# ERGONIMLARNING NOMINATIV XUSUSIYATLARI.

## (O‘zbek va ingliz tillari misolida)

Muallif: **Matkarimova Farog‘at Rustam qizi**
Tashkilot: Urganch innovatsion universiteti

**Annotatsiya**

Mazkur maqolada ergonimlarning nominativ xususiyatlari, onomastik tizimdagi o‘rni, shakllanish usullari va kommunikativ vazifalari o‘rganiladi. Ergonimlarning korxona, tashkilot, savdo maskani, ta’lim muassasasi va xizmat ko‘rsatish obyektlarini nomlashdagi ahamiyati tahlil qilinadi. O‘zbek va ingliz tillaridagi ergonimlar leksik-semantik, strukturaviy, pragmatik hamda lingvomadaniy jihatdan qiyoslanadi. Shuningdek, nom tanlashda milliy qadriyatlar, til me’yorlari, auditoriya xususiyatlari va zamonaviy kommunikatsiya omillarining o‘rni yoritiladi. Tadqiqotda onomastika va tijorat nomlariga oid ilmiy manbalardan foydalanilib, ergonimlarning nomlash, farqlash, axborot yetkazish va muayyan assotsiatsiyalarni shakllantirish imkoniyatlari ochib beriladi.

**Kalit so‘zlar:** ergonim, ergonimika, onomastika, nominatsiya, atoqli ot, nomlash, semantika, pragmatika, lingvomadaniyat, kommunikativ vazifa, o‘zbek tili, ingliz tili.

**Аннотация**

В статье рассматриваются номинативные особенности эргонимов, их место в ономастической системе, способы образования и коммуникативные функции. На материале узбекского и английского языков анализируются структурные, семантические, прагматические и лингвокультурные характеристики названий предприятий, организаций, торговых объектов и образовательных учреждений. Особое внимание уделяется роли национальных ценностей, языковых норм и коммуникативных факторов в процессе номинации.

**Ключевые слова:** эргоним, ономастика, номинация, имя собственное, семантика, прагматика, лингвокультура, коммуникативная функция.

**Abstract**

This article examines the nominative features of ergonyms, their place in the onomastic system, their formation patterns, and their communicative functions. Using examples from Uzbek and English, it analyses the structural, semantic, pragmatic, and linguocultural characteristics of names assigned to businesses, organizations, commercial establishments, and educational institutions. Particular attention is given to the role of cultural values, linguistic norms, and communicative factors in naming practices.

**Keywords:** ergonym, onomastics, nomination, proper name, semantics, pragmatics, linguoculture, communicative function.

**KIRISH**

Til jamiyatning ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy taraqqiyotini aks ettiruvchi muhim vositadir. Jamiyat rivojlanishi natijasida yangi korxonalar, tashkilotlar, savdo markazlari, ta’lim muassasalari va xizmat ko‘rsatish obyektlari paydo bo‘ladi. Ushbu obyektlarni bir-biridan farqlash, ularning faoliyatini tanitish hamda jamoatchilikka yetkazish maqsadida turli nomlardan foydalaniladi. Tilshunoslikda bunday nomlar ergonimlar deb ataladi.

Ergonimlar atoqli otlar tizimining muhim tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib, onomastika doirasida o‘rganiladi. M. Saparniyozova ergonimlarning onomastik tizimdagi o‘rni, ularning terminologik xususiyatlari va o‘zbek tilshunosligida o‘rganilishiga alohida e’tibor qaratadi [1; 2]. F. Qultayeva ham ergonimlarning leksik-semantik, lingvistik va pragmatik xususiyatlarini o‘rganish muhimligini ta’kidlaydi [3].

Hozirgi davrda ergonimlarning ahamiyati faqat obyektga nom berish bilan cheklanmaydi. Ular reklama, marketing, ijtimoiy muloqot va milliy madaniyat bilan ham chambarchas bog‘liq. Masalan, “Ziyo”, “Baraka”, “Ishonch”, “Orzu” kabi nomlar ijobiy

tushunchalarni ifodalashi mumkin. Ingliz tilidagi *Bright Future*, *Green Garden*, *Happy Kids* kabi nomlar ham o‘z mazmuni orqali auditoriyada ma’lum tasavvurlarni shakllantiradi.

