



ERGONIMLARDA TRANSONIMIZATSIYA HODISASI

Rustamov Akbar,

*Ma'naviy-ma'rifiy ishlar samaradorligini
oshirish, davlat tili to'g'risidagi qonun hujjatlariga
rioya etilishini ta'minlash masalalari
bo'yicha Buxoro viloyati hokimi maslahatchisi*

Nomlash nihoyatda murakkab hodisa bo'lib, u lingvistik va ekstralingvistik omillar hamda ularning tilga ta'sirini o'zida aks ettiradi. Shuningdek, bu jarayon insonning atrofdagi dunyo haqidagi bilimlarini doimiy ravishda kuzatib boradi¹.

Nomlashda jamiyatning ijtimoiy va ma'naviy hayoti aks etadi, u og'zaki belgining psixologik fakti sifatida rag'batlantiruvchi hamda baholovchi omillarga ega bo'ladi. Nomlash til tizimining imkoniyatlarini aks ettirishi bilan birga, uning chegaralarini ham aniqlashtiradi.

O'rganilayotgan hududning o'ziga xos xususiyatlari sanoat va iqtisodiy obyektlar nomlarida aks etadi. Ergonimlar bevosita belgilangan shahar, uning geografik voqeliklari, ichki toponimik tizimi, tarixi, yodgorliklari bilan bog'liq bo'lishi lozim. Mintaqaviy xususiyatlar hisobga olingan nomlar har bir shahar uchun o'ziga xos material bo'lib, uni deyarli takrorlab bo'lmaydi, chunki uning geografik landshafti mutlaqo noyobdir. Aynan ular shaharning boshqa barcha aholi punktlaridan ajralib turadigan "qiyofasi"ni tashkil qiladi. Masalan: "Labi hovuz" oshxonasi, "Ark" mehmonxonasi, "Sitorai Mohi Xossa" sanatoriysi. Bunda muayyan obyektga unga geografik jihatdan tutash mashhur nom bilan atash orqali bevosita manzilni tushuntirishga ishora qilinadi. Yoki Ibn Sino mahalla fuqarolar yig'ini, Mahmud Tarobiy istirohat bog'i, Mir Kulol qurilish korxonasi, Shamsiddin Mahbubiy masjidi, Afandi Buxoro transport korxonasi,

¹ Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. -М., 1973. С:236

“Siyovush trans omad” MChJ kabi ergonimlarda mazkur mashhur tarixiy yoki afsonaviy shaxslarning o’sha hudud tarixiga aloqadorligi nazarda tutiladi.

Ba’zi ergonim nomlarida esa geografik mutanosiblik kuzatilmasligi mumkin, ammo unda faoliyat turiga, ko’rsatilayotgan xizmatning afzalligiga ishora qilinadi.

Masalan, Vobkent tumanidagi “Rosti rusti” logistika korxonasi nomi sohibqiron Amir Temurning “Kuch - adolatda” shiorining fors tilidagi tarjimai bo’lib, bu orqali korxonaga mijozlariga o’zining faoliyatda adolatga, halollikka moyilligini uqtirishga harakat qiladi. “Gulshani bog’i Eram” nodavlat ta’lim tashkiloti nomi orqali esa mijozlarga bolalaringizni bemalol bizga qoldiring. Biz ularga afsonaviy Bog’i Eram kabi qulayliklarni yaratib bera olamiz, deyishmoqchi bo’lishadi.

Ergonimlarni bu tarzda nomlashda transonimizatsiya hodisasidan foydalaniladi. Transonimizatsiya hodisasi ma’lum bir onomastik birliklarning ergonim sifatida qo’llanilishidir. Turli xil atoqli va atash xususiyatiga ega bo’lmagan leksemalarning nom sifatida ko’chish tendensiyasi paydo bo’ladi. Bu hodisaning amalga oshirilishi uchun ma’lum shartlar amal qiladi.

Transonimizatsiya oddiy va ishoraviy transonimizatsiyaga bo’linadi .

