

O'ZBEK TILIDA YARATILGAN ERGONOMIHLARNING LINGVISTIK TADQIQI

Siddikov Jaxongir Nosurilloevich
Andijon davlat chet tillari instituti

Annotatsiya

Ushbu maqolada o'zbek tilidagi ergonimlarning lingvistik xususiyatlari, ularning yasash manbalari va ichki imkoniyatlar asosida shakllanish tamoyillari tahlil qilingan. Andijon viloyati misolida ishlab chiqarish, savdo, ta'lim, tibbiyot, umumiy ovqatlanish, madaniyat, sport va boshqa sohalarga oid ergonimlar lingvistik jihatdan guruhlanib o'rganilgan. Tadqiqotda ergonimlarning tarkibiy tuzilishi, semantik va morfologik ko'rinishlari, ularning nomlashdagi milliy-madaniy omillari aniqlangan. Ichki imkoniyat asosida yasalgan ergonimlarning tilda tutgan o'rni, xalq tafakkuri, dunyoqarashi va milliy qadriyatlarni ifodalashdagi ahamiyatini ochib bergan.

Kalit so'zlar: ergonim, lingvistik tahlil, ichki imkoniyat, onomastika, nomshunoslik, ergonimika, antroponim, toponim, leksik birlik.

Introduction

Tabiat va jamiyatning betakror go'zalligi, ranginligi, jozibadorligi ulardagi adadsiz narsa va hodisalarning muntazam ravishda birining o'rnini ikkinchisi egallab turishiga asoslanadi. Bu jarayondan til ham mustasno emas. Til muayyan xalq tafakkuri, ruhiy dunyosi, siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy-ma'rifiy hayoti, diniy qarashlari, kundalik turmushi va shu kabilarning yorqin ifodasi sifatida bir joyda to'xtab turmas ko'p qirrali, murakkab jarayondir. Biz – insonlar ko'pincha dunyo tillarining tashqi belgilariga qarab baho berishga odatlanib qolganmiz va ularning ichki tomonida ro'y berayotgan jarayonlardan aksariyat hollarda bexabar qolamiz. Aslida, tilning butun mohiyati uning ichki tomonida ro'y berayotgan hodisalarga, tilni tashkil qiluvchi unsurlar o'rtasidagi chegara bilmas aloqalarga bog'liq bo'ladi. Mutaxassislar hamma vaqt ham buning tagiga yeta olmaydi. Til birliklarining qiziq tomoni shundaki, u til egalari tomonidan oson ajratiladi, lekin lingvistlar tomonidan qiyin aniqlanadi [1]. Buni Andijon viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan ergonimlar misolida ham ko'rish mumkin. Masalan, umumiy ovqatlanish bilan bog'liq korxona nomlarini bildiruvchi ergonimlarni xalq vakillari oddiygina qilib oshxona, restoran yoki choyxona deb atab qo'ya qoladi. Tilshunoslar esa ularning qaysi tamoyil asosida nomlangani, qaysi tildan olingani, qanday tarkibiy qismlardan tashkil topgani, funksional-uslubiy, lingvomadaniy, pragmatik va hokazo xususiyatlarini hisobga olib ish ko'radilar. Misol uchun Andijon viloyatidagi «Al-Hilol», «Asaka bo'yin go'shti», «Ahmadillo», «Archazor shashlik», «Asilbek shashliklari», «Besh yulduz», «Bir zumda», «Burgut», «Buyuk Ipak yo'li», «Burger», «Vostok», «Vladivostok», «Delfin», «Do'Ima», «Zaytun», «Lazeez», «M-Rizo» milliy taomlari, «Rustamjon shashlik», «Ugolok» kabi oshxona nomlarini yuqoridagi tamoyillar asosida tahlil qiladilar. Bu jarayonda, albatta, birinchi galda ichki imkoniyat asosida yasalgan til birliklariga asosiy e'tibor qaratiladi.

Mutaxassislarning fikricha, ichki imkoniyat asosida yangi til birliklarining hosil qilinishi quyidagi uch usul orqali amalga oshiriladi: a) ichki resurslar asosida yangi leksik birliklarni hosil qilish; b) eskirgan, tarixiy manbalarda qayd etilgan leksik birliklarga qaytadan «hayot» bag'ishlash; d) shevaga xos so'zlarni adabiy tilga olib kirish [2].

