

В ЭРГОНОМИКЕ СОБЫТИЕ ТРАНСОНИМИЗАЦИИ

Рустамов Акбар

*Эффективность духовно-просветительской работы
увеличение, законодательство о государственном языке
проблемы соответствия*

Советник хокима Бухарской области по вопросам

Наименование — чрезвычайно сложное явление, отражающее лингвистические и экстралингвистические факторы и их влияние на язык. Это также процесс, который постоянно отслеживает знания человека об окружающем мире ¹.

В именовании общества социальная и духовная жизнь отражение это устный знак психологический факт как поощрение и оценщик к факторам имеет будет . Наименование языковая система возможности отражение представлять вместе, его также определяет его границы.

При изучении области для себя типичные черты промышленности и экономических объектов в названиях отражение эргономики непосредственно обозначенного города, его географические реалии, внутренняя топонимическая система, история, памятники с относящимися к быть необходимыми. Региональные особенности с учетом принятых названий каждый город для себя является уникальным материалом, который почти повторно это не будет возможно, потому что его / ее географический ландшафт абсолютно уникален. Именно они города другие все население от точек отделены "образ", который стоит организация Например: " Labi " "Pool" ресторан, "Ark" гостиница, " Sitorai " Fish Khossa " санаторий. В этом определенном объекте для него / ее географическом с точки зрения зажигания известное имя с именем через непосредственно адрес, чтобы объяснить намек делается. Или Ибн Собрание граждан микрорайона Сина , сад отдыха Махмуда Тараби , строительное предприятие «Мир Кулал» , мечеть Шамсиддина , транспортное предприятие «Эфенди Бухара», ООО « Сиёвуш транс омад » - все это в эргонимах упоминает этих известных исторических или легендарных личностей, имеющих отношение к истории.

Некоторые эргономические в названиях и географической пропорциональности несоблюдаемы , но тогда тип деятельности , отображаемый в службе к преимуществу намека будет сделан .

Например , Вобкент " Рости " в районе "ржавый " логистика предприятия название Девиз великого Амира Темура "Сила в справедливости" Персидский в

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

перевод на русский язык это, через предприятие к своим клиентам его / ее собственный в деятельности к справедливости, честности тенденция учить движение " Гульшани «сад Я являюсь «неправительственной» образовательной организацией, называющей себя через и для клиентов, ваши дети легко к нам Оставьте это им. Мы будем легендарная Эра Сада, такая как создание удобств, дать им хотят сказать, мы будем, они будут.

Эргономика это в пути в именовании трансонимизации от события используется. Трансонимизация событие известно одно ономастические единицы эргономично как используется. Различные виды заметные и имя к функции не было лексемы имя как миграция тенденция появление Это событие будет сделано увеличение для известных условий действие делает.

Разделяется трансонимизация простая и показательная для трансонимизации .

Простая трансонимизация метонимическая для переноса на основе : ответственность общества с ограниченной ответственностью "FARRUX SABINA", ресторана "Parvina" , продовольственного магазина "Gulijahan" , салона красоты "Niginabonu" . В основном, эргонимы-антропонимы владельцев, их родственников, детей или известных лиц, имена: актеров, певцов, героев фильмов, спортсменов, писателей, исторических деятелей, лиц (Вдохновение Фарманов , фермерская ферма, отель "Sheikh Glory", Садриддин ООО «Салим Стим» (издательство), магазин женской одежды «Сарвиноз» , семейное предприятие «ELIF FASHION BREND» (серия « Местоположение Кашкирлар »), ООО «Али бобо транс» (служба такси), магазин мужской одежды « Карлон », салон красоты «Эсмеральда», ночной клуб «Гулливер»)

Показательная трансонимизация является как метонимической, так и метафорической для передачи. Этот метод опирается на известное по значению классическое в литературе « талме », используемое в художественном отношении к искусству. Например, эргономика салона красоты Клеопатры , так сказать, выглядит так: Вы, королева Египта, такая же красивая, как «Вода Ниагары» или « Зам - зам « пить воду, доставляющую имя компании-дарителя и качество воды, чистота показывает, потому что из Ниагарского водопада текла вода его/ее собственной чистоты, источника Замзам и святости с известным

Трансонимизация в результате сбора урожая эргонимов стала возможной по следующей классификации :