Oddiy transonimizatsiya metonimik uzatishga asoslangan: "FARRUX SABINA" mas’uliyati cheklangan jamiyati, Parvina restorani, Gulijahon oziq-ovqat do’koni, Niginabonu go’zallik saloni. Asosan, ergonim-antroponimlar egalari, ularning qarindoshlari, bolalari yoki taniqli shaxslarning ismlari: aktyorlar, qo’shiqchilar, kino qahramonlari, sportchilar, yozuvchilar, tarixiy shaxslar (Ilhom Farmonov fermer xo’jaligi, Shayx Jalol mehmonxonasi, Sadridin Salim Buxoriy MChJ (nashriyot), Sarvinoz ayollar kiyimlari do’koni, "ELIF FASHION BRENDA" oilaviy korxonasi ("Qashqirlar makoni" seriali), "Ali bobo trans" MChJ (taksi xizmati), Karleone erkaklar kiyimlari do’koni, Esmeralda go’zallik saloni, Gulliver (tungi klubi).



Ishoraviy transonimizatsiya ham metonimik, ham metaforik uzatishga tayanadi. Bu usul ma'lum ma'noda mumtoz adabiyotda qo'llanilgan "talmeh" badiiy san'atiga o'xshaydi. Masalan, *Kleopatra go'zallik salonining* ergonimi shunday deganga o'xshaydi: Siz Misr malikasi kabi juda go'zal bo'lasiz. "*Niagara Water*" yoki, "*Zam-zam*" ichimlik suvi etkazib beruvchi firmalar nomi esa suvning sifati, tozaligini ko'rsatadi, chunki Niagara sharsharasidan oqqan suv o'zining musaffoligi, Zam-zam bulog'i esa muqaddasligi bilan mashhur.

Transonimizatsiya natijasida hosil bo'lgan ergonimlarni quyidagicha tasniflash mumkin:

1) antroponimlarning ergonim sifatida nomlanishi. Bunda quyidagi faktorlar nomlovchi vazifasining yuzaga kelishi uchun asos bo'lib xizmat qiladi:

a) ta'sischi yoki korxonaga egalarining nomlari bilan ataladi, bunda metonimik ko'chim amal qiladi, bunday nomlar bir va bir necha antroponimik nomlar asosida shakllantirilishi mumkin: *Sabina, Go'zal, Monika go'zallik salonlari, Maftuna, Gulbahor, Parvina kafelari, Kamol Jamol sartaroshxonasi, Nasriddin Navro'z mehmonxonasi, Mirxan oziq-ovqat do'koni, „Mayram-Muxxaram“* mas'uliyati cheklangan jamiyati (berilgan har ikki antroponim ham imloviy jihatdan xato yozilgan, xalqona talaffuzga moslashgan shaklda yozilgan, aslida *Maryam-Muharram*), "*Sanjarbek Azizjon*" mas'uliyati cheklangan jamiyati, „*Xurshidbek Otabek*“ xususiy korxonasi, „*Bekzod omad Nuri*“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „*Murot Shoximardonov*“ xususiy korxonasi (aslida *Murod Shohimardonov*), „*Xurshidbek Otabek*“ xususiy korxonasi, „*Baxtiyor Sulton*“ xususiy korxonasi, „*Saltanat Maqsud*“ oilaviy korxonasi, „*Pinafayz Fayz*“ xususiy korxonasi, „*Nargiza I K*“ xususiy korxonasi, „*Komil*“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „*YO'ldosh* xususiy korxonasi, „*Axmat Botir*“ xususiy korxonasi (aslida *Ahmad Botir*), „*Maftuna Marhabo*“ oilaviy korxonasi, „*Akobir Asalxon Fayz*“ xususiy korxonasi, „*Mo'min Muhammad Majid*“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „*Dilobar Dilnoza*“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „*Murod Maxsud (Maqsud) Nodir Fayz*“ mas'uliyati cheklangan jamiyati,