To'plangan materiallar ichidan ichki imkoniyat asosida yasalgan ergonimlarni ajratib olish hamisha ham oson kechmaydi. Fikrimizni isbotlash uchun ishlab chiqarish korxonalari, zavod va fabrikalar nomlarini ifodalovchi leksik birliklarni olib ko'raylik. Mamlakatimizda keyingi yillarda barpo etilgan zamonaviy inshootlar, obyektlarning asosiy qismini shular tashkil qiladi. Davlat statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra, 2016-yilda mamlakatimizda 19507 ta, 2021-yilda 61612 ta yangi korxona faoliyati yo'lga qo'yilgan. 2023-yilning yanvar-iyul oylarida respublikamizda birgina savdo sohasida 20437 ta yangi korxona tashkil etilgan. Ulardan 1100 tasi Andijon viloyatiga to'g'ri keladi. Sanoat sohasida yangi ochilgan 8944 ta korxonadan 539 tasi Andijonda barpo qilingan. Viloyatdagi 8342 ta ishlab chiqarish va sanoat korxonalaridan 2451 tasi 2020-yilda tashkil etildi. Eng yirik 100 ta korxonaning 75 tasi qo'shma korxonalar sanaladi. Bu shuncha nom degani. Tadqiqot ishida ulardan 1957 tasi tahlil uchun saralab olindi. Jami tanlamalarning 616 tasi ichki imkoniyat asosida yasalgani aniqlandi.

I. Ishlab chiqarish bilan bog'liq 166 ta ergonimlarning 52 tasi (31%) ichki imkoniyat bilan yasalgani va quyidagi kichik guruhlardan iborat ekanligi aniqlandi:

1. Bir asosdan iborat bo'lgan sodda, tub ergonimlar 4 ta (7,7 %).
2. Bir asosdan iborat bo'lgan sodda, yasama ergonimlar 3 ta (5,8 %).
3. Qo'shma asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 3 ta (5,8 %).
4. Ikki asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 14 ta (27 %).
5. Uch asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 17 ta (32,7 %).
6. To'rt asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 2 ta (3,8 %).
7. Juft asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 6 ta « (11,6 %).
8. Son ishtirok etgan ergonimlar 1 ta (1,9 %).
9. Abbreviaturali ergonimlar 2 ta (3,8 %) [3].

Ichki imkoniyat asosida yasalgan ergonimlarning yasaliş omillarida quyidagi holatlarni kuzatish mumkin: a) antroponimlar ishtirokida yasalgan ergonimlar: «Nurbek», «Odil-Hamza», «Tavakkak-Sulton», «Dilorom hamkor», «Shohjahon Umidi», «Omadullo Abdulloh ravnaqi» va h.k.; b) toponimlar ishtirokida yasalgan ergonimlar: «Kulla jovohiri», «Nayman mel», «Marhamat Afrosiyobi», «Asaka porloq kelajagi», «Andijon-Xanoy ipagi», «Yagona Andijon poyabzali» va h.k.; d) sifat asosli yoki sifatlovchi-sifatlanmish qolipidagi ergonimlar: «Fusunkor», «Ijodkor», «Musaffo-Sof», «Ziyokor qalb», «Jaydari tulpor», «Harir tola» va h.k.; e) ot asosli ergonimlar: «Rivoj», «Butlovchi», «Sarmoya» va h.k.; f) harakat nomi asos bo'lgan ergonimlar: «Harakatlanish» va h.k.