P. Sjöblom tijorat nomlarini o‘rganishda ularning strukturaviy tuzilishi, semantik mazmuni, vazifalari va iqtisodiy-ijtimoiy muhit bilan munosabatini hisobga olish zarurligini ko‘rsatadi [4]. Bu yondashuv ergonimlarni faqat til birliklari sifatida emas, balki ijtimoiy kommunikatsiyaning bir qismi sifatida tahlil qilishga imkon beradi.

Maqolaning maqsadi ergonimlarning nominativ xususiyatlarini aniqlash, ularning semantik va strukturaviy jihatlarini tavsiflash hamda o‘zbek va ingliz tillaridagi misollar asosida nomlash jarayonining lingvistik va lingvomadaniy xususiyatlarini yoritishdan iborat.

Tadqiqotning asosiy vazifalari ergonim tushunchasini izohlash, nominativ vazifalarni tasniflash, nom yaratish usullarini aniqlash, o‘zbek va ingliz tillaridagi namunalarni qiyoslash hamda ergonimlarning kommunikativ ahamiyatini ko‘rsatishdan iborat

## 1. ERGONIM TUSHUNCHASI VA UNING ONOMASTIK TIZIMDAGI O‘RNI

Onomastika atoqli otlarning kelib chiqishi, tuzilishi, ma’nosi va qo‘llanish qonuniyatlarini o‘rganuvchi tilshunoslik sohasi hisoblanadi. U shaxs nomlari, geografik nomlar, tashkilot nomlari va boshqa nomlash birliklarini qamrab oladi. Ergonimlar esa korxona, tashkilot, muassasa, savdo maskani va boshqa faoliyat obyektlarining nomlari sifatida izohlanadi.

“Ergonim” atamasi yunoncha *ergon* — “ish, faoliyat” va *onoma* — “nom” so‘zlari bilan bog‘lanadi. Ergonimika ushbu nomlarning shakllanishi, semantik xususiyatlari, tasnifi va qo‘llanishini o‘rganuvchi yo‘nalish sifatida qaraladi. N. V. Podolskayaning onomastik terminologiyaga oid lug‘ati atoqli otlarni tasniflash va tegishli terminlarni aniqlashtirish uchun nazariy manba bo‘lib xizmat qiladi [5].

Ergonimlarni boshqa nom turlaridan farqlashda nomlanayotgan obyektning xususiyati muhim hisoblanadi. Masalan, “Urganch” geografik obyekt nomi sifatida toponim bo‘lsa, “Urganch ta’lim markazi” muayyan tashkilot nomi sifatida ergonim vazifasini bajarishi mumkin. Shuningdek, shaxs ismi antroponim hisoblanadi, biroq u korxona yoki tashkilot nomining tarkibida qo‘llanganda ergonimning shakllanishida ishtirok etadi.

M. Saparniyozovaning tadqiqotlarida ergonimlarning onomastik tizimdagi o‘rni va ularni alohida nomlar guruhi sifatida tasniflash masalalari yoritilgan [1; 2]. O‘zbek tilidagi nom yaratishning lingvistik-me’yoriy asoslariga bag‘ishlangan tadqiqotda esa nomlash jarayonining til me’yorlari bilan bog‘liq jihatlari o‘rganilgan [6].

Demak, ergonimlar muayyan obyektni nomlash bilan birga, uni boshqa obyektlardan farqlash, tanitish va jamiyatdagi kommunikativ munosabatlarda belgilash vazifalarini ham bajaradi.

## 2.ERGONIMLARNING ASOSIY NOMINATIV XUSUSIYATLARI

Nominatsiya tilshunoslikda predmet, shaxs, hodisa yoki faoliyat obyektiga nom berish jarayonini anglatadi. Nominativ vazifa esa til birligining muayyan obyektni nomlash va uni boshqalardan farqlash xususiyatidir. Ergonimlar ana shu vazifaning o‘ziga xos ko‘rinishi hisoblanadi.

Ergonimlarning nominativ xususiyatlarini bir necha yo‘nalishda tahlil qilish mumkin.

### 2.1 Identifikatsiya xususiyati

Identifikatsiya ergonimning eng muhim vazifalaridan biri bo‘lib, muayyan obyektni boshqa obyektlardan ajratishga xizmat qiladi. Masalan, “Ziyo”, “Ilm maskani” yoki *Bright Future* nomlari ta’lim muassasalarini bir-biridan farqlash uchun ishlatilishi mumkin.