„Boboyev Durbek“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Jamshid Ulug'bek Shoxrux“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Islom Yunus“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Mirzo Po'lot(Po'lat) Ulug'bek“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Husniddin Daler“ oilaviy korxonasi, „Ulug'bek Umid Fayz Baraka“, „Ruxsora Ruxshona Abbas omadi, „Akmal Zafar Fayz“, „O'tkir Bahodir Bunyodkor“, „Kogon Rasulov Ro'ziqul MMTP“, „Zulxumor Haydarova“, „Akramova Dilshoda Baxodirovna(Bahodirovna), „Otabek Mexribon(Mehribon)“, „Mirzobek Xushnud“, „Said Alakbar – Trade“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Fayzullo porloq“ oilaviy korxonasi, „Marziya Obod“, „Sayfullo Abdulkarim“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „G'affor Fayz Qandolat“ oilaviy korxonasi, „Qorako'lchi Qilich Bozor“ sho'ba korxonasi, „Saidov Toxir(Tohir) baliqchi“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Sadullo(Sa'dullo) Meli Farog'at“ oilaviy korxonasi, „Toshpo'lot Shaxzoda(Shahzoda) Qunduz“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Iroda Gul Shirin“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Nurali Nurbek Fayz“ xususiy korxonasi, „Behruz-Farmon“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Timur Baraka savdo“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Diler Rasulov Vali Rustveliyevich“, „Sarvarbek Amira Shox(Shoh)“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „To'ybonu Zarnigor“ oilaviy korxonasi, „Shaxboz(Shahboz) Shaxina(Shahina) mas'uliyati cheklangan jamiyati va boshqalar.

Bunday ergonimlarni tadqiq qilish jarayonida nomlar ta'sischiylarning o'zining, farzandlarining ismi, ota-bobolarining ismi va tarixiy shaxslarning nomlari bilan shakllantirilganligi kuzatiladi. Ba'zi ergonimlarda ikki, uch ism keltiriladi. Ular ism, familiyalarning tarixiy ifodalanish tarzida beriladi, ikki yoki uch shaxsning ismi sifatida qaralmasligi lozim. *Baxtiyor Sulton* ayni paytdagi *Baxtiyor Sultonovni* ifodalashga xizmat qiladi. Oddiy ism hamda familiya ko'rinishidagi ergonimlar ham mavjud, masalan, *Doniyorova Savira Ruslanovna* mas'uliyati cheklangan jamiyati.

b) Antroponomik ergonimlar hozirgi davrda faol iste'molda bo'lgan tarixiy hamda mifologik qahramonlar, tarixiy shaxslar, mashhur ijodkorlar, kashfiyotchilar nomlari bilan ifodalanishi kuzatiladi. Bunda ko'pincha ko'rsatiladigan xizmat yoki mahsulot shaxs nomi bilan yonma-yon kiritiladi. Antroponim toponim bilan yonma-yon keltirilib, ergonimlar hosil qilinishi mumkin:

- tarixiy va mashhur shaxslar nomlaridan: „*Tarobiy*“, „*Beruniy*“ *xususiy uy-joy mulkdorlari shirkati, Ibn Sino dorixonasi, Amir Temur sport klubi, Ali xususiy korxonasi, Narshaxiy korxonasi, Mirkulol qurilish firmasi, Samosiy fermer xo'jaligi, Rangrez (Shayx Jalol) mehmonxonasi, Mahmud Tarobiy qurilish korxonasi, Imomqozixon fermer xo'jaligi, Kleopatra go'zallik saloni, Ramzes restorani, Umar Xayyom mehmonxonasi, Mir Alisher xususiy korxonasi, Fuzuliy MChJ, Sadridin Salim Buxoriy MChJ, Anvar Obidjon oilaviy korxonasi, Ilhom Farmonov fermer xo'jaligi;*

- mifoantroponimlardan: „*Siyovush trans omad*“ MChJ, „*Afrosiyob qurilish trans*“ korxonasi, „*Zevs*“ mashina ta'mirlash shaxobchasi, *Simurg* qurilish firmasi, *Alpomish fermer xo'jaligi, Femida advokatlik byurosi, Qaqnus savdo do'koni, Venera go'zallik saloni;*

- adabiyot va kino qahramonlari nomidan: *Shirin go'zallik saloni, Dilorom oshxonasi, Zebuzar savdo do'koni, Gulliver tungi klubi, "Ali bobo trans" oilaviy korxonasi, Karleone erkaklar kiyim do'koni, Pinokkio o'yinchoqlar do'koni;*

- mashhur brendlar, kosmetika ijodkorlari nomidan: *Shanel atir-upa do'koni, Roberto Kavalli erkaklar kiyimlari do'koni;*

Antroponimlar asosida shakllangan ergonimlarda metonimik, metaforik ko'chimlar asosiy vazifa bajaradi. Antroponimlar asosida shakllantirilgan ergonimlar ta'sischi yoki unga aloqador bo'lgan kishilar, tarixiy shaxslar, mifologik qahramonlar, mashhur badiiy asarlarda mavjud bo'lgan qahramonlar nomlari bilan atalishi kuzatiladi.



