



ZAMONAVIY O'ZBEK ERGONIMLARINING TARIXIY-
ETIMOLOGIK TAHLILI

Boysunova Mohinur Abdullajon qizi

@MoxinurBoysunova

[Tel: +998947184477](tel:+998947184477)

Annotatsiya: Ushbu tezisda bugungi kunda foydalanilayotgan o'zbek ergonimlarning kelib chiqish tarixi, rivojlanish bosqichi va jarayonlari: vaqt o'tgan sari inson o'z ishlarini ommaga tanitish, boshqa o'ziga o'xshashlardan ajaralish maqsadida nomlar qo'ya boshlashining tahlili o'z aksini topgan.

Kalit so'zlar: ergonim, nom, savdo, mahsulot, xizmat, toponim, kompaniya, lingvokulturologiya, xususiyat, zamon, makon, tarix, etimologiya, tahlil.

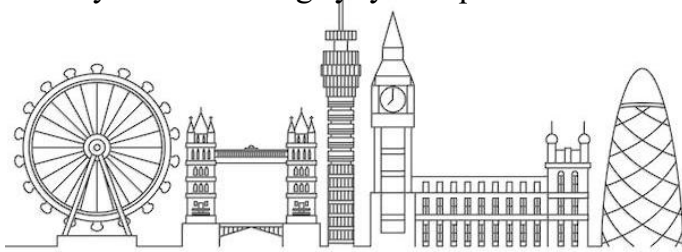
Аннотация: В данном тезисной работе рассматриваются происхождение, этапы развития и процессы формирования современных узбекских эргонимов. Анализируется, как с течением времени люди начали давать названия своим видам деятельности с целью представить их широкой публике и отличаться от других в аналогичных сферах.

Ключевые слова: эргоним, имя, торговля, продукт, услуга, топоним, компания, лингвокультuroлогия, свойство, эпоха, место, история, этимология, анализ.

Abstract: This thesis explores the origin, developmental stages, and processes of contemporary Uzbek ergonyms. It analyzes how, over time, people began assigning names to their businesses or activities to promote them publicly and distinguish themselves from others in similar fields.

Keywords: brand, name, trade, product, service, toponym, company, linguoculturology, feature, era, place, history, etymology, analysis.

Mahsulot, maishiy xizmatlar, inson ehtiyojini qondiruvchi barcha tijoriy obyektlar hozirda ergonimlar deb atalayotgan bo'lsa, ular qadimda alohida o'z nomiga ega bo'lmagan. Vaqt o'tgan sari inson o'z ishlarini ommaga tanitish, boshqa o'ziga o'xshashlardan ajaralish maqsadida nomlar qo'ya boshlashdi. Bu nomlar dastlab oddiy, xalq tiliga tushunarli, sodda, eng muhimi o'z ona tillarida bo'lgan. Masalan, kosibchi, zardo'z, pichoqchi, duradgor, yo'nchi, quruvchilar. Shu o'zlari shug'ullanuvchi kasblari nomining yoniga dastlab "mahalla", "ko'cha" so'zlarini qo'yishgan: "Kosibchilar mahallasi", "Zardo'zchilar mahallasi", "Duradgorlar ko'chasi" kabi. Bu bilan joy nomlarini belgilashgan. Vaqt o'tishi bilan xalq tilida "do'kon" so'zi keng yoyila boshlandi. Hozirda bu savdolarning o'z nomi bor: xususiy tadbirkorlik. Inson ehtiyojlarini qondiruvchi, og'irini yengil qiluvchi tijoriy atoqli otlar ergonimlar deb atalmoqda. Ergonimlarni nomlashda dastlab, milliy so'zlardan foydalanilgan bo'lsa, hozirgi kunga kelib chet tillaridagi so'zlardan foydalanish keng yoyilmoqda. Chet