II. Ergonimlarning katta qismini avtomobil sanoati bilan bog'liq ergonimlar tashkil etadi. Buning o'ziga xos sabablari bor, albatta. Mamlakatimizda ilk bor tashkil etilgan avtomobil zavodi Andijon viloyatining Asaka shahrida joylashgan. Zavod tarkibida 100 dan ortiq korxona mavjud va ularning aksariyati viloyat hududida faoliyat ko'rsatadi. Dissertatsiyaga avtomobil bilan bog'liq 134 ta ergonim tahlilga tortildi. Ularning 29 tasi ichki imkoniyat asosida yasalgan. Shundan: a) bir asosli ergonimlar 16 ta (55,2 %); b) ikki asosli ergonimlar 5 ta (17,3 %); d) uch

asosli ergonim 2 ta (6,9 %); e) juft asosli ergonim 1 ta (3,5 %); f) son ishtirokida yasalgan ergonimlar 4 ta (13,8 %); g) abbreviaturali ergonim 1 ta (3,5 %).

III. Andijon viloyati to'qimachilik va yengil sanoat sohasida mamlakatimizning yetakchi hududlaridan biri sanaladi. Davlat statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra viloyatda 808 ta korxona faoliyat ko'rsatadi. Dissertatsiyaga ularni ifodalovchi 142 ta eng muhim ergonimlar tahlilga tortildi.

Ular ichida ichki imkoniyat bilan yasalgan ergonimlar miqdori 23 ta (16,1%)ini tashkil etadi. a) bir asosli ergonimlar 6 ta (26,1 %); b) ikki asosli ergonimlar 5 ta (21,7 %); d) uch asosli ergonimlar 8 ta (34,7 %); e) aralash usul bilan yasalgan ergonim 3 ta (13,1 %); f) abbreviaturali ergonim 1 ta (4,4 %).

IV. Oziq-ovqat korxonalari nomlarini ifodalovchi 69 ta ergonimlarning 42 tasi ichki imkoniyat asosida yasalgan: a) bir asosli ergonimlar 7 ta (16,6 %); b) ikki asosli ergonimlar 17 ta (40,5 %); d) uch asosli ergonimlar 12 ta (28,5 %); e) to'rt asosli ergonimlar 2 ta (4,8 %); f) juft asosli ergonimlar 2 ta (4,8 %); g) abbreviaturali ergonim 2 ta (4,8 %).

V. Dissertatsiyada savdo korxonalari nomlari bilan bog'liq 299 ta ergonim tadqiqqa tortildi. Ularning 70 tasi (23,5 %) ichki imkoniyat, 77 tasi (25,5 %) tashqi imkoniyat asosida hosil qilingan. 152 ta ergonim (51, %) aralash usulda yasalgan. Ichki imkoniyat asosida yaratilgan ergonimlar quyidagi ko'rinishlarda uchraydi: a) bir asosdan iborat bo'lgan sodda, tub ergonimlar 27 ta (38,5 %); b) bir asosli sodda, yasama ergonimlar 7 ta (10 %); d) ikki asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 22 ta (31,4 %); e) uch asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 5 ta (7,2 %); f) to'rt asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 1 ta (1,5 %); g) juft asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 3 ta (4,2 %); h) son ishtirok etgan ergonimlar 4 ta (5,7 %) ; j) arabcha -al artikli ishtirokida yasalgan ergonim 1 ta: (1,5 %).

VI. Ergonimlar ichida kiyim do'konlari nomlarini ifodalovchi ergonimlar alohida qatlamni tashkil qiladi. Dissertatsiyada ulardan 58 tasi tahlilga tortildi. Ergonimlarning 10 tasi ichki imkoniyat asosida hosil qilingan. Bu umumiy miqdorning 17,3 % idan iborat. Leksik-semantik guruhlar: a) bir asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 3 ta (30 %); b) qo'shma so'zdan iborat bo'lgan ergonimlar 2 ta (20 %); d) ikki asosdan iborat bo'lgan ergonimlar 2 ta (20 %); e) uch asosdan iborat bo'lgan ergonim 1 ta (10 %); f) son ishtirok etgan ergonim 1 ta (10 %); g) arabcha -al artikli ishtirokida yasalgan ergonim 1 ta (10 %).