2) toponimlar asosida shakllangan ergonimlar:

a) makrotoponimlar asosida shakllantirilgan ergonimlarga qit'alar, davlatlar, yirik shaharlar misol bo'la oladi: *Osiyo Xalqaro universiteti, Yevropa mehmonxonasi, Toshkent restorani, O'zbekiston xususiy korxonasi, Buxoro Bahor tarovati*“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, *Bihishti Buxoro mas'uliyati cheklangan jamiyati, Kaliforniya Form mas'uliyati cheklangan jamiyati kabi.* Hozirgi kunda tarixiy geografik mavqeyini saqlab qololmagan joy nomlari ham borki, ular ham ergonim sifatida qo'llanilishi mumkin. Masalan, *Varaxsha mehmonxonasi, Sug'diyona nomli oshxona, Xuroson nomidagi mehmonxona kabilar.*

b) mikrotoponimlar asosida ergonimlar shakllantirilishi kuzatiladi, bunga tuman, qishloq va boshqa kichik hududiy bo'linmalar misol bo'la oladi. Masalan, *Kogon Xo'jayjahon plyus nomli mas'uliyati cheklangan jamiyati, Kogon Ko'ktosh nomidagi mas'uliyati cheklangan jamiyati, Qorovulbozor ko'rki nomli mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Varaxsha jilosi“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Peshko' imkon“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Jondor – MMK“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Shofirkon gavhari“ mas'uliyati cheklangan jamiyati, „Kogon sapfir“ xususiy korxonasi va boshqalar.*

Toponimlar asosida shakllantirilgan ergonimlarda milliy-mahalliy va xorijiy nomlar bilan atalishini kuzatish mumkin. Milliy nomlar asosida shakllantirilgan ergonimlar va xorijiy ismlarga asoslangan muassasa, tashkilot, korxonalar nomlari orqali atalishi orasida ma'lum bir semantik tafovutlar ko'zga tashlanadi. Milliy-madaniy nuqtayi nazaridan O'zbekiston hududida ham butun dunyoga mashhur bo'lgan joylar mavjud, dunyo hamjamiyatiga ma'lum bo'lmagan joy nomlari ham talaygina. Ilmiy tadqiq jihatidan yurtimizda mavjud bo'lgan joylardan xabardor ma'lum ma'lum bir guruhlar mavjud, butun kishilik olamining aksar qismiga ma'lum bo'lgan toponimlar bor. Ular ham mazkur nomlar asosida ergonimlarni shakllantirishlari ehtimoldan xoli emas. Uncha ma'lum bo'lmagan qishloq, ovullar nomi asosida shakllantiriladigan;



-qishloq nomlari bilan bog'liq ergonimlar: *Ganchkash kichkintoylari NTT, Qozon baliqxonasi, "Bog'iturkon shirin non" MChJ, "Gajdumak fayz baraka" MChJ, "Shergiron" fermer xo'jaligi, „Jo'ymo'min oqshomi“ oshxonasi, „Bog'chag'ozı“ oshxonasi (G'ijduvon tumani), „Qo'rg'on“ to'yxonasi (Rometan tumani) va boshqalar.*

- gidronimdan (suv obyektining o'ziga xos nomi): *Okean restorani, Zarafshon mehmonxonasi, "To'dako'l sohili" bog'dorchilik xo'jaligi, "Jayhun" mebel do'koni, Sardoba restorani, Shohrud zavodi, Labi Hovuz restorani, "Bolahovuz" oshxonasi, Issiq suv sanatoriysi, Niagara Water xususiy korxonasi, "Zam-zam" suv yetkazish xizmati;*

Toponimlar bog'liq ergonimlarning shakllantirilishida ma'lum bir tendensiyalar amal qiladi, bu tendensiya ongli ravishda amalga oshiriladi.

