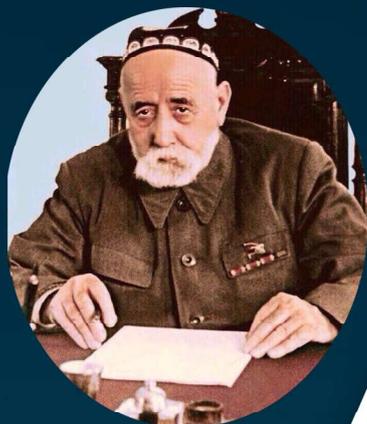


<https://buxdu.uz>

ISSN 3030-3370

№ 1 (4) 2024



# AYNIY VORISLARI

XALQARO ELEKTRON JURNAL  
INTERNATIONAL ELECTRONIC JOURNAL



<https://buxdu.uz>

ISSN 3030-3370

**“AYNIY VORISLARI”**  
xalqaro elektron jurnal

**«НАСЛЕДНИКИ АЙНИ»**  
международный электронный  
журнал

**“AYNIY’S SUCCESSORS”**  
international electronic journal

**№ 1 (4) 2024**

*Abdulxayrov Dilshod Pulatovich,  
Dozent des  
Lehrstuhls für deutsche Philologie  
der Staatlichen Universität Buxara  
E-mail: [dilshod\\_ab@mail.ru](mailto:dilshod_ab@mail.ru)*

## DIE STADTFÜHRUNG ALS AKTIVITÄT DER WISSENSVERMITTLUNG

**Annotatsiya:** maqola turizm sohasida ekskursiya faoliyatida madaniyatlararo kommunikatsiya ko'nikmalarining ahamiyatiga bag'ishlangan. Ekskursivod faoliyatining muhim nutqiy asoslari sanab o'tilgan bo'lib, ekskursiya jarayonida gid-hamroh tomonidan qo'llaniladigan ba'zi iboralar tahliliga e'tibor qaratilgan.

**Kalit so'zlar:** ekskursiya jarayoni, kommunikativ jarayon, ritorik tamoyillar, madaniyatlararo kommunikatsiya, verbal muloqot, nonverbal muloqot.

**Аннотация:** статья посвящена изучению значения навыков межкультурного общения в сфере туризма при осуществлении экскурсионной деятельности. Перечислены важные речевые основы деятельности экскурсовода, а также уделено внимание анализу некоторых выражений, которые используются гидом, сопровождающим туристов во время экскурсии.

**Ключевые слова:** экскурсионный процесс, коммуникативный процесс, риторические принципы, межкультурная коммуникация, вербальное общение, невербальное общение.

**Abstract:** the article is devoted to the importance of intercultural communication skills in excursion activities in the field of tourism. The important speech bases of the activity of the tour guide are listed, and attention is paid to the analysis of some expressions used by the guide-companion during the tour.

**Keywords:** excursion process, communicative process, rhetorical principles, intercultural communication, verbal communication, nonverbal communication.

**Abstrakt:** der Artikel widmet sich der kommunikativen Gattung Touristenführung. Es werden die wichtigen Arten der Wissensvermittlung, rhetorischen Grundlagen der Tätigkeit des Reiseleiters aufgeführt und auf die Analyse einiger Redemittel geachtet, die der Reiseleiter während der Tour verwendet.

**Schlüsselwörter:** kommunikation, Wissensvermittlung, Vorgang der Stadtführung, kommunikativer Prozess, rhetorische Grundsätze, interkulturelle Kommunikation

**Man sagt.** Das Reisen bildet. Heißt, das wichtigste Ziel der Reise ist Bildung. Durch die Entwicklung von Massentourismus bleibt die Bildungsrolle der

Reise immer mehr im Hintergrund und im Vordergrund tritt Spaß und Erholung. Die Führung als Prozess der Wissensvermittlung muss auch zu den auftretenden Anforderungen der Reisephilosophie anpassen, d.h. das Ziel der Führung richtet sich mehr auf Erholung und Unterhaltung. Eine Führung ist eine methodisch durchdachte Darstellung von Sehenswürdigkeiten, historischen und kulturellen Denkmälern, die auf einer Analyse der vor den Besuchern stehenden Objekte sowie einer gekonnten Erzählung der damit verbundenen Ereignisse basiert [11,15]. Jede Führung stellt einen besonderen Aktivitätsprozess dar, dessen Wesen durch bestimmte Muster (thematisch, zielgerichtet, visuell, emotional, aktiv etc.) bestimmt wird.