Bir xil faoliyat bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlar ko‘p bo‘lgan sharoitda ularning nomlari alohida tanilishini ta’minlaydi. Shu jihatdan ergonim tashkilotning individual nom belgisi hisoblanadi. Biroq nomning samarali identifikatsiya vazifasini bajarishi uning boshqa mavjud nomlardan farqlanishiga ham bog‘liq.

### 2.2. Informativlik xususiyati

Ergonimlarning ayrimlari obyektning faoliyat yo‘nalishi haqida bevosita ma’lumot beradi. Masalan, “Bolalar ta’lim markazi”, “Shahar kutubxonasi” va *Language Center* kabi nomlar faoliyat turi haqida dastlabki tasavvur hosil qiladi.

Biroq barcha ergonimlar ham obyektning faoliyatini ochiq ifodalamaydi. “Orzu”, “Umid” yoki *Sunrise* kabi nomlar tashkilotning aniq yo‘nalishini bildirmasligi mumkin. Bunday holatda nomning mazmuni qo‘shimcha izoh, reklama matni va ijtimoiy tajriba orqali aniqlanadi.

Demak, ergonimlarning informativligi nom tarkibidagi so‘zlar, ularning ma’nosi va qo‘llanish vaziyatiga bog‘liq.

### 2.3. Semantik xususiyat

Ergonimlarning semantik xususiyati ularning lug‘aviy ma’nosi va qo‘shimcha assotsiativ mazmunida namoyon bo‘ladi. “Baraka” so‘zi farovonlik, to‘kinlik va mo‘l-ko‘llik tushunchalari bilan bog‘lanadi. “Ziyo” so‘zi esa yorug‘lik, ma’rifat va bilim tushunchalarini ifodalashi mumkin.

Ingliz tilidagi *Green Garden* nomi tabiat va yashillik, *Happy Kids* nomi esa quvonch va bolalar bilan bog‘liq assotsiatsiyalarni yuzaga keltiradi.

Bunday nomlarda lug‘aviy ma’no bilan bir qatorda konnotativ ma’no ham muhim ahamiyatga ega. Konnotatsiya so‘zning asosiy ma’nosiga qo‘shimcha ravishda yuzaga keladigan hissiy, baholovchi yoki madaniy mazmunni anglatadi. Ergonimlarda ijobiy

konnotatsiyadan foydalanish auditoriyada iliq taassurot uyg‘otishga yordam berishi mumkin.

### 2.4 Pragmatik xususiyat

Pragmatik xususiyat nomning muayyan kommunikativ vaziyatda qanday maqsadga xizmat qilishi va auditoriyaga qanday ta’sir ko‘rsatishi bilan belgilanadi. Korxona yoki tashkilot nomi mijozlar e’tiborini jalb qilish, faoliyat yo‘nalishini ifodalash yoki muayyan qadriyatlarni namoyon etish maqsadida tanlanishi mumkin.

Masalan, “Ishonch” nomi ishonchlilik tushunchasini, *Best Choice* esa “eng yaxshi tanlov” mazmunini ifodalaydi. Bunday nomlar ijobiy tasavvur hosil qilishga yo‘naltirilishi mumkin. Biroq nomning o‘zi tashkilotning haqiqiy sifati yoki xizmat darajasini isbotlamaydi; u, avvalo, kommunikativ maqsadni amalga oshiruvchi til birligi hisoblanadi

### Lingvomadaniy xususiyat

Ergonimlar xalqning tili, madaniy qadriyatlari, tarixiy xotirasi va dunyoqarashi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. O‘zbek tilidagi “Navro‘z”, “Mehr”, “Baraka”, “Samarqand” kabi birliklar turli madaniy va tarixiy assotsiatsiyalarni yuzaga keltiradi. Ingliz tilidagi *Liberty*, *Royal* yoki *Green Valley* kabi nomlar ham muayyan madaniy tasavvurlarni ifodalashi mumkin.

M. Saparniyozova va M. Sabirovaning nom yaratishning milliy-madaniy xususiyatlariga bag‘ishlangan tadqiqotida nomlash jarayonining madaniy omillar bilan aloqasi yoritiladi [7]. G. Xolmatova ham o‘zbek tili ergonimlarining xalq madaniyati, tarixiy xotirasi va zamonaviy tafakkur bilan bog‘liq jihatlarini tahlil qiladi [8].

