

O'ZBEK TILIDA ERGONIMLAR

Omonqulova Mohinur Zokir qizi

Termiz Davlat Universiteti magistranti

Mamatqulova Mamura Özkan

Ilmiy rahbar: Filologiya fanlari doktori, DSc Istanbul Universiteti

Annotatsiya: *Ushbu maqolada tilshunoslikdagi onomastikaning yo'nalishlaridan biri bo'lgan ergonimlar, ergonimlarning hayotimizdagi o'rni, ishlatilishi, kelib chiqishi va ularning qay maqsadda nomlanganligi, turlari haqida so'z boradi.*

Kalit so'zlar: *Ergonimlar, Emporonimlar, Firmonimlar, Gremionimlar, Oykodomonimlar, Antroponimik usul, Toponimik usul, Mifologik va ramziy usul, Abbreviatura (qisqartma)*

Abstract: *This article discusses ergonyms as one of the branches of onomastics in modern linguistics, their role in our lives, usage, origin, as well as the purposes behind their naming, their types.*

Keywords: *Ergonyms, emporonyms, firmonyms, gremionyms, oikodomononyms, anthroponymic method, toponymic method, mythological and symbolic method, abbreviation.*

Tilshunoslikda (aniqrog'i, onomastika sohasida) ergonimlar — bu muayyan bir faoliyat doirasida birlashgan insonlar jamoasi, korxona, tashkilot, muassasa va birlashmalarning xususiy nomlaridir. Ushbu atama yunoncha ergon (ish, faoliyat) va onoma (ism, nom) so'zlaridan kelib chiqqan. Ergonimlarni biz har qadamda uchratishimiz mumkin: do'kon peshlavhalari, kafe nomlari, xususiy maktab va maktabgacha ta'lim tshkilotlari, banklar yoki zavod nomlari — bularning barchasi ergonimlardir.

"Ergonim" atamasi ilk bor rus tilshunosi Natalya Vladimirovna Podolskayaning "Словарь русской ономастической терминологии" ("Rus onomastik terminologiyasi lug'ati") asarida keltirilgan. Mazkur asar onomastika sohasidagi eng fundamental va birinchi ixtisoslashgan manbalardan biri hisoblanadi. Bugungi kunda o'zbek tilshunosligida onomastika, xususan, ergonimlarni tadqiq qilayotgan har bir olim (masalan, G. Annamuratova, N. Ulug'ov va boshqalar) o'z ishlarida aynan mana shu lug'atga va Podolskaya keltirgan ta'riflarga tayanadi.

Bu kitob onomastika "alifbosi" hisoblanadi. O'zbek tilshunosligida ham ergonimlar sohasida zalvorli tadqiqotlar, monografiyalar, ilmiy ishlar mavjud. Xususan, o'zbek tilshunosi, o'nlab monografiyalar, lug'atlar muallifi Ernest Begmatov ham o'zining "O'zbek onomastikasi" nomli kitobida ergonimlarga alohida to'xtalib o'tgan.

E. Begmatovning asarlari bugungi kunda ham onomastika bo'yicha yozilayotgan barcha dissertatsiya va darsliklar uchun birlamchi manba (fundamental asar) bo'lib xizmat qilmoqda.

Ernest Begmatovning "O'zbek onomastikasi" asarida ergonimlar alohida onomastik birlik sifatida, o'zbek tilining boy imkoniyatlari va ijtimoiy hayotdagi o'zgarishlar nuqtai nazaridan tahlil qilingan. Begmatov ergonimlarni onomastikaning ajralmas va eng dinamik (tez o'zgaruvchan) qismlaridan biri deb hisoblaydi. U ergonimlarni shunchaki nom emas, balki ijtimoiy-iqtisodiy ob'ektlarning lisoniy belgisi sifatida ta'riflaydi. Muallif ergonimlar tizimini boshqa onomastik birliklar (toponimlar, antroponimlar) bilan uzviy bog'liqlikda o'rganadi. Asarda ergonimlarning shakllanish manbalari bo'yicha quyidagi tasniflar berilgan:

Antroergonimlar: Shaxs ismlari asosida qo'yilgan nomlar (masalan, «Alisher Navoiy» kinoteatri, «Mirzo Ulug'bek» universiteti).

Toponimik ergonimlar: Joy nomlari asosida yuzaga kelgan nomlar (masalan, «Toshkent» mehmonxonasi, «Zarafshon» restorani).

Abstrakt yoki ramziy ergonimlar: Turli tushunchalar, tabiat hodisalari yoki narsalar nomi bilan atalgan korxonalar (masalan, «G'uncha» bog'chasi, «Yulduz» fabrikasi).