Ma'lum bir ergonimlarning hosil qilinishining aniq chegarasini belgilab olish biroz qiyinchilik tug'dirishi mumkin. Jumladan, nekronimlar asosida hosil qilinadigan ergonimlarga diqqat qaratishimiz lozim. Chunonchi, *Bahouddin, Qizbibi, Rometaniy* kabi qator nomlarning atalishida qator tarixiy semik o'zgarishlar yuzga kelganligini kuzatish mumkin. Bahouddin ma'lum bir shaxsning nomi sifatida antroponimdir, u o'z davrida ma'lum bir diniy bilimlardan dars beruvchi muassasa tashkil etgan, u tashkilotning qanday nomlanganligi bizga ma'lum emas, ammo vaqt o'tishi bilan mazkur joy qadamjo, ziyoratgoh sifatida nekronimga aylandi. Ushbu ziyoratgoh atrofida shu nom bilan aloqadorlik asosida ta'lim muassasasi, dam olish joylari tashkil etildi va shu nom bilan atala boshlandi. Mazkur holatdan shu narsa ayon bo'ladiki, onomastik birliklar u yoki bu sabab bilan boshqa bir onomastik birlik vazifasini o'tashi mumkin.

3)sayyoralar nomi bilan hosil qilingan ergonimlar(astroergonimlar): *Zuhra go'zallik saloni, Merkuriy, Mars savdo do'konlari, Kosmos maishiy xizmat ko'rsatish muassasasi, Oltin sayyora plyus nomli mas'liyati cheklangan jamiyat,*



“Atorud” gazetasi, Sitora oilaviy korxonasi, Saturn star oilaviy korxonasi, Somon yo‘li firmasi, Orion sirius star savdo do‘koni, Orion maishiy texnika do‘koni va boshqalar;

4) pragmatonimlar asosida shakllantiriladigan ergonimlarni brendonimlar tarzida atash ham mumkin. Bunda mashhur ishlab chiqarish korxonalari, dunyo miqyosida o‘ziga xos mavqega ega bo‘lgan mahsulot, xizmat ko‘rsatish muassasalarining nomlari ma’lum bir tashkilotga nisbatan qo‘llaniladi. Bu holat quyidagi aspektlarni o‘z ichiga oladi:

a) ma’lum bir mashhur korxonaga, tashkilot boshqa bir joyda aniq yo‘naltirilgan mahsulotlarini olib kiradi, ergonimik birlik ham shu asosda belgilanadi: *Chevrolet, KIA, Cherry, Adidas, Sony, Panasonyc, BWD, Jenerale motors, Lacoste va boshqalar;*

b) aniq bir mahsulotga qaratilmagan, boshqa mahsulotlar ham sotiladi, biroq nom sifatida brend tanlanadi: *Coca cola market, Pepsi market, Nestle* kabi.

Shunday qilib, yuqorida taklif qilingan ergonimlarning tarkibiy-semantik tahlili shuni aytishga imkon beradiki, semantik derivatsiya zamonaviy nomlarni shakllantirishning samarali usuli bo‘lib, u oddiy anonimlashtirish (leksik-semantik transformatsiyalar ishtirokisiz), leksik-semantik ishtirokidagi onimizatsiyani o‘z ichiga oladi. transformatsiyalar (metaforik, metonimik va metafora-metonimik) va transonimizatsiya (oddiy va ishora). Metafora va metonimiya yordamida tuzilgan ergonimlarning muhim farqlovchi xususiyati shundaki, metafora ham, metonimiya ham pragmatik funksiyaga asoslanadi. Ya’ni, bunday ergonimlar oddiy onimizatsiyadan farqli o‘laroq, idrok etish uchun qiziqarli bo‘lib qolgan holda, obyektning faoliyati haqida ma’lumot olib boradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni//”Xalq so‘zi”gazetasi, 1999 yil, 14 sentyabr.





2. Mamatqulov X.M. Xizmat ko'rsatish sohasiga oid atamalar va iboralar izohli lug'ati. –T.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010. – 398 b.
3. To'xliyev N., Abdullaeva T. Ekologicheskiy turizm: sushnost, tendensii i strategiya razvitiya. –T.: O'zbekiston, 2006. – s. 200.
4. Tuxliyev N., Abdullaeva T. Основы безопасности в туризме. T.: Gos.nauch.izd-vo O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2008. – 367 s.
5. Tuxliyev I.S., Qudratov G'.X., Pardaev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: “Iqtisod-moliya” nashriyoti. 2010. – 238 b.
6. Tuxliyev I.S., Pardaev M.Q. Turizm bozorining shakllanishi, rivojlanishi va o'ziga xos xususiyatlari. – T.: “NOSHIRLIK YOG'DUSI”, 2010. – 74 b.