Von der Linguistik wurden Stadtführungen bis heute eher nicht beachtet, erst in jüngerer Zeit sind sie als Gegenstand von der interaktionalen Forschung entdeckt worden. Einige europäische Wissenschaftler betrachten die Stadtführung als kommunikative Gattung. Es handelt sich um ein Ereignis, bei dem einem Publikum mit heterogenem Hintergrund in Bezug auf Sprache, Kultur, Wissen, Erfahrungen etc. ein Blick auf einen städtischen Lebensraum vermittelt wird. Damit sind Stadtführungen ein Untersuchungsobjekt par excellence zum einen für die Forschung zu interkultureller Kommunikation und zum anderen zu Formen des Wissenstransfers bzw. für deren Zusammentreffen.

Während der Exkursionsprozesses hilft der Führer den Touristen, die Objekte zu sehen, anhand derer das Thema aufgedeckt wird, die notwendigen Informationen über diese Objekte zu hören, die Größe der Leistung und die Bedeutung des Historischen zu spüren, Veranstaltung, Beherrschung der praktischen Fähigkeiten der selbstständigen Beobachtung und Analyse von Ausflugsobjekten. Bei der Lösung des letzten Problems nimmt die Bildung der Sehfähigkeit einen wichtigen Platz ein. Die Stadtführung ist heutzutage ein fester Bestandteil der entwickelnden Tourismusbranche. Die potenziellen Ressourcen der Tourismusbranche sind die historischen Sehenswürdigkeiten der Städte des Usbekistans wie Buchara, Samarkand, Chiwa, Taschkent etc. Zum Unterschied von im Strandtourismus oder Kur- und Gesundheitstourismus bildet die Stadtführung im sogenannten Kultur- und Studententourismus ein wichtiger Entwicklungshebel. Sie wird sowohl von den Freiberuflern als auch Betrieben angeboten. Die Stadtführer werden in den Hochschulen oder durch die sogenannten Reiseleiterschulen qualifiziert. In der Geschichte der Entwicklung der Fachrichtung Reiseleiter in unserem Land wurde das Hauptaugenmerk auf die Methoden der Exkursionsvorbereitung und die Technik ihrer Durchführung, die Organisation der Führung und den Inhalt der Exkursion gelegt. Auch zur Theorie der Reiseleitung und Stadtführung wurden einige Publikationen gemacht [7, 214].

Da viele als Reiseleiter arbeiten möchten, fehlen an wichtige Leitfaden, wo man Antworten auf die situationsgebundenen Fragen und Tipps für gute

Reiseleitung erhalten kann. Studien- und Erlebnisreisen sollen spannende Reisen sein. Jeder einzelne Reisetag sowie die Reise insgesamt sollte daher einen Spannungsbogen erhalten [8,28].

Spannung wird erzeugt, wenn der Reiseleiter Folgende vorausblickt und zurückblickt:

1. Schon im Begrüßungsgespräch auf die wichtigsten Besichtigungen und Höhepunkte der Reise eingehen.

2. Für jeden Tag einen oder zwei Programmhöhepunkte aussuchen und auf diese Programmpunkte frühzeitig und mehrfach hinweisen.

Beispiel: „Heute können Sie sich besonders auf die Besichtigung X freuen. Das wird sicher ein unvergessliches Erlebnis für Sie alle.», „Vergessen Sie nicht, dass wir am Nachmittag noch X besuchen werden. Darauf freue ich mich schon ganz besonders.»

