



O'ZBEK TILI ERGONIMLARINING LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI

Xolmatova Go'zal Baxodirovna

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti

“O'zbek tili va adabiyoti” kafedrası assistenti

gozalxolmatova704@gmail.com, +99897 691 77 73

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15632408>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 01-June 2025 yil

Ma'qullandi: 07-June 2025 yil

Nashr qilindi: 10-June 2025 yil

KEY WORDS

Ergonim, lingvomadaniyat, o'zbek tili, nomlash, semantika, pragmatika, madaniy qadriyatlar, tilshunoslik, brend, kommunikatsiya.

Albatta, quyida annotatsiya va kalit so'zlarning o'zbek, ingliz va rus tillaridagi variantlari keltirilgan:

ABSTRACT

Ushbu maqolada o'zbek tilidagi ergonimlarning lingvomadaniy xususiyatlari tahlil qilingan. Ergonimlar nafaqat korxonalar va muassasalarning nomlari, balki xalqning madaniy qadriyatlari, tarixiy xotirasi va zamonaviy tafakkurining til shaklida ifodalanishidir. Maqolada ergonimlarning tasnifi, nomlash tamoyillari, semantik, pragmatik va kommunikativ funksiyalari, shuningdek, xorijiy tillarning ta'siri madaniy kontekstda yoritilgan. Tahlillar orqali ergonimlarning o'zbek jamiyatining madaniy o'ziga xosligini ifodalashdagi o'rni ko'rsatib berilgan..

Til jamiyat hayotining ajralmas bo'lagi bo'lib, unda xalqning dunyoqarashi, qadriyatlari va madaniy merosi mujassam bo'ladi. Tilshunoslikda leksik birliklarni o'rganishda antroponimika, toponimika, ergonimika kabi sohalar alohida ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, ergonimlar – ya'ni ishlab chiqarish korxonalar, tashkilotlar, xizmat ko'rsatish muassasalari, savdo markazlari va firmalarning nomlari – nafaqat til birliklari, balki jamiyatning madaniy, iqtisodiy va ijtimoiy holatini aks ettiruvchi lingvomadaniy kodlardir.

O'zbekiston mustaqillikka erishgach, jamiyat hayotining barcha sohalarida tub o'zgarishlar yuz berdi. Shu jumladan, til va madaniyat sohasida ham yangi qadriyatlar, yangicha nomlash tamoyillari paydo bo'ldi. Ergonimlar bu jarayonning yaqqol ifodachisidir. Ularning yaratilishida xalqning madaniy ongidagi obrazlar, diniy-falsafiy tushunchalar, tarixiy va zamonaviy qadriyatlar uyg'unlashadi. Ushbu maqolada o'zbek tili ergonimlarining lingvomadaniy xususiyatlari, nomlash tamoyillari, semantik qatlamlari hamda madaniyatlararo ta'sirlar yoritiladi.

Ergonim tushunchasi va uning tilshunoslikdagi o'rni. “Ergonim” atamasi yunoncha ergon – ‘mehnat, ish’ va onoma – ‘nom’ so'zlaridan olingan bo'lib, "ish joyi yoki faoliyat obyektining nomi" degan ma'noni anglatadi. Tilshunoslikda ergonimika korxonalar, tashkilot, do'kon, kafe, xizmat ko'rsatish markazlari kabi obyektlarning nomlarini o'rganadi. Ergonimlar millatga xos tasavvur, assotsiativ fikrlash, dunyoqarashni aks ettirishi, shuningdek, ularni hosil qilishda

milliy til zaxirasidan so'z tanlash, nom ijod qilishdagi o'ziga xoslikka ko'ra milliy-madaniy jihatdan xoslanadi. Ergonimlarning milliy-madaniy xoslanishi, ayniqsa, ularning

milliy-madaniy xoslangan leksemalar bilan hosil qilinshida yaqqol ko'zga tashlanadi. Bunday ergonimlarda til egalarining madaniy hayoti hamda milliy dunyoqarashi namoyon bo'ladi. Masalan, "BEK BARAKA", "ABU SAXIY" (bozor), "MUSLIMABONU CHEVAR" (OK). Shunga ko'ra, ergonimlar ko'p hollarda:

- *milliy-madaniy konnotatsiyaga ega bo'ladi;
- *Joy, shaxs, tarix, din yoki qadriyatlar bilan bog'liq bo'ladi;
- *Kommunikativ va marketing funktsiyalarni bajaradi.

Masalan, "Baraka supermarket", "Halol oshxona", "Imon Savdo Uyi", "Afsona hotel" kabi ergonimlar muayyan ma'no va madaniy yuklama bilan tanlangan.

