'зи» газетаси , 1999 год , 14 сентября .
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.: Узбекистон , 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 » нашириёти . 2010. – 238 б.
6. Тухлиев И.С., Пардаев М.К. Туризм. бозоринирование шаклланиши , ривожланиши ва о'зига хос ксусусиятлари . – Т.: «НОШИРЛИК ЁГ'ДУСИ», 2010. – 74 б.