VII. Andijon viloyati ergonimlarining eng katta guruhini umumiy ovqatlanish shoxobchalari bilan bog'liq onimlar tashkil qiladi. Tadqiqot ishiga ulardan 446 tasi tanlab olindi. Jami ergonimlarning 254 tasi (57 %) ichki imkoniyat asosida hosil qilingan. Ularning qoliplari quyidagicha: a) bir asosli sodda, tub ergonimlar 115 ta (45,3 %); b) bir asosli sodda, yasama ergonimlar 15 ta (6 %); d) bir asosli (tarixan yasama) ergonimlar 3 ta (1,19 %); e) arabcha -al artikli yordamida yasalgan ergonimlar 3 ta (1,19 %); f) morfologik ko'rsatgichli ergonimlar 14 ta (5,5 %); g) juft asosli ergonimlar 7 ta (2,7 %); h) son ishtirok etgan ergonimlar 6 ta (2,3 %); i) qo'shma so'zdan yasalgan ergonimlar 32 ta (12,6 %); j) ikki asosli ergonimlar 36 ta (14,18 %); k) uch asosli ergonimlar 15 ta (5,9 %); l) to'rt asosli ergonim 1 ta: «Habibullo ota milliy taomlari» (0,4 %); m) izofali ergonimlar 4 ta (1,6 %); n) abbreviaturali ergonimlar 2 ta (0,8 %); o) gap shaklidagi ergonimlar 1 ta (0,4 %) [4].

Mazkur makro ko‘lamni 8 ta mikroguruhga bo‘lib o‘rganish maqsadga muvofiq. Oshxona bilan bog‘liq ergonimlar 67 ta; restoran bilan bog‘liq ergonimlar 75 ta; kafe bilan bog‘liq ergonimlar 109 ta; choyxona bilan bog‘liq ergonimlar 72 ta; to‘yxona bilan bog‘liq ergonimlar 25 ta; baliqxona bilan bog‘liq ergonimlar 22 ta; tamaddixon bilan bog‘liq ergonimlar 25 ta; burger bilan bog‘liq ergonimlar 25 ta; yevropa taomlari bilan bog‘liq ergonimlar 18 ta; barlar bilan bog‘liq ergonimlar 10 ta; yetkazib berish bilan bog‘liq ergonimlar 3 ta; muzqaymoq bilan bog‘liq ergonimlar 17 ta; jami 468 ta, shundan 261 tasi ichki imkoniyat asosida yasalgan ergonimlardir. Foiz hisobida oladigan bo‘lsak – 55,7 %.

Milliy qadriyatlar, urf-odatlar, iqlim, joy bilan bog‘liq ergonimlar oshxona, choyxona, to‘yxona nomlarida ko‘p uchraydi. Choyxona nomlarini ifodalovchi 72 ta ergonimdan 68 tasi (93 %), to‘yxona nomlarini ifodalovchi 25 ta ergonimlardan 24 tasi (96 %) o‘z qatlamga oid so‘zlardir. Ergonimlarning etimologik tarkibi rang-barang. Masalan, oshxona bilan bog‘liq 67 ta ergonimning 3 tasi inglizcha (4,5 %), 2 tasi ruscha (3 %), 2 tasi arabcha (3 %), 1 tasi turkcha (1,5 %), 1 ta o‘zbekcha leksik birlik inglizcha transliteratsiyada «Tandoor» shaklida berilgan (1,5 %), 59 tasi o‘zbekcha (88.1 %). Demak, boshqa guruhlarga qaraganda oshxona bilan bog‘liq ergonimlarda ichki imkoniyat asosida nom yasalishi ustuvorlik kasb etadi. Mazkur guruhning yadrosida turgan oshxona leksemasiga «O‘zbek tilining izohli lug‘ati»da shunday ta’rif berilgan:

OSHXONA 1. Ovqat tayyorlash uchun moslangan maxsus xona yoki bino. 2. Umumiy ovqatlanish muassasasi.

Oshxona bilan bog‘liq ergonimlarni nomlashda o‘zbek tili ichki imkoniyatlarining barcha usullarini – ergoantropoimlar: «Akbarshoh», «Ahmadillo», «Asilbek shashliklari», «M-Rizo milliy taomlari», «Rayxon», «Rustamjon shashlik», «Shukronabegim», «Humoyun»; ergotopoimlar: «Gumbaz», «Soy», «Shahidtepa», «Qumbozor»; ergofitoimlar: «Archazor shashlik», «Tolzor», «Chinor», «Zaytun»; ergozoonimlar: «Burgut», «Delfin», «O‘rdak», «Tulpor»; ergokosmonimlar: «Al-Hilol», «Beshyulduz»; ergoistorizmlar: «Buyuk Ipak Yo‘li», «Karvon», «Ko‘hinur», «Marokand», «Toj mahal»; ergopoetizmlar: «Bir zumda», «Koshona», «Tanho» va hokazolarni uchratish mumkin.