Die Höhepunkte sollten am besten am Nachmittag oder am Abend kommen.

3. Am Abend bereits die Höhepunkte des nächsten Tages ankündigen, damit sich die Gäste darauf vorbereiten und freuen können.

4. Zwischen den einzelnen Besichtigungen eine Beziehung herstellen und Spannung erzeugen. Durch gezielte vorgeifende Hinweise die Vorfreude auf kommende Sehenswürdigkeiten wecken.

Beispiel: „Wir haben gerade die Moschee X besichtigt, ein wirkliches schönes Beispiel für die islamische Architektur in dieser Region. Die wichtigste und schönste Moschee von allen werden wir aber heute Nachmittag besichtigen. Sie werden staunen, mit welcher Pracht und Sorgfalt auch die Kuppeln gestaltet wurden ...»

5. Die Gäste auch an die Erlebnisse der zurückliegenden Tage erinnern.

Beispiel: „Erinnern Sie sich noch an den herrlichen Palast in Chiwa? Wir konnten dort die unvergleichbare Handwerkskunst der Choresmier beobachten, besonders an den Mosaiken und Minaretten.»

6. Das Einzigartige und Besondere der jeweiligen Sehenswürdigkeit betonen.

7. Genügend Pausen und freie Zeit einplanen, damit man die einzelnen Höhepunkte auch wirklich genießen kann.

Alle wichtigen Informationen sollten mehrfach wiederholt werden. Durch Wiederholungen wird das Lernvermögen verbessert und die Erinnerung der Gäste aktiviert. Es kann bei vielen Sehenswürdigkeiten kurz vor dem Ziel ausgestiegen und dann zu Fuß gegangen werden. Beim Essen im Restaurant kann man den Koch bitten etwas über die regionale Küche zu erzählen oder die Speisen zu erläutern. Die Geschichte einer Stadt kann aus Sicht eines bestimmten Monuments

oder aus Sicht einer Familie erzählt werden. Bei einer Moscheebesichtigung kann man einen Geistlichen bitten, etwas zu seiner Moschee zu sagen.

Vergleiche sind wichtig, damit die Reisenden das Gesehene besser verstehen und einordnen können. Durch den Vergleich wird eine Information interessanter. Vergleiche können sich beziehen auf ...

... den Alltag in Deutschland

„Jeden Abend treffen sich auf diesem Platz die Männer des Dorfes. Plätze haben bei uns eine viel größere Bedeutung als in Deutschland.»

... die deutsche und europäische Geschichte

„Als in Europa noch Könige und Fürsten regierten, wurde hier bereits eine erste Volksvertretung gewählt.»

... berühmte Bauten in anderen Ländern („Das Gebäude hier erinnert Sie vielleicht an das Pantheon in Rom.»

... die Arbeitsbedingungen oder das Gesellschaftssystem in Deutschland und Europa

„Im Durchschnitt arbeiten die Menschen hier viel länger als in Deutschland oder Europa.», „Der Geisterglaube hier lässt sich mit den Heiligen in der katholischen Kirche vergleichen.»

Durch das Erkennen und Akzeptieren von kulturellen Unterschieden und Gemeinsamkeiten kann man das Land und seine Bewohner besser kennen lernen und verstehen. Es sind sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede zwischen Deutschland und der Reiseregion herauszustellen.

Informationen sind für jede Besichtigung wichtig. Gut wird eine Besichtigung aber erst dann, wenn Sie Emotionen und Erlebnisse vermitteln können. Der Reiseleiter sollte versuchen, alle Sinne anzusprechen und die Wahrnehmung der Reisenden zu schärfen.