1) антропонимы эргономичны как именование. В этом следующие факторы номинативного долга к поверхности прибытия для основы быть услугой делает:

а) основатель или предприятие владельцев имен с называется, в котором метонимическое миграционное действие совершает, такие имена один и один сколько антропонимических имен основано на ш возможная кланизация : салоны

красоты «Сабина», «Гозал», «Моника», кафе «Мафтуна», « Гульбахор», «Парвина», парикмахерская «Камол Джамол», гостиница «Насреддин Навруз», продуктовый магазин «Мирхан», общество с ограниченной ответственностью « Майрам-Мухкарам » (приведены каждые два антропонима, которые также являются написанием с точки зрения ошибки в написании, народное произношение адаптировано в форме написания, на самом деле Марьям-Мухаррам), « Санджарбек» Общество с ограниченной ответственностью "ответственность" Азизжона , частное предприятие " Хуршидбек " Отабек , общество с ограниченной ответственностью " Бекзод " Ука Нури , частное предприятие " Мурат" Шохимардонов (на самом деле Мурад) Шохимардонов), « Хуршидбек Частное предприятие Отабек , частное предприятие Бахтиёр Султан , семейное предприятие Салтанат Максуд , частное предприятие Пинафайз Файз , частное предприятие Наргиза ИК , общество с ограниченной ответственностью Комил , частное предприятие Компаньон, частное предприятие Ахмат Батыр (на самом деле Ахмад Батыр), Добро пожаловать в семейное предприятие Мафтуна, частное предприятие Акобир Хани Файз , общество с ограниченной ответственностью Мухаммад Маджид , общество с ограниченной ответственностью Дилобар Дильнозы, общество с ограниченной ответственностью Мурада Махсуда (Махсуда) Надира Файза , общество с ограниченной ответственностью Бобоева Дурбека , общество с ограниченной ответственностью Джамшида Улугбека Общество с ограниченной ответственностью "Ответственность" Шахруха , Общество с ограниченной ответственностью "Ответственность Ислама Юнуса ", Общество с ограниченной ответственностью " Мирзо " Полата (Полота) Улугбека , Предприятие "Семейство Хуснидина " Далера , " Улугбек " Надежда Файз Барака, Рухсара Рухшана Аббас удачи, " Акмаль Победа Файз ", "Шарп Бахадир Бунёдор , Каган Расулов Розикул ММТП", " Зульхумор" Хайдарова , Акрамова В Дилшо Баходировна (Баходировна), « Отабек Мехрибан (Мехрибан)», « Мирзобек » Хушнуд , ответственность Саида Алекбара – Торговое общество с ограниченной ответственностью, « Файзулло яркое семейное» предприятие, « Марзия « Абод », « Сайфулло» Общество с ограниченной ответственностью « Абдукарим », семейное предприятие « Гаффар » Кондитерская фабрика « Файз », дочернее предприятие « Каракульчи » Рынок мечей, дочернее предприятие « Саидов », общество с ограниченной ответственностью « Тахир », семейное предприятие « Са‘дулло » Мели , общество с ограниченной ответственностью « Фарогат », общество с ограниченной ответственностью « Ташпулот » Шахзода (Шахзода) Кундуз , общество с ограниченной ответственностью «Воля» Цветок Ширин , общество с ограниченной ответственностью « Нурали » Нурбек Фаиз "частное" предприятие " Бехруз-Фармон " общество с ограниченной ответственностью, "

Тимур Барака Трейд" общество с ограниченной ответственностью, "Дилер" Расулов Губернатор Руствелиевич ", " Сарварбек Амира Ответственность общества с ограниченной ответственностью «Шах» (Король), семейного предприятия « Тойбону » Зарнигор , общества с ограниченной ответственностью « Шахбоз » (Шахбоз) Шахина (Шахина) и других.

Такие эргонимические исследования, чтобы сделать в процессе имена основателей его / ее собственные, его / ее имя детей, имя предков и исторические имена лиц с образным наблюдается. Некоторые в эргонимах Дано два или три имени. Это имена имени и фамилии. историческое выражение в стиле данного, два или три имени человека как не считается необходимым. Бахтиёр Султан же в то время Бахтиёр Султанов для оказания курьерской службы Распространенное имя и фамилия в форме Существуют также эргонимы , например, Дониёрова Савира Общество с ограниченной ответственностью «Руслановна» .

