



ERGONIM ATAMASINING ONOMASTIKA SOHASIDA TUTGAN O'RNI

Usmonova Umida Abdikarimovna

Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti, O'zbek tili va adabiyoti
kafedrasi o'qituvchisi

<https://www.doi.org/10.5281/zenodo.8391583>

ARTICLE INFO

Received: 22th September 2023

Accepted: 28th September 2023

Online: 29th September 2023

KEY WORDS

Ergonim, ergonomiya, onomastika, atoqli ot, nominatsiya, tijorat nomi.

ABSTRACT

Ergonimiya masalalari va ergonimlarni o'rganish muammosi onomastik makon tadqiqotchilari uchun har doim o'ziga xos qiziqish uyg'otgan. Maqolada ergonim atamasining kelib chiqishi, semantik xususiyati, atoqli otning bir turi sifatida onomastika sohasida tutgan o'rni haqidagi masalalar o'rganilgan.

KIRISH

Ma'lumki, zamonaviy shahar lingvistik makonining salmoqli qismini turli muassasa va korxonalar nomlari tashkil etadi. Ular tilshunoslikning atoqli otni o'rganish bilan shug'ullanadigan onomastikaning tadqiqot obyekti bo'lgan bo'limidir. Onomastikaning zamonaviy sohasi - ergonomiya - ergonimlarning rivojlanish tarixini o'rganadigan fan - "odamlar birlashmasi, shu jumladan kasaba uyushmasi, tashkilot, muassasa, korporatsiya, korxonalar, jamiyatning atoqli otini bildiruvchi onomastik birliklar sinfi" [1,166], shuningdek, ularni shakllantirish tamoyillari va usullari.

Ergonimiya masalalari va ergonimlarni o'rganish muammosi onomastik makon tadqiqotchilari uchun har doim o'ziga xos qiziqish uyg'otgan. 1978-yilda N.V. Podolskayaning "Rus onomastik terminologiyasi lug'ati" ning birinchi nashri chop etildi [2, 1978]. Unda ergonim atamasi birinchi marta lingvistik jihatdan talqin etilgan edi. Keyinchalik, XX asrning 90-yillariga kelib, ergonimlar ilmiy tadqiqotning mustaqil yo'nalish sifatida o'rganila boshlandi [Superanskaya 1985; Prokurovskaya 1996; Zemsikova 1996; Astafieva 1996 yil; Golomidova 1998; Romanova 1998 va boshqalar].

TADQIQOTNING METODOLOGIK ASOSLARI VA USULLARI

Tadqiqot metodologiyasi tilshunoslikda kuzatilgan tarixiy tendentsiyaga, ya'ni ma'lum bir tarixiy jarayondagi barcha hodisalar tarixiy sharoitlar va hodisalardan ajratilmagan holda talqin qilishga asoslanadi.

Tadqiqotning ilmiy-nazariy bazasini zamonaviy tilshunoslikning onomosologiya sohasida qo'llaniladigan ilmiy fikrlarni tahlil qilish usullari tashkil etadi. Shuningdek, onomasologiya tadqiqida jamoa va xususiylik, mohiyat va hodisa, shakl va mazmun bilan uyg'unlashgan dialektik qonuniyatlarga asoslanadi. Tadqiqot usuli sifatida qiyoslash, qayta tiklash, tuzilish va shakllanishiga ko'ra tahlil qilish, til faktlarini solishtirishdan foydalanilgan.



NATIJALAR VA MUHOKAMA

XXI asr ergonomiyasi onomastikaning doimiy o'zgarib turadigan va rivojlanayotgan sohasi hisoblanadi. So'nggi o'n yilliklarda O'zbekistonda sodir bo'lgan ijtimoiy va iqtisodiy o'zgarishlar ko'plab tijorat korxonalarining paydo bo'lishiga olib keldi, ularning har biri o'ziga xos nomni talab qiladi. Bu onomastikaning yangi bir mustaqil turini shakllanishi va rivojlanishiga olib keldi. Bu o'z navbatida, o'ziga xos semantika va strukturaga ega bo'lgan ko'plab ergonomlarni yaratilishiga olib keldi. Bu hodisa onomastika sohasidagi tadqiqotchilarning qiziqishini oshirishga sabab bo'ldi.