2. O'zbek tilidagi ergonimlar turlari va nomlash usullari. O'zbek tilida ergonimlarni quyidagi guruhlariga ajratish mumkin:

a) An'anaviy (milliy) ergonimlar:

Bu guruhga tarixiy, milliy qadriyatlarni ifodalovchi nomlar kiradi. Masalan:

"Samarqand pazandasi", "Qo'qon gilami", "Xiva to'nchi" - hudud va milliy hunarmandchilik bilan bog'liq nomlar;

"Navro'z do'koni", "Baraka nasiya savdosi" - qadriyatlar va ijtimoiy an'analarga asoslangan.

b) Zamonaviy ergonimlar:

Zamonaviy biznes, texnologiya va xalqaro madaniyat ta'siri ostida yuzaga kelgan nomlardir:

"Golden Group", "Mega Market", "Royal Textile", "Orient Group" - inglizcha so'zlardan iborat yoki inglizcha-o'zbekcha qo'shma ergonimlar.

c) Aralash (gibrid) ergonimlar:

O'zbek tilida xalqona ifoda va xorijiy so'zlar birgalikda ishlatiladi:

"Sharq Style", "Halol Food", "Orzular Fashion", "Baxtli Baby Center".

3. Ergonimlarning lingvomadaniy tahlili. Ergonimlar nafaqat nomlash birligi, balki xalqning mentaliteti, qadriyat tizimi va madaniy obrazlarining tilga ko'chgan shaklidir.

a) Diniy-axloqiy komponentlar:

"Halol", "Imon", "Baraka", "Sabr", "Rahmat" kabi diniy so'zlar orqali ergonimlar musulmon madaniyatining tilga ko'chgan ifodasiga aylanadi. Bu nomlar iste'molchida ishonch va poklik tushunchalarini uyg'otadi.

b) Tarixiy-madaniy komponentlar:

"Temur Avlodlari", "Sohibqiron", "Buxoro Sari" kabi ergonimlarda milliy tarixiy ramzlar ishlatiladi. Bunday nomlar milliy g'urur va madaniy identitetni kuchaytirishga xizmat qiladi.

c) Iqtisodiy va global komponentlar:

Zamonaviy o'zgarishlar natijasida ingliz tilidan olingan so'zlar bilan tuzilgan ergonimlar ommalashdi: "Best Market", "Smart Trade", "Modern Line". Bu nomlar innovatsiya, ishonchlilik, zamonaviylik obrazini yaratadi.

4. Ergonimlarning pragmatik va kommunikativ funktsiyalari. Ergonimlar o'z funktsiyalariga ko'ra:

Tanishtiruvchi - muassasa haqida dastlabki tasavvur beradi;

Reklama - iste'molchining e'tiborini jalb qiladi;

Identifikatsiylovchi - boshqa muassasalardan ajratadi;

Estetik - ma'noli, obrazli, esda qoladigan bo'lishi kerak.

Muvaffaqiyatli ergonimlar qisqa, emotsional, madaniy jihatdan samarali va tushunarli bo'ladi. Masalan, "Omad Center" nomi ijobiy assotsiatsiyalar uyg'otadi.

Xulosa. O'zbek tili ergonimlari tildagi o'zgarishlar, madaniy qadriyatlar va zamonaviylik o'rtasidagi uyg'unlikni yaqqol ko'rsatadi. Ular nafaqat leksik birlik, balki til madaniyatining tashuvchisi, jamoaviy tafakkurning mahsuli hisoblanadi. Ergonimlar orqali jamiyat tafakkuri, marketing strategiyasi, din va tarix, urf-odat va zamonaviy texnologiyalar o'zaro tutashadi. Tilshunoslikda ergonimlarni lingvomadaniy jihatdan o'rganish, ularning funksional yondashuvi, madaniy konnotatsiyasi va semantik qatlamlarini tahlil qilish orqali til va jamiyat o'rtasidagi murakkab munosabatlar ochib beriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Sodiqova, D. (2021). O'zbek tilida ergonimlarning lingvistik xususiyatlari. Toshkent: Fan nashriyoti.
2. Karimov, I. (2019). Lingvomadaniyatshunoslik asoslari. Samarqand: Ilm ziyo.
3. Rasulov, B. (2020). Antroponimika va toponimika masalalari. Buxoro: BuxDU nashriyoti.
4. Vohidova, Z. (2022). Reklama tilining lingvopragmatik xususiyatlari. Filologiya fanlari doktori dissertatsiyasi.
5. Zaynutdinov, Sh. (2018). O'zbek tilining zamonaviy leksikasi. Andijon: Andijon nashriyoti.
6. Mamatqulova, M. (2023). "O'zbekcha ergonimlar semantikasi va madaniy asoslari". Til va adabiyot, №1.
7. Saidov, S. (2017). "Brend va ergonim o'zaro aloqasi". Marketing va til, №2.

INNOVATIVE
ACADEMY