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

tillaridan kirib keluvchi soʻzlarni muqobillari qoʻllaniladi. Muqobili yoʻq yoki oʻzbek tilidagi tarjimasi gʻaliz chiquvchi soʻzlarni shundayligicha qabul qilamiz va buni “soʻz boyligimizni kengaytirdi” deb izohlaymiz. Chet tilida keng tarqalgan soʻzlarni – internatsionalizmlarni oʻzlashtirish, baʼzan ularning maʼnosini buzish bilan birga keladi. Chet tilida yozilgan ismlar yoki rus harflari bilan yozilgan xorijiy soʻzlar nominatsiya obyektining profili bilan assotsiativ aloqalarni oʻrnatishda qiyinchilik tugʻdiradi. Ular bizni oʻzlari yaratilgan tilni aniqlashga vaqt sarflashga majbur qiladi (bu tilni bilmaslik yoki rus harflarida yozilgan soʻzni tanimaslik mumkin). Nomni toʻgʻri, oʻrinli va barchaga tushunarli qilib tanlamaslikni rus tilshunosi professor V.Belyavin “Lingvistik shok” deb ataydi. Lingvistik shok – odam nutqida gʻalati, kulgili yoki lingvistik tovushlarni eshitganida sodir boʻladigan haddan tashqari hayrat, kulish yoki hijolatni keltirib chiqaradigan holat¹⁹.

Turmush kechirayotgan hayotimizni “zamonaviy” deb atayabmiz va bu zamonaviylikni ikki tilni aralash qoʻllashni odatiy holday qabul qilinyapti. Zamonaviy ergonimlarni nomlashda ham chet tilidagi soʻzlardan foydalanish yaxshi natija beradi deb oʻylanmoqda. Bu chet el soʻzlari, asosan, Gʻarbning dunyoga eng mashhur boʻlgan brend nomlaridir. Qaysi doʻkon nomiga qaramang bir biriga oʻxshash yoki aynan takrorlangan brend nomlari. Obyektni davlat roʻyxatidan oʻtkazayotganda milliy nom yoki shaxs nomini qoʻyib roʻyxatdan oʻtkazib, peshlavhaga esa oʻsha dunyoga mashhur brend nomlarini ilish holatlari ham koʻp uchraydi. Misol uchun, “D.Maretti” brendi ostida ishlab chiqariluvchi erkaklar kastyumi barcha doʻkonlarda topilishi mumkin va bu brend nomini obyekt nomiga qoʻyilgan bir necha doʻkonlar mavjud. Bunday brend nomlaridan “Colin’s”, “Gabacci”, “Salvatini” kabilarni misol keltirish mumkin. Lekin oʻz ona tilimizdagi soʻzlar bilan nomlangan obyektlarni oʻxshashi kam.

XX asrning boshlarida “soʻz” nomni ifodalovchi birlik sifatida oʻrganish predmetiga aylandi. Bu haqda A.V. Superanskaya shunday deydi: “Onomastika yoki onimiya har xil nom tiplarining qoʻshilmasi sifatida inson hayoti va faoliyatining hamma qirralari bilan bogʻliqdir. Qayerdagi individuallashtirish yoki identifikatsiyalash talab qilinsa, inson obyektini ajratish uchun, albatta, atoqli otni tanlaydi”²⁰. Bundan ham koʻrinib turibdiki, atoqli otni tanlashga alohida eʼtibor qaratiladi. Hozirgi kunda tilning onomastik sathi oʻzida aniq tizimni ifoda etadi. Uning markazi, anʼanaga muvofiq, antroponimlar va toponimlar hisoblanadi, chunki XX asrning oxirida izlanuvchilar diqqati onomastika periferiyasiga xos hisoblangan birliklarga, shu jumladan, ergonimlarga bogʻlanib qolgan edi. Ergonimlar ot soʻz turkumiga mansub soʻzlardan tanlanib, baʼzan oʻz vazifalarini nomida aks ettiradigan tashkilot nomlaridir (biznes assotsiatsiyalari, oʻquv maskanlari, sanoat korxonalari, banklar, doʻkonlar, madaniyat markazlari, sport komplekslari va stadionlar).