Shu sababli ergonimlarni o‘rganishda ularning lug‘aviy ma’nosini aniqlash bilan cheklanmasdan, nomning qaysi madaniy muhitda shakllangani va qanday assotsiatsiyalarni yuzaga keltirishini ham hisobga olish zarur.

## 3.ERGONIMLARNING STRUKTURAVIY VA SEMANTIK TURLARI

Ergonimlar shakllanish usuli va tarkibiy tuzilishiga ko‘ra turlicha namoyon bo‘ladi. Ularni strukturaviy va semantik jihatdan tasniflash nom yaratish mexanizmlarini chuqurroq anglashga yordam beradi.

### 3.1. Sodda ergonimlar

Sodda ergonimlar odatda bitta so‘zdan tashkil topadi. “Umid”, “Ziyo”, “Baraka”, “Mehr”, *Hope*, *Trust* va *Harmony* kabi nomlar shunday birliklarga misol bo‘la oladi.

Bunday nomlarning asosiy afzalligi ularning qisqaligi va esda qolish imkoniyatidir. Shu bilan birga, sodda nomning o‘zi obyektning faoliyat yo‘nalishini har doim ham ko‘rsatmaydi. Shu sababli uning mazmuni ko‘pincha qo‘shimcha kontekst orqali aniqlanadi.

### 3.2. Birikmali ergonimlar

Birikmali ergonimlar ikki yoki undan ortiq so‘zdan tashkil topadi. O‘zbek tilida “Ilm maskani”, “Bolalar dunyosi”, “Yangi hayot”, ingliz tilida esa *Bright Future*, *Green Garden*, *Happy Kids* kabi nomlar bunga misol bo‘la oladi.

Bunday nomlar faoliyat yo‘nalishi, qadriyat yoki muayyan obraz haqida kengroq ma’lumot berishi mumkin. Birikmali ergonimlar tarkibidagi so‘zlarning o‘zaro munosabati nomning umumiy ma’nosini shakllantiradi.

### 3.3. Shaxs nomlari asosida shakllangan ergonimlar

Ayrim korxona va tashkilotlar shaxs nomlari asosida nomlanadi. Bunda asoschining ismi, familiyasi yoki tarixiy shaxs nomidan foydalanish mumkin. Mazkur usul tashkilotning kelib chiqishi, an’anasi yoki muayyan shaxs bilan bog‘liqligini ifodalashga xizmat qiladi.

Shaxs nomining ergonim tarkibida qo‘llanishi uning dastlabki antroponimik xususiyatini saqlab qolishi mumkin, biroq nomlash vazifasida u tashkilotning individual nomi tarkibiy qismiga aylanadi.

### 3.4. Geografik nomlar asosida shakllangan ergonimlar

Geografik nomlar ham ergonim yaratishda foydalaniladigan vositalardan biridir. “Samarqand”, “Buxoro”, “Xorazm” kabi birliklar savdo maskanlari, mehmonxonalar, ta’lim markazlari yoki boshqa tashkilotlar nomida uchrashi mumkin.

Bunday nomlar muayyan hudud bilan aloqadorlikni, mahalliy mansublikni yoki tarixiy-madaniy merosni ifodalashi mumkin. Ingliz tilidagi tijorat nomlarida ham shahar, hudud va geografik obyektlar nomlaridan foydalaniladi.

### 3.5. Chet tilidagi va aralash shakldagi ergonimlar

Zamonaviy nomlash jarayonida ingliz tilidagi so‘zlar va aralash til birliklaridan foydalanish holatlari mavjud. Masalan, *Smart School*, *Family Market*, *Beauty House* kabi nomlar o‘zbek tilidagi kommunikativ muhitda ham uchrashi mumkin.

P. Sjöblom tijorat nomlarida ingliz tilining xalqaro biznes tili sifatidagi ta’sirini ham ko‘rib chiqadi [4]. Bunday nomlar zamonaviylik yoki xalqaro yo‘nalganlik taassurotini uyg‘otishi mumkin. Shu bilan birga, ularning ma’nosi mahalliy auditoriya uchun tushunarli bo‘lishi, talaffuzi qulay va yozilishi aniq bo‘lishi lozim.

## 4.. O‘ZBEK VA INGLIZ TILLARIDAGI ERGONIMLARNING QIYOSIY XUSUSIYATLARI

O‘zbek va ingliz tillaridagi ergonimlarni qiyosiy o‘rganish nomlash jarayonidagi umumiy hamda farqli jihatlarni aniqlash imkonini beradi. Har ikki tilda ham nomlar sodda so‘zlar, so‘z birikmalari, shaxs nomlari, geografik nomlar va ijobiy ma’noli birliklar asosida shakllanishi mumkin.