Guruhning markaziy birliklaridan sanalgan restoran leksemasi «O‘zbek tilining izohli lug‘ati»da shunday izohlangan:

RESTORAN [fransuzcha restaurant – yedirib-ichirib, tetik qiluvchi, quvvat beruvchi] 1 Mijozlarga yuqori darajada xizmat ko‘rsatadigan, musiqa eshitib, raqs tushish, qimmatli yegulik va ichimliklarga buyurtma berish mumkin bo‘lgan umumiy ovqatlanish korxonasi. 2 Ana shunday korxona joylashgan bino [5].

Rus va yevropa tillarida restoran nomlarini bildiruvchi ergonimlar restoronim atamasi ostida keng tadqiq etilgan. «Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты» mavzusida nomzodlik ishini bajargan Xoang Txi Xong Chang Moskva shahridagi 7000 dan ortiq ovqatlanish muassasalari nomlarini to‘plagan va ular ichidan restoran nomlarini ajratib olib tadqiqqa tortgan. Uning fikricha, restoronim – umumiy ovqatlanish korxonalariga tegishli nom, ergonimlarning turlaridan biridir. Nomenklaturasining xilma-xilligi, xorijiy nomlardan keng foydalanish, nomlarning grafik modifikatsiyalashuvi ularga xos bo‘lgan eng muhim xususiyatlar sanaladi. Dissertant

restoronimlarning 10 ta turini va ularning yasallishidagi plyuralizatsiya, arxaik soʻzlardan foydalanish, transliteratsiya, gibridatsiya, kodografikatsiya, punktualizatsiya, soʻzning grafik koʻrinishini oʻzgartirish, grammatik reduplikatsiya, segmentatsiya, xorijiy unsurlar va internet imkoniyatlaridan foydalanish, indeksiya, qisqartish kabi 13 ta tamoyilni koʻrsatgan: toporestonim («Aleksandriya», «Braziliya», «Xalong», «Vendome»); antrorestoronim («Marko Polo», «Rasputin», «Fu Syan» «Bowie»); ideorestonim («Mimino», «Deti Rayka», «Camera Obscura»); kriptorestonim («Gulliver», «GROOT», «Tin Woodman»); pragmatorestonim («Kon-Tiki», «VEUVE CLICQUOT»); teorestonim («Dionis», «Shakti»); kosmorestonim («Aldebaran», «Saturn»); georestonim («Tatyanin den», «Noel», «Navruz») va h.k. ajratib koʻrsatgan.

Bundan Andijon viloyatidagi restoran nomlari ham mustasno emas. Ular ichida ichki imkoniyat asosida hosil qilingan toporestonimlar: «Boʻston», «Gumbaz», «Chinobod», «Osiyo», «Andijon», «Xokan»; antrorestoronimlar: «Javohir», «Sultan», «Sultan Ahmed»; kriptorestonimlar: «Buyuk ipak yoʻli», «Buyuk Turon», «Koʻhinur», «Ruboiy», «Toj mahal»; fitorestonimlar: «Archazor», «Uzumzor», «Chinor», «Oʻrikzor»; etnorestonimlar: «Barlos»; kosmorestonimlar: «Samo», «Shabboda»; poetorestonimlar: «Mazza», «Oltin vodiy» va h.k.lar uchraydi.

Tadqiqot ishiga jalb etilgan muzqaymoq bilan bogʻliq 17 ta ergonimlarning 10 tasi inglizcha (58,8 %), 1 tasi arabcha (5,8 %), 1 tasi ruscha (5,8 %), leksik birlik sanaladi, 5 tasi: «Andijon muzqaymogʻi», «Anjan muzqaymogʻi», «Zilol», «Chopar», «Oʻzimiz bilamiz» (29,6 %) ichki imkoniyat asosida hosil qilingan.