¹⁹ Golomidova, M.V: “Rus onomastikasida sunʼiy nominatsiya:monografiya”. Yekaterinburg, 1998. 231-b.

²⁰ Суперанская А. В: “Общая теория имени собственного”. -М.1973. С-78.





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

Zamonaviy ergonimiya til o'yini, metaforik uzatish, qarz olish, qisqartirilgan lug'atdan foydalanish kabi hodisalarning natijalarini birlashtirgan alohida onimlar guruhini ifodalaydi. Eng muhimi, bu hodisalar zamonaviy tilshunoslikning antroposentrik konsepsiyasi nuqtayi nazaridan ko'rib chiqiladi. Ergonimlar bizga yaxshi ma'lum bo'lgan lug'at qatlamini ifodalaydi va tinglovchilarni zabt etish maqsadida yangi, to'ldirilgan semantika va ekspressivlikka ega bo'lgan so'zlarning mutlaqo yangi shakllari. Zamonaviy ergonimlarning eng muhim jihati muvaffaqiyat unga bog'liq bo'lgan kommunikativ-pragmatik jihatdir. Bu jihat adresatga ta'sir qilish imkoniyatini nazarda tutadi. Bunday ergonimlar pragmatikaga ega.

Zamonaviy ergonimlarning nomlanishi bir necha xususiyatlarga ega bo'lishi kerak, quyida ulardan ayrimlari sanaladi:

- ular strategik jihatdan mahsulot (inson omili uchun kerak bo'lgan barcha obyektlar)ni raqobatchilardan o'ziga xos joylashishini yetkazish orqali farqlashi;
- ular mahsulot (inson omili uchun kerak bo'lgan barcha obyektlar)ning maqsadli auditoriyasiga murojaat qilishi;
- ular brend (inson omili uchun kerak bo'lgan barcha obyektlar)ning o'ziga xos xususiyati, sifati yoki foydasini nazarda tutishi yoki uyg'otishi;
- ular kompaniyalarga sodiqlik yaratish uchun o'z mijozlari bilan bog'lanishlariga imkon berishi;
- ularda iste'molchilar uchun kompaniya yoki mahsulot imidjini mustahkamlaydigan ramziy birlashma mavjud bo'lishi;
- ular xaridorlarni mahsulotni sotib olishga undashga yordam berishi kerak.

Ergonimlarni har tomonlama o'rganish zamonaviy tilshunos-semasiolog uchun, ayniqsa, muhim: bu obyekt va hodisalarning "umumiy otlari" chegara zonasidagi og'zaki belgining boyligi, uning o'ziga xosligi haqidagi tushunchani kengaytirish imkonini beradi. Onomastikaning bir shoxobchasi bo'lgan ergonimik birliklarni lingvistik jihatdan o'rganish va tadqiq etish, zamonaviy ergonimikaning hosilaviy va funksional imkoniyatlarini aniqlash va tahlil qilishdan iborat.

FOYDALANILGA ADABIYOTLAR

1. Nasiba Ibodova: "Ma'rifat" gazetasi, 4-son. 2020. 6-b.
2. D.Lutfullayeva, M.Saparniyozova. O'zbek tilida nom yaratish muammolari. //Til va adabiyot. №9. –Toshkent 2019. – B. 5-6.
3. Емельянова Аксана Михайловна. Ергонимы в лингвистическом ландшафте полиетического города. – М, 2019. – С. 78 .
4. D.Lutfullayeva. Nom yaratishning milliy texnologiyasi. – Toshkent. 2021. – B.4.
5. Суперанская.А. В: "Общая теория имени собственного". -М.1973. С-78.
6. Golomidova, M.V: "Rus onomastikasida sun'iy nominatsiya:monografiya". Yekaterinburg, 1998. 231-b.