O‘zbek tilidagi “Ziyo”, “Baraka”, “Mehr”, “Ishonch” kabi nomlar milliy tilning leksik boyligi va ijobiy mazmun imkoniyatlarini namoyon etadi. Ingliz tilidagi *Hope*, *Trust*, *Bright Future* va *Green Garden* kabi nomlar ham o‘xshash kommunikativ maqsadlarga xizmat qilishi mumkin.

Tillar o‘rtasidagi farqlar so‘z tartibi, grammatik qurilish, talaffuz va madaniy assotsiatsiyalarda namoyon bo‘ladi. Masalan, o‘zbek tilidagi “Ilm maskani” birikmasida aniqlovchi va asosiy komponent o‘rtasidagi munosabat o‘zbek tilining grammatik xususiyatlariga mos keladi. Ingliz tilidagi *Bright Future* birikmasida esa sifatlovchi komponent otdan oldin keladi.

Bundan tashqari, nomning qaysi tilda yaratilgani uning auditoriya tomonidan qanday qabul qilinishiga ta’sir ko‘rsatishi mumkin. O‘zbek tilidagi nomlar mahalliy auditoriyada milliy qadriyatlar bilan bog‘liq tasavvurlarni uyg‘otsa, ingliz tilidagi nomlar ayrim vaziyatlarda xalqaro yo‘nalish yoki zamonaviylik bilan bog‘liq assotsiatsiyalarni yuzaga keltirishi mumkin. Biroq bunday taassurotlar barcha auditoriyalarda bir xil bo‘lmaydi.

Qiyosiy tahlilning muhim jihati shundaki, nomning lug‘aviy tarjimasi uning barcha madaniy va pragmatik xususiyatlarini to‘liq aks ettirmasligi mumkin. Masalan, “Baraka” va *Abundance* ma’no jihatidan yaqin bo‘lsa-da, ularning madaniy assotsiatsiyalari va nom sifatida qabul qilinishi bir xil bo‘lishi shart emas.

Shu sababli o‘zbek va ingliz tillaridagi ergonimlarni qiyoslashda quyidagi mezonlardan foydalanish maqsadga muvofiq:

1. Nomning leksik tarkibi va lug‘aviy ma’nosi.
2. So‘z yasalishi va grammatik tuzilishi.
3. Nomning obyekt faoliyatiga mosligi.
4. Milliy-madaniy assotsiatsiyalar.
5. Auditoriyaga ta’siri va kommunikativ vazifasi.
6. Imlo, talaffuz va esda qolish xususiyatlari.

Ushbu mezonlar yordamida ergonimlarning umumiy va o‘ziga xos jihatlarini tizimli ravishda aniqlash mumkin.

## 5. ERGONIMLARNING KOMMUNIKATIV VA IJTIMOIY VAZIFALARI

Ergonimlarning nominativ vazifasi ularning boshqa kommunikativ vazifalari bilan uzviy bog‘liq. Nom bir vaqtning o‘zida obyektni atashi, uni tanitishi, faoliyati haqida ma’lumot berishi va auditoriyada muayyan tasavvurlarni shakllantirishi mumkin.

Birinchidan, ergonim tanitish vazifasini bajaradi. Tashkilot nomi uning reklama materiallari, hujjatlari, internet sahifalari va boshqa kommunikativ vositalarida qo‘llanadi.

Ikkinchidan, ergonim axborot berish vazifasini bajarishi mumkin. Agar nom tarkibida “maktab”, “markaz”, “kutubxona” yoki *Language Center* kabi birliklar mavjud bo‘lsa, auditoriya obyektning faoliyat yo‘nalishi haqida dastlabki ma’lumot oladi.

Uchinchidan, ergonim baholovchi va assotsiativ vazifani bajarishi mumkin. “Mehr”, “Ishonch”, *Happy Kids* kabi nomlar ijobiy hissiy mazmun bilan bog‘lanishi ehtimoli mavjud. Bunday mazmun nomning auditoriya tomonidan qabul qilinishiga ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

To‘rtinchidan, ergonimlar ijtimoiy-madaniy axborotni saqlash va uzatishda ishtirok etadi. Tarixiy shaxslar, geografik obyektlar yoki milliy qadriyatlar bilan bog‘liq nomlar muayyan madaniy xotirani namoyon etishi mumkin.