Oshxona nomi bilan bogʻliq ergonimlarda zamonaviylik, tezkorlik kuzatiladi. Ularni semik jihatdan tahlil qilish ergonimlarning lisoniy belgilarini oydinlashtirish uchun xizmat qiladi. Masalan, «Asl 80 Bek» ergonimi asl+sakson+bek komponentlaridan tashkil topgan boʻlib, 1- va 3-komponentlarda mahsulotga va oshxona egasiga ishora mavjud boʻlsa, 2-komponent – 80 (sakson)da faqat Andijon ahliga tushunarli boʻlgan maʼno bor. Bobur shohkoʻchasidan Katta halqa yoʻliga 80 metrlik trassa chiqarilgan boʻlib, mazkur oshxona shu yoʻl yoqasiga joylashgan boʻlib, unda «80 metlik yoʻl yoqasida joylashgan» degan sema mavjud. Masalan, oʻzbek brend taomi sanalgan osh (palov)ning «Andijon devzira oshi», «Kovatokli palov» (tok oshi) «Ilvasin palov», «Qazili palov», «Sofaki palov» (soʻfi osh), «Suzma palov», «Ivitma palov», «Toʻgʻrama palov», «Behili palov», «Mayizli palov», kabi 200 ga yaqin turi bor va ularning har biri oʻziga xos ergonim sanaladi. Mazkur nomlar uchun asos vazifasini oʻtayotgan palov komponenti fors tilida: پلو [polov]; hind tilida: पुलाव [palāu]; sanskrit tilida: पुलाक [pulāka] «dimlangan guruch», qozoq tilida: palau; qirgʻiz tilida: paloo, ash; qrim-tatar tilida: pilāv; tojik tilida: oshi palov; tatar tilida: pılaw, pilau; usmonli turk tilida: 'pilav'; turkman tilida: palow; uygʻur tilida: polu deb ataladi.

VIII. Mustaqillik taʼlim-tarbiya sohasidagi qarashlarni, taʼlim subyekti va obyektini, ularga yondashuvni, taʼlim tamoyillari va oʻqitish metodikasini tamomila yangicha oʻzanga burib yubordi. Taʼlimga ilgʻor xorijiy oʻqitish usullari kirib keldi. Bugun «Milliy tiklanishdan milliy yuksalish sari» shiori ostida oʻz taraqqiyotining Uchinchi Renessansiga qadam qoʻygan Yangi Oʻzbekiston uchun taʼlim-tarbiya sohasi ustuvor yoʻnalishga aylandi. «Yangi Oʻzbekiston maktab ostonasidan boshlanadi» degan shiorning oʻrtaga tashlanishi ham bejiz emas, albatta.

Ta'lim-tarbiya sohasida bo'layotgan bu o'zgarishlarning barchasi birinchi galda ergonimlarda o'z aksini topdi. Tadqiqotga jalb etilgan ta'lim bilan bog'liq 134 ta ergonimlardan 40 tasi (30 %) ichki imkoniyat asosida yasalgan va ular quyidagicha guruhlanadi: a) bir asosli sodda ergonimlar 13 ta (32,5 %); b) ikki asosli ergonimlar 12 ta (30,0 %); d) uch asosli ergonimlar 7 ta (17,5 %); e) to'rt asosli ergonimlar 2 ta (5,0 %); f) juft asosli ergonimlar 6 ta (15,0 %) va h.k.

IX. Boshqa sohalarga qaraganda davr o'zgarishlari tibbiyot bilan bog'liq onomastik qatlamda shiddat bilan kechdi. Buni sog'liqni saqlash sohasida amalga oshirilgan tub o'zgarishlar, aholi tibbiy madaniyatining o'sishi, yangidan-yangi kasalliklarning kashf etilishi, sohaga xorijiy davolash usullari, zamonaviy tibbiy asbob-uskunalarining kirib kelishi, xususi shifoxonalarning paydo bo'lishi kabi omillar bilan izohlash mumkin. Sodir bo'lgan o'zgarishlar tibbiy nomlarda ham o'z aksini topdi. Bunda ikki xil tendensiya kuzatildi: a) an'anaviy tarzda davom etib kelayotgan nomlarni tiklash; b) chet tillarida mavjud bo'lgan onomastik qoliplardan foydalanish.