Ein Vortrag sollte leicht zu verfolgen, lebendig und spannend sein. Der Erfolg eines Reiseleitervortrags ist nicht nur vom Inhalt, sondern auch von seiner Form abhängig [8, 37]. Der Reiseleiter soll keine Universitätsvorlesung halten. Die Gäste wollen etwas aufnehmen und vor allem im Kopf behalten. Sie wollen kurzweilige und spannende Vorträge hören. Ein guter Vortrag sollte daher nicht länger als 20 Min. dauern. Wenn das Interesse der Teilnehmer danach noch besonders groß ist, wird sich automatisch ein interessantes Gespräch mit der Gruppe ergeben. Oder Sie halten später noch einen zweiten Vortrag zu diesem Thema.

Vermeiden Sie es bitte, Daten und Zahlen aufzuzählen. Viele Zuhörer werden davon gelangweilt. Für die besonders interessierten Gäste kann der Reiseleiter solche Daten auf einem Informationsblatt zusammenstellen und nach dem Vortrag verteilen [3, 204].

Sinnvolle Struktur eines Vortrags:

Einleitung (ca. 3 Min.) öffnet geistige Tür zum Thema: Weckt das Interesse wie die Schlagzeile in einem Zeitungsartikel. Beispiele: Eine Anekdote, ein Ereignis aus dem Leben des Reiseleiters, ein Gedicht oder eine Frage.

Hauptteil (ca. 15 Min.) enthält eigentliche Informationen: Da es meistens mehr zu erzählen gibt, als Zeit vorhanden ist, konzentriert sich der Reiseleiter auf Schwerpunkte des Themas. Nicht zu viele Daten und Zahlen aufzählen!

Der Schluss (ca. 3 Min.) des Vortrags ist wichtig für die Erinnerung: Enthält kurze Wiederholung/Zusammenfassung Fragen Sie die Reisegäste: Haben Sie alles verstanden? Haben Sie noch Fragen?

Stadtführungen können als kommunikative Gattung analysiert werden, in denen aufgrund der besonderen räumlichen Realisierungsverhältnisse spezifische visuelle Ressourcen zum Einsatz kommen. Letztere standen im Zentrum der Aufmerksamkeit des vorliegenden Beitrags, wobei die verbalen Ressourcen als integrative Bestandteile der Gattung mitberücksichtigt, jedoch nicht in den Fokus unserer multimodalen Analysen gerückt wurden. Zunächst wurden die personalen und räumlichen Komponenten der Gattung bestimmt und deren Relationen und ihre Gestaltbarkeit reflektiert. Diese grundlegende Bestimmung diente als Ausgangspunkt für die sequentielle Analyse ausgewählter Konstituierungsleistungen, in denen aufgezeigt wurde, wie das Anschauungsobjekt als Vermittlungs- und Aneignungsobjekt mithilfe verbaler und visueller Ressourcen interaktiv konstituiert wird. Der Reiseleiter muss die Bedeutung von Sprache und Kommunikation und ihre Beziehung verstehen. Der Vortrag des Reiseführers ist eine gezielte Aktivität, dessen Qualität er mit den Fähigkeiten der Sprache erreicht. Sein Erfolg hängt davon ab, welchen Aspekten der Verbesserung der kommunikativen Fertigkeiten der Reiseleiter seine Aufmerksamkeit widmet. Ständige Übung ist ein relevanter Faktor. Für einen ist es der Erwerb verschiedener kommunikativer Formen der Wissensvermittlung, für einen anderen ist es Beseitigung von Fehlern in der Sprache, für viele ist es die Beseitigung von Tautologien in der Rede.

Gegenstand der Stadtführung ist städtischer Raum. Ziel von der Führung ist ein Bild von einer Stadt zu machen. Zum Unterschied von anderen Arten des Wissenstransfers ist hier auch die Anschauung ein substanzieller Bestandteil. Dabei reicht die Palette von klassischen historischen Baudenkmalern bis hin zu U-Bahnstationen und Basaren.

## LITERATUR UND NACHSCHLAGEQUELLEN:

1. Abdulxayrov D. DIE ROLLE DER KOMMUNIKATIVEN FERTIGKEITEN DES REISELEITERS IN DER STADTFÜHRUNG //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2024. – Т. 47. – №. 47.