P. Sjöblomning tijorat nomlariga oid tadqiqoti nomlarning semantik va funksional xususiyatlarini iqtisodiy hamda ijtimoiy muhit bilan bog‘liq holda tahlil qilish muhimligini ko‘rsatadi [4]. Shu nuqtayi nazardan, ergonimning kommunikativ samaradorligi faqat uning til jihatidan to‘g‘ri tuzilganiga bog‘liq emas. Auditoriyaning yoshi, til bilish darajasi, madaniy tajribasi va tashkilot haqidagi oldingi tasavvurlari ham nomning qabul qilinishiga ta’sir ko‘rsatadi.

## 6. ERGONIMLARNI O‘RGANISHNING AMALIY AHAMIYATI VA TADQIQOT ISTIQBOLLARI

Ergonimlarning nominativ xususiyatlarini o‘rganish nazariy tilshunoslik bilan bir qatorda amaliy sohalar uchun ham ahamiyatlidir. Avvalo, bunday tadqiqotlar korxona va tashkilotlar nomlarini yaratishda til me’yorlariga rioya qilish, tushunarli va mazmunli nomlarni tanlash hamda ularning kommunikativ imkoniyatlarini aniqlashga yordam beradi.

Ikkinchidan, ergonimlarni o‘rganish shahar va hududlarning til manzarasini tadqiq etish uchun muhimdir. Ko‘cha peshtoqlari, savdo markazlari, ta’lim muassasalari va xizmat ko‘rsatish obyektlari nomlari orqali muayyan hududda qaysi tillar, qadriyatlar va nomlash usullari faol qo‘llanayotganini kuzatish mumkin.

Uchinchidan, ergonimlarni qiyosiy o‘rganish o‘zbek va ingliz tillaridagi nom yaratish usullarini aniqlash imkonini beradi. Bunda nomlarning lug‘aviy ma’nosi, grammatik tuzilishi, tarjima qilinish xususiyatlari, madaniy assotsiatsiyalari va auditoriyaga ta’siri o‘zaro solishtiriladi.

To‘rtinchidan, ergonimlar bo‘yicha tadqiqotlar tashkilot va muassasalar nomlarining lingvistik me’yorlarga muvofiqligini baholashga yordam beradi. Bunda imlo, talaffuz, grammatik tuzilish, mazmunning aniqligi va nomning muayyan obyektga mosligi kabi mezonlarga e’tibor qaratiladi.

Kelgusidagi tadqiqotlarda muayyan hududdagi ergonimlar to‘plamini shakllantirish, ularni mavzuviy guruhlarga ajratish va miqdoriy tahlil qilish maqsadga muvofiq. Masalan, Urganch shahridagi ta’lim muassasalari, savdo markazlari va xizmat ko‘rsatish obyektlari nomlarini alohida guruhlarga ajratib, ularning qaysi til birliklari asosida yaratilganini o‘rganish mumkin. Bunday yondashuv ilmiy xulosalarni aniq til materiallari bilan asoslash imkonini beradi.

## XULOSA

Ergonimlar onomastikaning muhim birliklari bo‘lib, korxona, tashkilot, savdo maskani, ta’lim muassasasi va xizmat ko‘rsatish obyektlarini nomlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ularning asosiy nominativ vazifasi muayyan obyektni atash va uni boshqa obyektlardan farqlashdan iborat. Shu bilan birga, ergonimlar informativ, semantik, pragmatik va lingvomadaniy xususiyatlarga ham ega.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, ergonimlarning shakllanishida sodda so‘zlar, birikmalar, shaxs nomlari, geografik nomlar va chet tilidagi birliklar ishtirok etadi. Nomning mazmuni uning lug‘aviy ma’nosi bilangina cheklanmay, balki qo‘shimcha assotsiatsiyalar va ijtimoiy-madaniy kontekst orqali ham boyib boradi.

O‘zbek va ingliz tillaridagi ergonimlar umumiy nominativ vazifaga ega bo‘lsa-da, ularning strukturaviy tuzilishi, leksik tarkibi va madaniy mazmunida farqlar kuzatilishi mumkin. Bu farqlarni aniqlash uchun real til materiallari asosida qiyosiy tahlil olib borish zarur.