б) Антропонимические эргонимы — исторические и мифологические герои, исторические деятели и исторические фигуры , которые активно используются в настоящее время. личности, известные Замечено, что выражаются имена создателей и изобретателей. В этом случае услуга или предоставляемый продукт часто включаются рядом с именем человека. Антропоним может быть объединен с топонимом для образования эргонимов:

- от имен исторических и известных личностей: «Тарабий», ТСЖ «Беруний», аптека «Ибн Сино», спортивный клуб «Амир Темур», частное предприятие «Али», предприятие «Наршахи», строительная компания «Миркулол», хутор «Самосий», гостиница «Рангрез (Шейх Джалол)», строительное предприятие «Махмуд Тарабий», хутор «Имамкозихон», салон красоты «Клеопатра», ресторан «Рамзес» , гостиница «Умар Хайём», ЧП «Мир Алишер», ООО «Физулий», ООО «Садриддин Салим Бухарий», семейное предприятие «Анвар Обиджон», фермерское хозяйство «Ильхом Фармонов»;

- от мифоантропонимов: ООО «Сийовуш транс омад», предприятие «Афросиаб курилиш транс», авторемонтная мастерская «Зевс», строительная компания «Симург», ферма «Алпомиш», адвокатское бюро «Фемида», магазин «Какнус», салон красоты «Венера» ;

- названные в честь литературных и кинематографических героев: салон красоты «Ширин», кухня «Дилором», торговый центр «Зебузар», ночной клуб «Гулливер», семейный бизнес «Али Бобо Транс», магазин мужской одежды «Карлеон», магазин игрушек «Пиноккио» ;

- от имени известных брендов, создателей косметики: парфюмерный магазин Chanel, магазин мужской одежды Roberto Cavalli ;

В эргонимах, образованных на основе антропонимов, основную роль играют метонимические и метафорические переносы. Замечено, что эргонимы,

образованные на основе антропонимов, названы в честь основателя или связанных с ним людей, исторических личностей, мифологических героев, персонажей известных произведений искусства.

2) эргонимы, образованные на основе топонимов:

а) Примерами эргонимов, образованных на основе макротопонимов, являются континенты, страны, крупные города: Asia International University, European Hotel, Uzbek Restaurant, Private Enterprise of Uzbek, Bukhara Bahor Tarovati Limited Liability Society, Bihishti Bukhara Limited Liability Society, California Form Limited Liability Society и т. д. Существуют также топонимы, не сохранившие своего исторического географического положения, которые также могут использоваться в качестве эргонимов. Например, Varakhsha Hotel, Sogdiana Restaurant, Khurasan Hotel и т. д.

б) наблюдается образование эргонимов на основе микротопонимов, примером чего являются район, село и другие мелкие территориальные единицы. Например, Общество с ограниченной ответственностью «Когон Ходжайиджахон Плюс», Общество с ограниченной ответственностью «Когон Ко'кташ», Общество с ограниченной ответственностью «Коровулбозор Корки», Общество с ограниченной ответственностью «Варахша Джилоси», Общество с ограниченной ответственностью «Пешко' Имкон», Общество с ограниченной ответственностью «Жондор - ММК», Общество с ограниченной ответственностью «Шофиркон Гавхари», Частное предприятие «Когон Сапфир» и другие .

В эргонимах, образованных на основе топонимов, можно наблюдать использование национально-местных и иноязычных названий. Существуют определенные семантические различия между эргонимами, образованными на основе национальных названий и наименованиями учреждений, организаций, предприятий на основе иноязычных названий. С национально-культурной точки зрения в Узбекистане есть места, известные во всем мире, а также есть много топонимов, неизвестных мировому сообществу. В плане научных исследований существуют определенные группы, которые знают о местах, которые существуют в нашей стране, и есть топонимы, которые известны большей части всего человеческого мира. Не исключено, что они также будут образовывать эргонимы на основе этих названий. Образованы на основе названий малоизвестных сел и аулов;

-эргонимы, связанные с названиями сел: Ганчкаш кичкинтойлари НТТ, Казанское рыбное хозяйство, ООО «Богитуркон ширин нон», ООО «Гайдумак файз барака», хозяйство «Шергирон», кухня «Жоймомин окшоми», кухня «Богчагози» (Гиждуванский район), свадебный ресторан «Коргон» (Рометанский район) и др.