2. Abdulxayrov D. DIE ENTSTEHUNG DER SEMANTISCHEN SCHATTIERUNGEN VON DEN LEHNWÖRTERN //Журнал иностранных языков и лингвистики. – 2021. – Т. 2. – №. 6.
3. Abdulxayrov D. METHODISCHE GRUNDSÄTZE DER STADTFÜHRUNG //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2023. – Т. 43. – №. 43.
4. Abdulxayrov D. NEMIS TILI SO ‘Z BOYLIGINING OSHISHIDA SHARQ TILLARINING O ‘RNI //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2022. – Т. 13. – №. 13.
5. Dagmar Schreiber. Reiseführer Zentralasien: Auf der Seidenstraße durch Kasachstan, Kirgistan, Usbekistan, Tadschikistan und Turkmenistan. Mit herausnehmbarer Übersichtskarte. Berlin: Trescher Verlag, 2019
6. Judith Peltz. Usbekistan entdecken: Entlang der Seidenstraße nach Samarkand, Buchara und Chiwa. Berlin: Trescher Verlag, 2007
7. Marcella Costa, Bernd Müller-Jacquier Deutschland als fremde Kultur: Vermittlungsverfahren in Touristenführungen. München 2010
8. Ruziev Y., Abdulxazrov D.. Handbuch für Reiseleiter: Methodisches Lehrwerk zur Durchführung der Qualifikationspraxis für die Studierenden des Fachbereichs für Deutsch. Buchara 2022
9. Ruziev Y., Khudoev S., Rakhmatov A. The use of the past tenses in German and English //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2021. – Т. 11. – №. 6. – С. 61-66.
10. Ruziev Y. НОҚАРДОШ ТИЛЛАР ҚУРИЛИШИНИНГ БОШ ХУСУСИЯТЛАРИ //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2023. – Т. 31. – №. 31.
11. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М.: Советский спорт, 2007. 216 с.
12. Рузиев Я. Б. Текстовая характеристика выражения будущего времени в немецком языке //Modern Scientific Challenges and Trends. – 2018. – Т. 135.
13. Экскурсоведение. Пособие для гида (экскурсовода). Республиканский научно-учебный консалтинговый центр НК «Узбектуризм». – Ташкент, 2009.
14. Yorievna, U. N. (2022). Masnavi Genre in Uzbek Classical Poetry: Nature, Genesis, Features. Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture, 3(10), 67-70.
15. Yoriyevna, U. N. (2023). THE ORIGINALITY AND GENESIS OF ANIMAL SYMBOLISM IN POETRY. Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development, 18, 20-23.

**TILSHUNOSLIK VA TARJIMASHUNOSLIK MUAMMOLARI**

<b>11. Abuzalova Mehriniso Kadirovna, Avliyoqulova Lola Bebutovna</b>	Badiiy matnning psixolingvistik tahlili	<b>81</b>
<b>12. Nazarova Saida Axmedjanovna</b>	So‘roq gap nutqiy muloqot birligi sifatida	<b>87</b>
<b>13. Нигматова Гулноз Хамидовна</b>	Zamonaviy o‘zbek she’riyatidagi fitomorf metaforalar lingvopoetikasi	<b>94</b>
<b>14. Muqimova Gulnora Rashidovna</b>	Zamonaviy o‘zbek she’riyatidagi fitomorf metaforalar lingvopoetikasi	<b>101</b>
<b>15. Abdulxayrov Dilshod Pulatovich</b>	Die stadtführung als aktivität der wissensvermittlung	<b>108</b>

**RETRO**

<b>RETRO</b>	Садриддин Айний. “Эсдаликлар”	<b>114</b>
--------------	-------------------------------	------------

**FILOLOGIYA ILMIDAGI YANGI QADAMLAR**

<b>FILOLOGIYA ILMIDAGI YANGI QADAMLAR</b>	Yosh olimlar minbari	<b>117</b>
---	----------------------	------------