Ergonimlarning nominativ xususiyatlarini o‘rganish tilshunoslik, onomastika, lingvomadaniyatshunoslik va kommunikatsiya tadqiqotlari uchun muhim ilmiy ahamiyatga ega. Ushbu yo‘nalishdagi izlanishlar nom yaratish qonuniyatlarini chuqurroq anglash, til me’yorlariga mos nomlardan foydalanish va milliy-madaniy xususiyatlarni ilmiy asosda tavsiflash imkonini beradi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Saparniyazova, M. The Role and Study of Ergonims in the Onomastic System // *Oriental Journal of Philology*. — 2023. — Vol. 3, No. 3. — P. 37–45. DOI: https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-03-03-05.

2. Saparniyazova, M. Ergonomics as a Branch of Onomastics // *Current Research Journal of Philological Sciences*. — 2023. — Vol. 4, No. 5. — P. 60–67. DOI: https://doi.org/10.37547/philological-crjps-04-05-13.

3. Qultayeva, F. Ergonimlarning o‘zbek tilshunosligida o‘rganilishi // *Global dunyoda ilm-fan va ta’limning innovatsion rivojlanish tendensiyalari*. — 2022. — B. 109–113. DOI: https://doi.org/10.47689/STARS.university-pp109-113.

4. Sjöblom, P. Commercial Names // *The Oxford Handbook of Names and Naming* / Ed. C. Hough. — Oxford: Oxford University Press, 2016. — P. 453–464. DOI: https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199656431.013.56.

5. Подольская, Н. В. *Словарь русской ономастической терминологии*. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Наука, 1988. — 187 с.

6. Lutfullayeva, D., Saparniyazova, M., Davlatova, R. *O‘zbek tilida nom yaratishning lingvistik-me’yoriy asoslari*. — Toshkent: Malik Print CO, 2022.

7. Saparniyazova, M., Sabirova, M. National and Cultural Features of Creating a Name (Naming) in the Language // *Journal of Law and Sustainable Development*. — 2023. — Vol. 11, No. 12. — Article e2378. DOI: https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.2378.

8. Xolmatova, G. O‘zbek tili ergonimlarining lingvomadaniy xususiyatlari // *Markaziy Osiyo ta’lim va innovatsiyalar jurnali*. — 2025. — Vol. 4, No. 6. — B. 75–77. https://www.in-academy.uz/index.php/CAJEI/article/view/24429.

9. Siddikov, J. N. O‘zbek tilida yaratilgan ergonimlarning lingvistik tadqiqi // *European Journal of Interdisciplinary Research and Development*. — 2025. — Vol. 45. — B. 72–78. https://ejird.journalspark.org/index.php/ejird/article/view/1691.

10. Salohiddinova, M. Ergonimlarning rivojlanishi, shakllanishi va zamonaviy onomastikadagi o‘rni // *Zamonaviy dunyoda ilm-fan va texnologiya*. — 2025. — Vol. 4, No. 16. — B. 44–46. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15671784.

11. Hough, C. (ed.). *The Oxford Handbook of Names and Naming*. — Oxford: Oxford University Press, 2016. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199656431.001.0001.

12. Superanskaya, A. V. *Общая теория имени собственного*. — Москва: Наука, 1973.

13. Maxammadaliyeva, D. Ergonimlarning lingvistik tadqiqi // *Yosh olimlar*. — 2026. — Vol. 4, No. 32. — B. 158–159. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19881369.

14. O‘zbekiston Respublikasi. *Davlat tili haqida*gi Qonun. — 1989-yil 21-oktabr; yangi tahriri 1995-yil 21-dekabr.

15. O‘zbekiston Respublikasi. *Firma nomlari to‘g‘risida*gi Qonun. — 2006-yil 18-sentabr, O‘RQ-51-son.

16. Salohiddinova, M. Ergonimlarning lingvistik tabiati va tasnifi (turlari, shakllanish tamoyillari, o‘zbek tilidagi xususiyatlari) // *Ijtimoiy-gumanitar sohada ilmiy-innovatsion tadqiqotlar*. — 2026. https://publishscience.uz/sirsh/article/view/1564.

17. Salohiddinova, M. Ergonimlarning o‘zbek tilida shakllanishi va zamonaviy onomastikadagi o‘rni. — 2025. DOI: https://doi.org/10.71337/inlibrary.uz.zdift.108546.