"Shaharning lingvistik makoni - bu dunyoning yagona lingvistik manzarasi bilan birlashtirilgan til tizimining mavjud shakli bo'lib, u turli til shaxslarining nutqiy aktlari (matnlari) yig'indisidan iborat bo'ladi"[4, 41].

Ergonomiya - ergonomlarning rivojlanish tarixini, shuningdek ularni shakllantirish tamoyillari va usullarini o'rganadigan fan sifatida zamonaviy onomastikaning doimiy o'zgarib borayotgan va rivojlanayotgan sohasi hisoblanadi. Ergonomlar iqtisodiy va siyosiy omillar ta'sirida shakllanadi, dunyoning lingvistik manzarasining rivojlanishida ma'lum bir o'rinni egallaydi va uning "tarixiy parchasi"ni aks ettiradi[5, 8].

So'nggi yillarda tijorat faoliyati sohasida tub o'zgarishlar sodir bo'ldi, kichik va o'rta biznes, ayniqsa, oziq-ovqat xizmatlari ko'rsatish korxonalarini mamlakatdagi o'zgaruvchan iqtisodiy vaziyatga, moliya bozorida raqobatbardoshligining zaiflashishi yoki kuchayishiga o'ta sezgir hisoblanadi. Shu sababli, ba'zi oziq-ovqat korxonalarini o'rnida yangilari paydo bo'lmoqda, ularning egalari mijozlarni jalb qilish uchun yorqin, esda qolarli nom yordamida o'zlarining taktikalarini tanlaydilar. "Zamonaviy jamiyatda mavjud bo'lgan turli xil cheklovlardan ozodlik va shaxsiy tamoyilning mustahkamlanishi nomlash subyekti lingvistik ijodini rag'batlantiradi" [6,158].

T.V. Shmelevaning so'zlariga ko'ra, ergonomiya sohasi 1990-yillarning boshidan beri "onimik portlash" holatini boshdan kechirmoqda: atoqli otlarni talab qiladigan obyektlar sonining ko'payishi onomastikon (birinchi navbatda shahar)ni o'sishiga va onimlarni yaratishning lingvistik vositalari doirasining kengayishiga olib keladi[7,114].

Shuni ta'kidlash kerakki, onomastikada onimning har bir kichik turiga o'ziga xos terminologik nom beriladi, masalan: urbanonim - har qanday shahar topografik obyekti(ko'chalar, maydonlar, turli xil muassasalar, do'konlar, restoranlar va boshqa ko'plab korxonalar) ning nomi [8, 154], agoronim (urbanonimning bir turi) - shahar maydonlari va bozorlari nomi[1,27]; godonim - ko'chalar, yo'llar, xiyobonlar, bulvarlar, qirg'oq ko'chalari nomi [1,50]; horonim - har qanday hudud, viloyat, tuman nomi[1, 160] va hokazo. Shu bilan birga, tilshunoslikda, masalan, restoran, kafe va boshqa umumiy ovqatlanish korxonalarining nomi uchun maxsus atama mavjud emas. Biroq, bu nomlar ergonomlar - tijorat korxonalarini va xo'jalik birlashmalarining nomlari sifatida tasniflanishiga shubha yo'q[8, 316-344].

Ergonomlarning boshqa turdagi onimlardan farqi nominatsiyaning har bir turining o'ziga xosligi, nomning nomlangan obyekt va u paydo bo'lgan madaniy va tarixiy zamin bilan chambarchas bog'liqligidadir[9, 219-223].

