

TOVAR BELGILARINI IFODALOVCHI SO‘ZLARNING LINGVISTIK MAQOMI HAQIDA

Madrimova Zamira G‘aniy qizi

Urganch davlat universiteti, Filologiya fakulteti, O‘zbek tilshunosligi kafedrası o‘qituvchisi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7189237>

Annotatsiya. Biz ushbu maqolada tovar belgisi nomlari nominatsiyasi jarayoni va mexanizmini tilshunoslik nuqtayi nazaridan tavsiflashga harakat qildik. Tilshunoslikning metodologik bazasidan foydalanish ma’lum bir psixik jarayon va tuzilma tovar belgisi nomlari ma’nosining shakllanishini qanday aniqlashini tushunish imkonini beradi. Tovar belgisi nomlarini shakllantirish usullarini aqliy va lingvistik darajada har tomonlama o‘rganish tegishli nomlarini yaratish jarayonining to‘liq manzarasini qayta yaratishga imkon berishini hisobga olgan holda ushbu masalalarga alohida to‘xtalib o‘tdik.

Kalit so‘z: tovar belgilari, lingvistik maqom, onomastika, onimlar, nominatsiya, appellation, ismlar, toponimlar, antroponimlar, xrematonimlar.

О ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ СТАТУСЕ СЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

Аннотация. В данной статье мы попытались описать процесс и механизм номинации торговых марок с лингвистической точки зрения. Использование методологической базы языкознания позволяет понять, как определенный мыслительный процесс и структура определяют формирование значения торговых марок. Этим вопросам мы уделили особое внимание, принимая во внимание, что комплексное изучение способов образования торговых марок на интеллектуально-лингвистическом уровне позволяет воссоздать полную картину процесса создания соответствующих имён.

Ключевые слова: товарные знаки, языковой статус, ономастика, онимы, наименование, апеллоним, наименования, топонимы, антропонимы, хрематонимы.

ABOUT THE LINGUISTIC STATUS OF WORDS REPRESENTING TRADEMARKS

Abstract. In this article, we have tried to describe the process and mechanism of the nomination of brand names from a linguistic point of view. Using the methodological base of linguistics allows us to understand how a certain mental process and structure determines the formation of the meaning of brand names. We paid special attention to these issues, taking into account that a comprehensive study of the methods of formation of brand names at the intellectual and linguistic level allows to recreate the complete picture of the process of creating the corresponding names.

Key words: trademarks, linguistic status, onomastics, onims, denomination, appellation, names, toponyms, anthroponyms, chrematonyms.

KIRISH

Jahon va o‘zbek tilshunosligida tilining alohida materiali sifatida tovar belgilari lingvistik nuqtayi nazardan kam o‘rganilgan bo‘lib, ularning lingvistik maqomi, til lug‘aviy tizimidagi o‘rni masalasi haligacha hal etilmagan.

Tovar belgilari atoqli otlar va turdosh otlar o‘rtasida oraliq holatni egallaydi degan, nuqtayi nazar mavjud. Bir qator mualliflar ushbu tezisga aniqlik kiritib, tovar belgilarining tegishli nomlar va atamalar o‘rtasidagi o‘rnini aniqlaydilar. Tovar belgilari – bu ikkilamchi nominatsiyaning

sun'iy so'zlari bo'lib, ekstralingvistik omillar bilan yaratilgan va funksional jihatdan aniqlanadi. T.V.Evsyukovanning fikriga ko'ra, obektivlikning kuchayishi bilan ajralib turadi, bu ularning tushunchalar bilan aloqasi zaiflashishi bilan birga keladi. Nomen tushunchasi bilan bog'lanish predmet orqali amalga oshiriladi. Biroq, ular nominativ texnikaning o'ziga xos xususiyatlari bilan ulardan farq qiladi.

TADQIQOT METODI VA METODOLOGIYASI

A.V. Superanskayaning fikricha, tovar belgilari atamalar bilan bir qatorda maxsus lug'atga, ya'ni nomenklaturaga kiradi. "Tovar belgilari o'zining lug'aviy xususiyatlariga nav va tovar nomlariga ham o'xshaydi. Ularning nomlardan farqi qo'llanish sohalaridadir".

Muallifning fikricha, tovar belgilarini tegishli nomlar sifatida tasniflashga imkon bermaydigan asosiy xususiyat bu tovar belgilarining tovarlarning predmet belgilari bilan eng yaqin aloqadorligidir.