Tadqiqot ishiga ichki imkoniyat asosida yasalgan 40 ta ergonim kiritildi. Ular quyidagi ko'rinishlarda uchraydi:

a) bir asosli ergonimlar 4 ta (10 %); b) qo'shma so'zdan tashkil topgan ergonimlar 1 ta (2,5 %); d) birikmali ergonimlar 21 ta (52,5 %); e) juft shakldagi ergonimlar 3 ta (7,5 %); f) son ishtirokida yasalgan ergonimlar 9 ta (22,5 %); abbreviaturalar 2 ta (5,0 %).

X. Tadqiqot ishiga jalb qilingan maishiy xizmat ko'rsatish va madaniyat maskanlari nomlarini bildiruvchi 80 ta ergonimlarning 30 tasi (37.5%) ichki imkoniyat asosida hosil qilingan. Ular quyidagi ko'rinishlarda qo'llangan: a) sodda asosdagi ergonimlar 15 ta (50 %); b) qo'shma asosdagi ergonimlar 6 ta (20 %); d) juft asosdagi ergonimlar 1 ta (3,4 %); e) birikmali ergonimlar 7 ta (23,2 %); f) son orqali ifodalangan ergonim 1 ta (3,4 %).

XI. Sport-sog'lomlashtirish bilan bog'liq 46 ta ergonimlarning 9 tasi (19%) ichki imkoniyat asosida hosil qilingan: a) sodda asosdagi ergonimlar 4 ta (44,4 %); b) qo'shma asosdagi ergonimlar 4 ta (44,4 %); d) uch asosli ergonim 1 ta (11,2%).

XII. Alohida ta'kidlash lozimki, Mustaqillik yillarida tilimizda avvallari kuzatilmagan hotel, hostel, turistik agentlik, gilam yuvish korxonalari nomlari bilan bog'liq yangi ergonimlar paydo bo'ldi. Ularning yasalişida ham rang-baranglik mavjud. Tahlilga tortilgan 29 ta mehmonxona nomlaridan 6 tasi (21%) ichki imkoniyat asosida yasalgan: a) sodda asosli ergonimlar 5 ta (83,4 %); b) qo'shma asosdagi ergonimlar 1 ta (16,6 %).

Andijondagi 43 ta turistik agentligi nomini ifodalovchi ergonimlardan faqat 2 tasi ichki imkoniyat asosida hosil qilingan (4,6 %). Gilam yuvish korxonalari nomlarini anglatuvchi ergonimdan 14 ta ergonimning 7 tasi ichki imkoniyat asosida yasalgan (50 %).

Xulosa qilib aytganimizda, ichki imkoniyat asosida hosil qilingan ergonimlar onomastik qatlamning eng yorqin, eng rangin qatlamini tashkil qiladi. Ularni lingvistik jihatdan tahlil qilish yurtdoshlarimizning bugungi turmush tarzi, tafakkur ko'lam, dunyoqarashi, madaniyati, ma'naviyati, milliy qadriyatlarga bo'lgan sadoqati va shu kabi fazilatlar haqida tasavvur qilish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Saparniyozova M. O'zbek tili ergonimlarining struktur-semantik, lingvomadaniy va pragmatik tadqiqi: Filol. fan. d-ri (DSc) ...diss. avtoref. – Toshkent, 2023. – 47 b.
2. Нурмонов А. Лингвистик белги назарияси. – Тошкент: Фан, 2008. – 42 б.
3. Ўзбек адабий тилининг тараққиёти. Уч жилдлик. – 3-жилд. Лексика. – Тошкент: Фан, 1991. – 128 б.
4. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 5 жилдлик. – 3-жилд. – Тошкент: ЎзМЭ Давлат илмий нашриёти, 2007. – 174-б.
5. Хоанг Тхи Хонг Чанг. Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. – Томск, 2018. – 16 с.