Ergonom atamasiga nisbatan turli ilmiy ishlarda turlicha yondashuvlarni ko'rish mumkin. Tor ma'noda tijorat kompaniyasining o'ziga xos nomi, kengroq ma'noda ma'lum biznes manfaatlariga muvofiq tashkil etilgan odamlar guruhiga tegishli har qanday



muassasaning tegishli nomi sifatida belgilanadi[10, 67–78]. Shunga o'xshash terminologik beqarorlik ergonimlarning boshqa nazariy masalalarida ham uchraydi. Xususan, ergonimlarni boshqa onimlar (urbanonimlar, toponimlar, emporonimlar, oykodomonimlar, pragmatonimlar, firmonimlar, ergourbonimlar va boshqalar) dan ajratib turuvchi aniq mezonlar belgilanmagan, boshqa ergonimlar bilan giponimik-giperonimik munosabatlari aniqlanmagan[11, 306–311].

N.V Podolskaya lug'atida keltirilgan ta'rifga ko'ra, *ergonim* - "odamlar birlashmasi, shu jumladan, birlashma, tashkilot, muassasa, korporatsiya, korxonalar, jamiyat, muassasa, tugarakning atoqli oti"[Podolskaya 1988: 166]. Boshqa narsalar qatorida, ushbu lug'atga *ergonimiya* (ergonimlar majmuasi) atamasi kiritilgan bo'lib, u nom uchun asos bo'lgan onomastikada onimlarning xilma-xilligini, ya'ni tijorat tashkilotlari, do'konlar, restoranlar, kafelar, kasaba uyushmalari va boshqalar nomlarini o'rganish bilan shug'ullanadigan yo'nalish sifatida ta'riflangan[1,151].

A.V. Superanskaya ta'kidlaganidek, ergonimlar "ma'lum bir hudud asosida shakllangan, lekin jihozlar, odamlar va ishlab chiqarish munosabatlarini o'z ichiga olgan murakkab obyektlarni anglatadi"[12, 27].

Onomastik terminlar taksonomiyasini o'rganish turli yondashuvlarni ochib beradi. Ba'zi olimlar ergonimlarni atoqli otlarning boshqa asosiy guruhlarini, masalan, toponimlar, antroponimlar, fitonimlar va boshqalarga nisbatan teng giponimlar deb hisoblaydilar. Boshqalar esa ergonimlarga urbanonimlar (shahar obyektlarining nomlari)ning kichik turi sifatida qaraydilar, o'z navbatida, urbanonimlar toponimlarning bir turi sifatida ko'rib chiqiladi. Yana boshqalar ergonimlarni toponimlar va tijorat nomlari o'rtasidagi kichik sinf deb hisoblaydilar[10, 67–78].

R.V. Razumovning fikricha, urbanonimning ergonimdan asosiy farqi uning topografikligi bo'lib, u onimning lokalizatsiya vazifasini bajarish qobiliyatini bildiradigan "yer yuzidagi aniq bir nuqtaga tegishli bo'ladi"[Razumov 2015: 16]. "Ergonimlarni topografik obyektlar sifatida tan olib bo'lmaydi, chunki ular urbanonimlardan farqli o'laroq, shaharning onomastik makonining o'zagiga emas, balki chekka qismiga tegishli bo'ladi, ular ma'lum bir joyga bog'lanmaydi, oson o'zgaradi va tez yo'q bo'lib ketadi, bir obyektidan ikkinchisiga o'tishi mumkin"[13,16].

I.V. Kryukova ergonimlarni reklama nomiga bog'laydi va har qanday ergonimlar reklama xarakteriga ega deb hisoblaydi [14, 39]. Umuman olganda, ergonimlar onomastik tizimda eng tez o'suvchi leksik qatlamni tashkil etadi, chunki nomlarning paydo bo'lishi va ularning shahar xaritasidan chiqib ketishi ijtimoiy-siyosiy va sotsial-madaniy o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq [15, 168–170].