- от гидронима (собственного названия водоема): ресторан «Океан», гостиница «Зарафшон», садоводческое хозяйство «Тодакул Сохили», мебельный магазин «Джейхун», ресторан «Сардоба», фабрика «Шохруд», ресторан «Ляби Ховуз», кухня «Болоховуз», санаторий «Иссык Сув», частное предприятие «Ниагара Ватер», служба доставки воды «Зам-Зам» ;

Существуют определенные тенденции в образовании эргонимов, связанных с топонимами, и эта тенденция реализуется сознательно.

Определить точные границы формирования некоторых эргонимов может быть довольно сложно. В частности, следует обратить внимание на эргонимы, образованные на основе некронимов. Например, можно заметить, что в именовании ряда имен, таких как Бахауддин, Кызбиби, Рометаний, произошел ряд исторических семиотических изменений. Бахауддин — это антропоним как имя конкретного человека, который в свое время основал учреждение, обучающее определенным религиозным знаниям, мы не знаем, как называлась эта организация, но со временем это место стало некронимом как место поклонения, место паломничества. Вокруг этого места паломничества были созданы учебные заведения и зоны отдыха, основанные на этом названии, и стали называться этим именем. Из этой ситуации становится ясно, что ономастические единицы могут по тем или иным причинам служить другой ономастической единицей.

3) эргонимы (астроэргонимы), образованные от названий планет: салон красоты «Зухра», магазины «Меркурий», «Марс», учреждение бытового обслуживания «Космос», общество с ограниченной ответственностью «Олтин Сайт Плюс», газета «Аторуд», семейное предприятие «Ситора», семейное предприятие «Сатурн Стар», фирма «Сомон ю'ли», магазин «Орион Сириус Стар», магазин бытовой техники «Орион» и др. ;

4) Эргонимы, образованные на основе прагматонимов, также могут называться брендонидами. В этом случае названия известных производственных предприятий, товаров и учреждений сферы услуг, имеющих уникальное положение в мире, используются по отношению к конкретной организации. Данная ситуация включает в себя следующие аспекты:

а) некое известное предприятие, организация импортирует продукцию, явно ориентированную на другую сторону, и эргономическая единица также определяется на этой основе: Chevrolet, KIA, Cherry, Adidas, Sony, Panasonic, BWD, General Motors, Lacoste и другие ;

б) Не ориентирован на конкретный продукт, продаются и другие продукты, но в качестве названия выбран бренд: Coca-Cola Market, Pepsi Market, Nestle и т. д.

Таким образом, предложенный выше структурно-семантический анализ

эргонимов позволяет говорить о том, что семантическая деривация является эффективным способом образования современных наименований, который включает в себя простую анонимизацию (без участия лексико-семантических преобразований), онимизацию с участием лексико-семантических преобразований (метафорическую, метонимическую и метафоро-метонимическую) и трансонимизацию (простую и аллюзивную). Важной отличительной чертой эргонимов, образованных с помощью метафоры и метонимии, является то, что и метафора, и метонимия основаны на прагматической функции. То есть такие эргонимы, в отличие от простой онимизации, несут информацию о деятельности объекта, оставаясь при этом интересными для восприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУР

1. Закон «О туризме» Республики Узбекистан // Народная газета « Сузи », 14 сентября 1999 г.
2. Маматкулов Х.М. Служебный словарь терминов и словосочетаний по отраслевому толковому словарю. –Т.: «ЭКОНОМИКА-ФИНАНСЫ», 2010. – 398 с.
3. Тохлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм : в у щ н о с т ь , тенденции и стратегия развития. – Т.: Узбекистан, 2006. – 200 с.
4. Тухлиев Н. , Абдуллаева Т. Основы безопасности и туризма. Т.: Гос.науч.изд-во Национальная энциклопедия Узбекистана, 2008. – 367 с.
5. Тухлиев И.С., Кудратов Г. Х. , Пардаев М. К. Планирование туризма. Учебник. – Т.: Издательство «Экономика-Финансы». 2010. – 238 с.
6. Тухлиев И.С., Пардаев М.К. Формирование, развитие и характерные особенности рынка туризма . – Т.: «ИЗДАТЕЛЬСКАЯ КНИГА», 2010. – 74 с.