Tilshunoslikda so'nggi paytlarda ko'rib chiqilayotgan masala bo'yicha aksariyat ishlarda tovar belgilari onomastik lug'at tarkibiga kiradi, degan fikr keng tarqalgan. Biroq, tabiiy nomlardan farqli o'laroq, tegishli tovar belgilari ba'zi olimlar tomonidan onomastik lug'at sifatida sun'iy nomlar sifatida tasniflanadi va o'ziga xos semantika, ikkinchi darajali nominatsiya va xususan, aniq konnotatsiyalarning mavjudligi bilan tavsiflanadi.

L.M.Shetinin savdo belgilarini "zamonaviy onimga o'xshash nutq shakllarining eng samarali toifasi" – deb ataydi. Onomastika ularni ro'yxatga olish va shakllanishiga ilmiy asoslangan ta'sir ko'rsatishga xizmat qilishini aytadi. P.T.Porotnikov ham tovar belgilarini tegishli nomlar sifatida tasniflaydi. Onomastik nominatsiyaning muhim shartlaridan biri individuallashtirish ekanligini va bu tovar belgilarida yo'qdek tuyuladigan A.V.Superanskayaning g'oyalarini ishlab chiqib, muallif yozadi: "Bu yerda individuallashtirish tamoyili mavjud, faqat u boshqa tartibdagi – bir xil yoki bir xil turdagi to'plamlarni individuallashtirish". Ushbu mualliflarning ta'kidlashicha, agar biz tovar belgisining umumiy xos nomlarda bo'lgani kabi subyektni individuallashtirishni emas, balki shaxs yoki kompaniyaning muayyan turdagi tovarlarga egalik qilish huquqini individuallashtirishning alohida turini amalga oshirish qobiliyatini tan olsak, unda biz ularni maxsus o'ziga xos nomlar deb tasniflashimiz mumkin.

Tovar belgilariga xos nom maqomining tarqalishini muhokama qilar ekan, N.A.Stadulskaya shuningdek, "boshqa barcha turdagi xos nomlar bilan tovar belgilarining umumiy jihati shundaki, ular umumiy lug'at tarkibiga nisbatan birlamchi emas va ular ham turdosh otlar, ham boshqa turlarning yaxlit nomlarga asoslanishi mumkin".

Ayrim asarlarda tovar belgilarini tegishli nomlarga nisbat berish hech qanday nazariy dalilsiz, sof empirik tarzda amalga oshiriladi. Masalan, Yakovleva tovar belgilariga murojaat qilish jarayonining xususiyatlarini o'rganishda, shubhasiz, ularni to'g'ridan to'g'ri nomlarga ishora qilib, "... tovar nominatsiyalari xususiy nomlarning alohida toifasini ifodalaydi", – deydi.

O.A.Leonovich tovar belgilarini tilning onomastik tizimiga kiritishni maqsadga muvofiq deb hisoblaydi, imloga tayanadi, bu "ularning tegishli nomlarga oidligini bir ma'noda ko'rsatadi".

Keyingi paytlarda leksikologiyaga oid ishlarda bir leksik qatlamning so'zlarini kiritish tendensiyasi kuzatilmoqda. Bu qatlamning birligi *appellonimdir*, ya'ni "har qanday umumiy so'z, nutq bo'lagidan qat'iy nazar, tegishli ismdan va birlamchi so'z bilan bog'liq bo'lgan asosiy so'zdan kelib chiqqan. Bu leksik qatlam appellonimlar, uni o'rganuvchi leksikologiya bo'limi esa appellonimiya deb ataladi. Mualliflarning qayd etishicha, "Appellonimda ma'lum bir tushuncha (turdosh otlarga xos xususiyat) bilan yaqin bog'lanish mavjud bo'lib, ma'lum bir predmet bilan

bog'liqlik (o'ziga xos nomlarga xos xususiyat) mavjud emas. Misol tariqasida mualliflar shaxs ismining butun nomiga o'tish hodisasini keltiradilar: Kalashnikov (familiya) – Kalashnikov (qurol); To'xtaniyoz ota (shaxs), To'xtaniyoz ota (kolbasa mahsulotlari), Rasulov (shaxsning familiyasi), Rasulov (Rasulov eshiklari brendi). Bir qarashda, tovar belgilari bilan tovarni ishlab chiqaruvchi yoki ishlab chiqarilgan joy bilan bog'liqlik mavjudligini ko'rib turibmiz. Ushbu shaklda tovar belgilarini hosil qilish evaziga tovar belgilarining anchagina katta qismi transnimizatsiya jarayonida yaratilganligidan dalolat beradi. Biroq, tovar belgilarining maxsus nomlarga tegishli ekanligini ko'rsatadigan tarzda yaratilgan boshqa savdo belgilari ham mavjud. O'zbek tilshunosligida Azamat Primov va uning shogirdlari tomonidan atoqli otlar transnimizatsiyasiga oid izlanishlar ma'lum ma'noda amalga oshirilgan.