Umumiy ovqatlanish korxonalarini uchun mos nomni izlash restoronim atamasining kiritilishiga olib keldi, "bu faoliyat sohasining zamonaviy tushunchasini, xususan, restoran biznesi va xalqaro restoran so'zini umumiy ovqatlanish korxonalarini har xil turlar uchun umumiy nom sifatida ishlatish amaliyotini aks ettiradi"[16, 31]. Shuningdek, atoqli otlarni belgilash uchun ko'pincha "do'konlar va umumiy ovqatlanish korxonalarini nomi" deb ta'riflangan firmonim terminidan foydalaniladi [17, 126]. R.I. Kozlov o'z ishida bir tomondan tadbirkorlik korxonasi (nomi uchun ergonim termini qo'llanadigan)ni va boshqa tomondan, shahar makoni obyektlarini (urbanonim yoki urbanonim atamasi bilan ko'rsatilgan) ifodalovchi



nominatsiya obyektining ikki tomonlamaligini ko'rsatish uchun *ergourbanonim* atamasini kiritadi[18,4]. Tadqiqotchining fikricha, mahalliyashtirilgan korxonalarining o'ziga xos xususiyati "ular nafaqat ergoobyektlar, balki shahar makonining bir qismi bo'lgan topografik obyektlar ham hisoblanadi"[18,4].

Ko'rinadiki, onomastik makon tadqiqotchilari orasidagi turlicha yondashuvlar nafaqat ergonim tushunchasiga ta'rif berishda, balki yaqin ma'noli atamalarni kiritishda ham namoyon bo'ladi. N.V. Podolskayaning fikricha, "yangi tushunchalar har qanday ijodiy jarayonda, ilmiy bilimning istalgan sohasida paydo bo'ladi. Mavzuni chuqur o'rganish, ichki aloqalar va o'zaro bog'liqliklarni o'rnatish bilan, tushunchalarning yanada aniqroq bo'linishi sodir bo'ladi, bu esa ushbu alohida, aniqroq tushunchalarning terminlashuvi bilan birga amalga oshadi" [2, 8].

Odamlarning biznes birlashmalari nomlari uchun yangi atamalar yaratishdan tashqari ko'pincha onomastik leksikaning boshqa toifalari uchun ishlatiladigan atamalar qo'llaniladi: mikrotoponim (A.V.Pravdikova), oykodomonim (V.V.Starodubtseva), urbanonim (A.M.Mezenko, S. L. Kazakova). Ergonimlarni mikrotoponimlarga qo'shishning mumkin emasligi har qanday onomatologga ayon, chunki ikkinchisi, odamlarning biznes birlashmalarining nomlaridan farqli o'laroq, "aniq motivatsiyaga ega, <...> ko'pincha rasmiy makroonimlarga muqobil sifatida ishlatiladi, ular osongina o'zgarishi mumkin (hatto ularning qat'iy o'zgaruvchanligi haqida gapirish mumkin)"[19,20].

Urbanonim atamasini bu turdagi onimlarga ham qo'shib bo'lmaydi, chunki u "har qanday shaharlararo topografik obyektning atoqli otidir" [1,139].

Oykodomonim atamasini qo'llash bilan bog'liq vaziyat biroz murakkabroq. U birinchi marta N.V. Podolskiy lug'atining 2-nashriga kiritilgan: "Oykodomonim - binoning atoqli oti". Odatda bu shahardagi binoning nomi bo'lib, u nafaqat me'morchilik yodgorligi, balki muassasa sifatida ham tanilgan, bu holda u o'ziga xos ergonimdir; ammo shahar atrofi binolari ham o'z nomlariga ega bo'lishi mumkin, bu ayniqsa qo'rg'on (usadba) lardagi saroylar va uylarga tegishli"[1,88-89]. Shunga o'xshash izohli lug'atdagi «ergonimlar» yozuviga eslatmalarda berilgan: «ko'plab yirik tashkilotlar doimiy joylashgan binolar tashkilotning o'zi bilan bir xil atoqli otga ega. Atoqli otning bu maxsus guruhini oykodomonimlar» deb atash taklif qilingan [1,151]. Bizning fikrimizcha, oykodomonim atamasi ergonim atamasining sinonimi vazifasini bajara olmaydi, chunki ergonimda yer yuzasining ma'lum bir joyiga bog'langan topografik (manzil) obyektlarni belgilash xususiyati mavjud emas.