Tilshunoslar ergonimlarni faoliyat turiga, qay sohada ish olib borishiga ko'ra quyidagi guruhlariga ajratishadi:

1. Emporonomimlar: Savdo va tovar ayirboshlash ob'ektlarining nomlari. Misol uchun: "Korzinka", "Makro", "Ishonch".

2. Firmonimlar: Firma, kompaniya, mas'uliyati cheklangan jamiyatlar nomlari. Misol uchun: "Artel", "Akfa", "UzAuto Motors".

3. Gremionimlar: O'quv va ilmiy muassasalar, xususiy va davlat ta'lim tashkilotlari, bolalar bog'chalari nomlari. Misol uchun: "Tashkent City University", "Akademnashr", "Tompsonland".

4. Oykodomonomimlar: Ma'lum maqsadlar uchun qurilgan turli bino va inshootlarning nomlari. Misol uchun: "Humo Arena", "InterContinental", "Hyatt Regency".

Ergonimlarni yaratish jarayonida tilshunoslikning turli usullaridan foydalaniladi:

Antroponimik usul: eng qadimiy, sermahsul va keng tarqalgan usullardan biri hisoblanadi. Bu usulda korxona, tashkilot yoki firma nomlari bevosita shaxs ismlari (ism, familiya, taxallus, sharif) asosida shakllantiriladi. Misol: "Aisha" go'zallik saloni, "Anvar" xususiy klinikasi.

Toponimik usul: korxona yoki tashkilotga ma'lum bir geografik ob'ekt (shahar, daryo, tog', voha, qishloq) nomini berishdir. Bu usul onomastikada juda keng tarqalgan bo'lib, nomlanayotgan ob'ekt va hudud o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi. Misol: "Samarqand" restorani, "Buxoro" mehmonxonasi.

Mifologik va ramziy usul: Tarixiy yoki afsonaviy nomlar. Tilning tasviriy imkoniyatlaridan foydalanishga asoslanadi. Bu usulda korxona nomi nafaqat identifikatsiya vazifasini bajaradi, balki iste'molchida ma'lum bir hissiyot, ishonch va estetik zavq uyg'otishni ko'zda tutadi. Misol: "Semurg" sport majmuasi, "Afrosiyob" poyezdi.

Abbreviatura (qisqartma): korxona, tashkilot yoki firma nomlarini bir necha soʻzlarning bosh harflari yoki boʻgʻinlarini birlashtirish orqali hosil qilishdir. Bu usul zamonaviy tilda, ayniqsa, biznes va xalqaro munosabatlarda juda ommabop hisoblanadi. Misol: "NBU" (National Bank of Uzbekistan).

Xulosa:

Tilshunoslikda ergonimlarni tadqiq etish, ularning lisoniy va ijtimoiy xususiyatlarini oʻrganish bugungi kunning dolzarb vazifalaridan biri boʻlib qolmoqda. N.V. Podolskaya va E. Begmatov kabi olimlarning tadqiqotlari shuni koʻrsatadiki, ergonimlar shunchaki korxona nomlari emas, balki tilning boy imkoniyatlarini va milliy mentalitetni aks ettiruvchi murakkab lisoniy birliklardir. Ergonimlarni yaratishda qoʻllaniladigan antroponimik, toponimik, mifologik va abbreviatura usullari oʻziga xos pragmatik funksiyalarni bajaradi.

Antroponimlar shaxsiy masʼuliyat va tarixiy xotirani, toponimlar hududiy brendni, mifologik nomlar emotsional jozibadorlikni, abbreviaturalar esa axborot asridagi lisoniy tejamkorlikni taʼminlaydi. Zamonaviy ergonimlar nafaqat til qoidalariga (grammatika, imlo), balki marketing qonuniyatlariga (esda qolarli boʻlish, oʻziga xoslik) ham javob berishi lozim.

Bu jarayonda tilshunoslik va marketingning oʻzaro uygʻunligi muhim ahamiyat kasb etadi. Oʻzbek ergonimikasida milliy til resurslaridan unumli foydalanish, asossiz chet tili soʻzlarini kamaytirish va imlo meʼyorlariga rioya qilish orqali milliy onomastik maydonning barqarorligini saqlab qolish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. — М.: Наука, 1988.
2. Суперанская А. В. Теория и методика ономастических исследований. — М.: Наука, 1986.
3. Begmatov E., Ulugʻov N. Oʻzbek onomastikasi terminlarining izohli lugʻati. — Namangan, 2006.
4. Begmatov E. Oʻzbek onomastikasi. — Toshkent, 1998.
5. Ulugʻov N. Ona tili: Onomastika. — Toshkent: Iqtisod-moliya, 2006.
6. Аннамуратова Г. Ҳозирги ўзбек тили эргонимларининг лисоний тадқиқи: Филол. фан. номз. ... дисс. — Тошкент, 2001. (Oʻzbekistondagi ergonimlar boʻyicha eng asosiy tadqiqot).
7. Madrahimov A. Oʻzbek tili onomastikasi. — Toshkent, 2007.