TADQIQOT NATIJASI

To'g'ri ism (onim) – bu o'zi tomonidan nomlangan obyektning bir qator o'xshash birliklardan ajratishga xizmat qiladigan, ushbu obyektning individuallashtiradigan va aniqlaydigan so'z, so'z birikmasi yoki onomastik birlikdir.

So'zni o'ziga xos ismlar turkumiga kiritish uchun uning ma'lum mezonlarga ega bo'lishi zarur. A.V.Superanskaya tomonidan ishlab chiqilgan to'g'ri nomning eng aniq ajralib turadigan xususiyatlari quyidagilardir:

1. U ushbu sinfga kiradigan barcha individlarga xos xususiyatga ega bo'lgan obyektlar sinfiga emas, balki alohida obyektga beriladi.
2. Otlar yordamida nomlanuvchi predmet har doim aniq belgilangan, chegaralangan bo'ladi.
3. Ism bevosita konsepsiya bilan bog'liq emas va til darajasida aniq va bir muayyan ma'noga ega emas.

Birinchi pozitsiyadan kelib chiqadigan bo'lsak, tovar belgilarini tegishli nomlarga qo'shishga to'sqinlik qiladigan ko'rinadi, chunki ular alohida obyektlarga (odamlar yoki geografik obyektlar nomi sifatida) emas, balki bir xil tovarlarning butun turkumiga berilgan.

T.V.Evsyukova birinchi atribut asosida tovar belgilarini tegishli nomlarga qo'shish masalasini shunday deb topadi: "Tovar belgilari umumiy otlar bilan bo'lgani kabi obyektlarni tasniflash maqsadida emas, balki ularni individuallashtirish maqsadida berilgan to'plamlarni o'z ichiga oladi va turdosh otlardan farqli o'laroq, bir qator (to'plam) ichidagi alohida narsalarni birlashtirish ichki atribut asosida emas, balki ma'lum bir firma mahsulotlariga, boshqa tovarlarga tegishli bo'lgan tashqi atribut asosida sodir bo'ladi. Muayyan firmaning mahsulotlariga tegishli bo'lgan bu belgi ushbu mahsulot deb ataladigan obyektlarni individuallashtirishda asosiy hisoblanadi". Mahsulotlarni individuallashtirish uchun mo'ljallangan tovar belgilari o'z bahosiga ega bo'lgan va qonuniy kuchga ega bo'lgan mulkiy huquqlarga ega. Shunday qilib, "tovar belgilari subyektni individuallashtirishni emas, balki ma'lum turdagi mahsulotlarga (tovarlarga) egalik qilish asosida bir qator obyektlarni individuallashtirishni amalga oshiradi".

Biroq, V. I. Bolotov asarlarida biz xususiy ismning biroz boshqacha tushunchasini uchratamiz: "Yaxshi ismlarning vazifasi – bir yoki bir xil obyektlarning ko'pligidan bir guruh obyektlarni aniqlashdir. Bundan tashqari, bu bog'liq obyektlar guruhi har doim umumiy ot bilan belgilangan bir xil obyektlar sinfidan kichikroqdir".

MUHOKAMA

Tegishli nomni tushunishga asoslanib, biz tovar belgilarini onomastik lug'atning bir qismi sifatida ko'rib chiqishimiz mumkin, garchi ularning individuallashtirishdagi o'ziga xosliklari haqida

ba'zi izohlar mavjud.

Yuqorida sanab o'tilgan o'ziga xos nomlarning xususiyatlariga qaytadigan bo'lsak, shuni e'tirof etish kerakki, tovar belgilari ikkinchi xususiyatga ko'ra ham tegishli nomlar sifatida tasniflanishi mumkin. "Firmalardan birining tovar belgisi deb ataladigan bir qator obyektlar ushbu soha mutaxassislari uchun har doim boshqa firmalarning mulki bo'lgan bir xil toifadagi mahsulotlarning boshqa seriyalaridan aniq chegaralanganligi sababli", biz yana T.V. Evsyukovada topamiz. .kontseptual o'zaro bog'liqligiga kelsak, ular T.V. Evsyukova ta'kidlaganidek, "to'g'ri nomlar kabi, tushuncha bilan bevosita aloqasi yo'q. Ularning tushuncha bilan aloqasi obyekt orqali amalga oshiriladi. Nominatsiyaning ikkilamchi xususiyati va nomzodlik dalolatnomasining individualligi ham tovar belgilarini tegishli nomlarga yaqinlashtiradi".

