



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



ERGONIMLARDA LINGVOKULTUROGIK XUSUSIYATLAR

Boysunova Mohinur Abdullajon qizi

Tel: +998947184477 @MoxinurBoysunova

Annotatsiya: *Ushbu tezisdagi keyingi yillarda iqtisodiyot tarmoqlarining jadal rivojlanib borayotgani: zamonaviy inshootlar, savdo majmualari, firma, korxonalariga ona tilimiz meyorlariga mos nom berishda lingvokulturologik xususiyatlarning tadqiqi aks etgan.*

Kalit so'zlar: *ergonim, nom, savdo, mahsulot, xizmat, toponim, kompaniya, lingvokulturologiya, xususiyat.*

Аннотация: *В данном тезисе отражено исследование лингвокультурологических особенностей в присвоении названий, соответствующих родному языку, современным сооружениям, торговым комплексам, фирмам и предприятиям на фоне стремительного развития отраслей экономики в последние годы.*

Ключевые слова: *ergonim, имя, торговля, продукт, услуга, топоним, компания, лингвокультурология, свойство.*

Abstract: *This thesis reflects the study of linguocultural features in assigning names that correspond to the native language for modern constructions, shopping centers, firms, and enterprises amid the rapid development of economic sectors in recent years.*

Keywords: *brand, name, trade, product, service, toponym, company, linguoculturology, feature.*

Ona tili millatning ruhidir. Til – davlatning timsoli, mulki. Tilni asrab-avaylashimiz orqali millat yuksaladi. Respublikamiz Konstitutsiyasida davlat tilining maqomi huquqiy jihatdan belgilab qo'yilgan bo'lib, ona tilimizga 1989-yil 21-oktabrda davlat tili maqomini berilishi eng katta yutuqlarimizdandir. Ona tilimizga "Davlat tili" maqomining berilishi xalqimizning milliy mustaqillikka erishish yo'lidagi muhim qadamlaridan edi.

Til ajdodlardan qolgan buyuk meros, millat sha'ni va iftixoridir. Tilda xalqning o'zligi, o'tmishi, buguni, an'ana va urf-odatlarini, madaniyati, san'ati o'z aksini topadi. Shu sababli tilni e'zozlash, uni asrash va himoya qilish masalasi har doim millat e'tiborida bo'lib kelgan.

Yurtimizda o'zbek tilining qo'llanish doirasini yanada kengaytirish, sofligini saqlab qolish borasida ko'plab amaliy ishlar qilinmoqda. Shunga qaramay, sohada kechiktirilmay bajarilishi lozim bo'lgan vazifalar mavjud. Shulardan biri tadbirkorlik faoliyati obyektlari, korxonalar, firma, iste'mol tovarlariga, xizmat ko'rsatish obyektlariga berilgan nomlarning o'zbek adabiy tili me'yorlariga qanchalik mosligi masalasidir. Bugungi fan-texnika taraqqiyoti asrida, yurtimizdagi keng ko'lamlil islohotlar davrida tilimizda yangi-yangi nomlar hosil qilinmoqda. Nomlar tanlashda ko'plab xorij so'zlari o'zlashtirilmoqda. Shuni unutmali kerakki, ular o'zbek adabiy tili me'yorlariga muvofiq bo'lishi, milliy-madaniy qadriyatlarimizga mos kelishi, muhimi, tilimiz taraqqiyotiga xizmat qilishi lozim.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



Muammolarning yechimi yurtimizda firma, kompaniya, ishlab chiqarish, savdo-sotiq, maishiy xizmat obyektlari, mahsulotlarga berilgan nomlarni tartibga solish, nom yaratishda o'zbilarmonlikka barham berish, davlat tiliga hurmat bilan qarash, uning imkoniyatlariga to'g'ri baho berishga xizmat qiladi.