XULOSA

Shunday qilib, ergonim, ergonimiya terminlarining qo'llanish xususiyatlari va uning atoqli otlarning bir turi sifatida onomastik makonda tutgan o'rnini aniqlash natijasi quyidagi xulosalarga kelish imkonini beradi:

1. Ergonimlar voqelikning alohida obyektlarini qat'iy ravishda aniq nomlash uchun xizmat qiladi va bir obyektning boshqa bir hil obyektlardan ajratib turadi.
2. Ergonim odatda nom asosida yotgan tushuncha bilan bevosita aloqaga ega emas. Ergonim ma'lum darajada, faqat nomlangan obyekt uchun "belgi" bo'lib, asosiy denotat bilan turli xil assotsiatsiyalarni keltirib chiqaradi.
3. Ergonimlar tarkibi, atoqli otlarga tarkibida bo'lgani kabi har qanday gap bo'laklari, hattoki onim sifatida otning grammatik xususiyatlarini «qabul qilgan» qo'shimchalar, kishilik



olmoshlari (kompyuter uskunlari saloni Siz uchun), sifat soʻz turkumidan iborat boʻlishi mumkin.

References:

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 192 с.
2. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А. В. Суперанская – М. : Наука, 1978. – 200 с.
3. Superanskaya 1985; Prokurovskaya 1996; Zemskova 1996; Astafieva 1996 yil; Golomidova 1998; Romanova 1998.
4. Позднякова Е. Ю. Языковое пространство города: Лингвокультурологическое описание народно-разговорной речи горожан. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2014. – 284 с.
5. Кургузова Е. В. Имена собственные немецкой культуры в историческом фрагменте нормативно-научной картины мира : автореф. дис. ... канд. фил. наук. – Смоленск, 2009. – 20 с.
6. Крюкова И. В. Речевой портрет субъекта искусственной ономастической номинации. // Человек в коммуникации : мотивы, стратегии и тактики : коллективная монография – Волгоград : Перемена, 2010. – С. 155–166.
7. Шмелёва Т. В. Письменность городской среды. // Фонетика – Орфоэпия – Письмо в теории и практике : Межвуз. сб. научн. трудов – Вып. 1. – Красноярск : Красноярский гос. ун-т., 1997. – С. 114–123.
8. Иванова А. В. Эргонимикон г. Читы. // Русский язык в полиэтническом Забайкалье: динамический аспект : колл. монография – Казань : ООО «Бук», 2019. – С. 316–344.
9. Алистанова Ф. Ф. Функции эргонимов в ономастическом пространстве города. // Современный ученый – 2019 – № 2. – С. 219–223.
10. Пшенкина Т. Г. The problem of translating business company names from Russian into English. // Филология и человек – 2016 – №4. – С. 67–78.
11. Безрукова Н. Н. Актуальные вопросы эргонимии: переводческий аспект (на примере перевода наименований предприятий алтайского края). // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация : сб. науч. тр. – М. : Тезаурус, 2015. – С. 306–311.
12. Суперанская А. В. Что такое топонимика? // Литературоведение и языкознание – М. : Наука, 1985. – 176 с.
13. Разумов Р. В. Об упорядочении ономастической терминологии в области урбанонимии. // Верхневолжский филологический вестник – 2015 – № 2. – С. 14–19.
14. Крюкова И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности : автореф. дис...д. фил. наук. – Волгоград, 2004. – 44 с.
15. Картавая Ю. К. Эргонимика: к проблеме исследования // Реализация компетентностного подхода в системе профессионального образования. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции – Симферополь : Ариал, 2018. – С. 168–170.



16. Хоанг Тхи Хонг Чанг. Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. фил. наук. – Томск, 2018. – 23 с.
17. Никитина Т. Г. Современный молодежный лексикон в лингвокультурологическом и лексикографическом аспектах. – Псков : Псковский гос. ун-т, 2012. – 328 с.
18. Козлов Р. И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2000. – 128 с.
19. Рут, М. Э. К вопросу о макро- и микро- в ономастике // Ономастика в кругу гуманитарных наук: мат-лы междунар. науч. конф. Екатеринбург, 20-23 сентября 2005 г. — Екатеринбург, 2005. — С. 19–21.