XULOSA

Tovar belgisiga xos nom maqomini tarqatish mavzusini muhokama qilar ekan, N.A.Stadulskaya, shuningdek, "tovar belgisining boshqa barcha turdagi xos nomlar bilan umumiy jihati shundaki, ular umumiy lug'at tarkibiga nisbatan birlamchi emasligi va ular birlamchi bo'lishi mumkin. umumiy otlarga ham, boshqa turlarning yasovchi otlariga ham asoslansin".

Shunday qilib, yuqorida aytilganlarning barchasi bizga onomastik makon doirasidagi tovar belgilarini toponimlar, antroponimlar, xrematonimlar va boshqalar bilan bir qatorda onimlarning alohida toifasi sifatida ko'rib chiqishga to'liq asos beradi.

REFERENCES

1. Karimov I.A. Tarixiy xotirasiz kelajak yo'q. – Toshkent: Sharq, 1998. – B.
2. Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. Toshkent: Ma'naviyat, 2008.
3. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. Тошкент: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.
4. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi nutq). – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 32 b.
5. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi (2016 yil 7 dekabrda O'zbekiston Respublikasi konstitutsiyasi qabul qilinganligining 24 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruza). – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 48 b.
6. Asqarov A. O'zbek xalqining etnogenezi va etnik tarixi. Toshkent, "Universitet", 2007, 235-bet.
7. Atajonova A. J. Xorazm etnotoponimlari va ularning lug'aviy asoslari. FFNA. T., 1996. 27 b.
8. Avlaqulov Y. O'zbek tili onomastik birliklarining lingvistik tadqiqi. NDA, Toshkent, 2012.
9. Евсюкова Т. В. Лингвистический анализ товарных знаков (на материале номенклатурм англий- ского и американского машиностроения): Дис. на соис. учен. степени канд. фил. наук. М., 1982. – С.18.
10. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. 2-е изд., испр. М.: Издательство ЛКИ, 2007. – С.212.
11. Новичихина М. Е. Теоретические проблемм исследования эффективности коммерческой но- минации: Дис. на соис. учен. степени д-ра фил. наук. Воронеж,

2004. –<https://www.dissercat.com/content/teoreticheskie-problemy-issledovaniya-effektivnosti-kommercheskoi-nominatsii>.
12. Стадульская Н. А. Место товарных знаков в ономастической системе // Теоретические и прикладные аспекты исследования языков народов СК. 2004. № 8.
 13. Яковлева О. Е. Семантические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания): Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Новосибирск, 2006.
 14. Леонович О. А. В мире английских имен. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. 160 с.
 15. Нерозиак В. П., Ханичев Р. З. Апеллонимика: между именем собственным и именем нарицательным. Вавилонская башня: Слово. Текст. Культура. Ежегодные международные чтения памяти кн. Н. С. Трубецкого - 2001 МГЛУ, 16-17 апр. 2001. «Евразия на перекрестке языков и культур». М., 2002. 180 с.
 16. Primov A. Ўринова Н. Атоқли отлар асосида бошқа луғавий бирликларнинг ҳосил бўлиши ҳақида. Iste'dod ziyosi. Magistrantlarning ilmiy ishlari to'plami. 8-jild. – Urganch, 2017. – Б. 28-29; Primov A. Ўринова Н. Атоқли отларнинг трансонимизациялашуви ҳақида Тафаккур зиёси. Илмий тўплам. – №41. – Тошкент, 2017.–Б. 51-53;
 17. Primov A. Космонимлар ва космоантропонимлар. Мунаввар умр. Илмий тўплам. – Урганч, 2005. – Б. 43-44; Примов А.И. О'zbek tili kosmonimlarining lisoniy xususiyatlari: Filol. fanlari nomzodi ... diss.– Toshkent, 2009. – 140 b.;
 18. Berdimuratova R. O'zbek tilida atoqli otlarning transonimizatsiyalashuvini tadqiq qilish masalasi haqida. // Ономастик бирликларнинг социолингвистик, этнолингвистик, лингвопоэтик, лингвокультурологик тадқиқи масалалари” мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция. Наманган – 2022 йил, 15-16 апрель. – Б.377-382.
 19. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. 2-е изд., испр. М.: Издательство ЛКИ, 2007. –62 с.
 20. Евсюкова Т. В. Лингвистический анализ товарных знаков (на материале номенклатурного английского и американского машиностроения): Дис. на соис. учен. степени канд. фил. наук. М., 1982. – С.57.