Bugun dunyo bozorida "O'zbekistonda ishlab chiqarilgan" tamg'asi ostidagi mahsulotlarimiz o'z o'rnini, munosib xaridorini topmoqda. Aytish mumkinki, har bir millat dunyo ostonosiga dastlab o'z ona tili orqali qadam qo'yadi, har qanday ishlab chiqarish mahsuloti esa muvaffaqiyatli tanlangan nomi orqali mashhurlik pillapoyasiga chiqadi. Afsuski, tadbirkorlik faoliyati obyektlari, korxonalar, muassasa, firma, iste'mol tovarlariga xorij tillarida nom qo'yish urfga aylanib bormoqda. Ayniqsa, keying uch-to'rt yil ichida nom yaratishda ruscha va inglizcha so'zlarga murojaat qilishga "ruju" qo'yilmoqda. Har qanday holatda ham nom, albatta, davlat tilida yaratilishi lozim. Nomning boshqa tillarda berilishi, bir tomondan, til sofligiga putur yetkazsa, boshqa tomondan, milliy tilga bepisandlik kayfiyatini hosil qiladi. Shuningdek, korxonalar, muassasa, firma, savdo obyektlari yoki mahsulotga tushinarsiz xorijiy nomlar qo'yilishi iste'molchi bilan kommunikativ aloqa o'rnatilishiga to'sqinlik qiladi. Eng achinarlisi, shahrimiz ko'rkiga ko'rk bo'lib turgan inshootlar nomlari, aholi har kuni iste'mol qiladigan mahsulot, uning yorliqlari, ko'cha yozuvlari va peshlavhalarda tilimiz aks etmas ekan, unga nopisand munosabat davom etaveradi. Go'yoki, ona tilimizdagi emas, balki chet tili so'zlari "jarangli" degan fikr inson ongiga o'rnashadi. Qaysi davlatga tashrif buyurmaylik, uning xalqi o'zligini, birinchi navbatda, tili orqali namoyish qilishga intiladi. Demaki, O'zbekistonga tashrif buyurgan har bir inson uni his qilishni, nafaqat issiq quyoshi, shirin-totli mevalari, milliy taomlari va kiyimlari, shu bilan birga, ko'chalardagi peshtoqlarda ilingan o'zbekona nomlar, mahsulotlarimizdagi jarangdor milliy so'zlarimiz, ularning reklamalardagi o'zbekona lutf orqali his qiladi. Yurtimizni tark etar ekan, u o'zi bilan "Rayhon", "Chilla", "Jiz-biz", "Ko'kcha", "Chig'atoy" kabi bir qancha so'zlarni ham olib ketadi. Shuning uchun restoran bo'ladi, kichik choyxona bo'ladi yoki biror mahsulotmi, hammasi o'z davlat tilida nomlangan bo'lsa, tashrif buyuruvchida o'sha davlatga nisbatan hurmat paydo bo'ladi. O'zimizning qadim va ulug'vor ona tilimizda minglab chiroyli so'z bo'la turib, ko'r-ko'rona xalqimiz uchun umuman yot bo'lgan nomlarni muomalaga olib kirishni esa hech narsa bilan oqlab bo'lmaydi.

O'zbek tilida nom berishda ko'p qo'llaniluvchi so'zlar: xon, bek, rayhon, anor, orom, tandir, asl, nur, chinor kabilar yoniga yana biron so'zni qo'yib nomlash keng yoyilgan. Lekin tilimizdagi jarangdor so'zlar shu bilan kifoyalanib qolmaydi. O'tmishga nazorat solsak, Alisher Navoiy o'zbek tilida 26 035 so'zni qo'llab, tilimiz naqadar boy ekanligini isbotlagan, shuning uchun ham "So'z mulkingning sultoni" deya ulug'lanadi. Navoiydan so'ng Zahiriddin Muhammad Bobur, Boborahim Mashrab, Zokirjon Xolmuhammad o'g'li Furqat, Turdi Farog'iy, Muqumiylar ham eski o'zbek tilining taraqqiyotiga beqiyos katta hissa qo'shdilar. Aynan yuqoridagi Benazir shoirlarimizning turkiy g'azallari, tuyuqlari, ruboiylari orqali biz o'z tilimizni naqadar jozibador ekanini his qilamiz.





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



Bir millatni yo‘q qilish uchun uning tilini yo‘q qilish kifoya. Tilni yo‘q qilish ma’naviyatni yo‘q qilish bilan barobardir. Tilimizga e’tibor susayib borayotganligi haqida Abdulla Avloniy o‘zining “Hifzi lison” maqolasida: “Milliy tilni yo‘qotmak millatning ruhini yo‘qotmakdur. Hayhot! Biz turkistonliklar milliy tilni saqlamak bir tarafda tursun, kundalik hayotimizdan chiqaradurmiz”. Millatni millatlardan ajratib turuvchi asosiy belgilardan biri bu til ekan, har bir inson o‘z tilini bilishi, uni ulug‘lashi va shu bilan birga boshqa millatlarning ona tillariga ham hurmat bilan qarashi lozim. Shundagina tilning, millatning qadri va obro‘yi, nufuzi oshadi⁴⁶.

Inson qaysi sohada faoliyat yuritmasin, o‘z milliyligini, qaysi millatga mansubligini, o‘z ona tilini, qadriyatlarini unutmasligi, yosh avlodga munosib o‘rnak bo‘lishi lozim. Bu omillar uning hatti-harakatlarida namoyon bo‘lishi kerak. Shunday ekan ergonimlarga nom tanlashda ham o‘z ona tilimizning bor boyligidan unumli foydalanib, hazrat Alisher Navoiydek uning barcha tillardan kam emasligi, aksincha ulardanda ustunligi, omonimlarga, sinonimlarga, paronimlarga, antonimlarga boy til ekanligini isbot qilishimiz kerak. Abdulla Qodiriy o‘zbek tilini boy til ekanligini e’tirof etib shunday degan: “O‘zbek tili kambag‘al til emas, balki o‘zbek tilini kambag‘al deguvchilarning o‘zi kambag‘al. Ular o‘z nodonliklarini o‘zbek tiliga to‘nkamasinlar”.

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.

⁴⁶ Nasiba Ibodova: “Ma’rifat” gazetasi, 4-son. 2020. 6-b.

