O‘ZBEK ERGONIMLARINING LINGVISTIK EKSPERTIZASI: YETTI MEZONLI BAHOLASH MODELI

Abdurasulova Dilso‘z Sherzod qizi
ORCID: 0009-0000-1344-0062
abdurasulovadilsoz0@gmail.com
Qarshi davlat universiteti

Annotatsiya: Maqolada o‘zbek ergonimlarini lingvistik ekspertizadan o‘tkazishning yetti mezoni - denotativ aniqlik, struktur-me’yoriy moslik, fonetik qulaylik, estetik jozibadorlik, madaniy muvofiqlik, sotsiolingvistik maqbullik va raqamli qidiruvga moslik - yagona metodik tizimda ko‘rib chiqiladi. Dissertatsiyada keltirilgan nomlar misolida me’yoriy, semantik va diskursiv xatarlar tavsiflanadi. Tekshiruv savoli, dalil, talqin va amaliy tavsiyani bog‘laydigan ekspertiza algoritmi taklif etiladi. Model nomlarning huquqiy ro‘yxatdan o‘tkazilishiga muqobil emas; u nomlashda ilmiy asoslangan lingvistik tavsiyalar berishga xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: ergonim, lingvistik ekspertiza, denotativ aniqlik, fonetik qulaylik, madaniy muvofiqlik, sotsiolingvistika, raqamli qidiruv

LINGUISTIC EXPERT EVALUATION OF UZBEK ERGONYMS: A SEVEN-CRITERION MODEL

Dilso‘z Sherzod qizi Abdurasulova
ORCID: 0009-0000-1344-0062
abdurasulovadilsoz0@gmail.com
Karshi State University

Abstract: The article presents seven interrelated criteria for the linguistic expert evaluation of Uzbek ergonyms: denotative clarity, structural and normative conformity, phonetic accessibility, aesthetic appeal, cultural compatibility, sociolinguistic acceptability, and suitability for digital search. Examples drawn from a dissertation on Uzbek ergonyms are used to illustrate normative, semantic, and discourse-related risks. A practical procedure linking a diagnostic question, linguistic evidence, interpretation, and a recommendation is proposed. The model is a qualitative methodological framework and does not replace legal registration checks or claim statistical validation.

Keywords: ergonym, linguistic expertise, denotative clarity, phonetic accessibility, cultural compatibility, sociolinguistics, digital search

(cc) BY

1. Kirish (Introduction)

O‘zbek tilida savdo, ishlab chiqarish, xizmat ko‘rsatish va ta’lim obyektlariga nom berish jarayoni iqtisodiy tanlov bilan birga muhim lingvistik masalani yuzaga chiqaradi. Korxona nomi rasmiy hujjat, peshlavha, reklama, telefon suhbati, xarita va ijtimoiy tarmoqlarda takrorlanadi. Bir sharoitda qiziqarli tuyulgan nom boshqa muhitda talaffuz, yozuv yoki tushunish jihatidan noqulay bo‘lishi mumkin. Shuning uchun nomni oddiy “chiroyli - chiroysiz” mezoni bilan emas, o‘zaro bog‘langan tilshunoslik ko‘rsatkichlari yordamida baholash zarur.

Ergonimning sifatini aniqlashda uning denotativ aniqligi, struktur-me’yoriy mosligi, fonetik qulayligi, estetik jozibadorligi, madaniy muvofiqligi, sotsiolingvistik maqbulligi va raqamli qidiruvga mosligi alohida ahamiyatga ega. Masalan, “NUR KITOB” semantik tushunarlilik va ijobiy assotsiatsiyani, “O‘ZBEGIM TAOMLARI” faoliyat sohasi hamda madaniy mansublikni birlashtiradi. “TOSHKENTGAZSUVQURILISHMONTAJ” mazmuniy jihatdan muayyan faoliyatga yaqin bo‘lsa-da, ixchamlik va og‘zaki ishlatilish nuqtayi nazaridan murakkab. Demak, bir mezon bo‘yicha ma’qullangan nom boshqa mezonda qayta tekshirishni talab qiladi.

Maqolaning maqsadi ergonimlar uchun ko‘p mezonli lingvistik ekspertiza modelini tavsiflash va uni o‘zbek tili materialida ishlatish tartibini belgilashdir. Tadqiqot savoli quyidagicha: nomning lisoniy me’yorlarga muvofiqligi, ijtimoiy idroki va raqamli muhitdagi barqarorligini bir tizimda qanday baholash mumkin? Taklif etilayotgan model avtomatik ruxsat berish yoki rad etish vositasi emas; u tilshunos ekspert, tadbirkor va muassasa vakili o‘rtasidagi asoslangan tavsiyani shakllantirishga xizmat qiladigan amaliy-uslubiy vositadir.

Lingvistik ekspertiza amaliyoti ikki xil talablarga javob berishi kerak. Birinchisi, tahlil qilinayotgan nomning til qoidalariga va kommunikativ maqsadga mosligini aniqlash; ikkinchisi, ekspert xulosasini nom egasi foydalanishi mumkin bo‘lgan tavsiyaga aylantirishdir. Birgina “maqbul emas” degan baho tuzatish yo‘lini ko‘rsatmasa, amaliy foydasi cheklangan bo‘ladi. Shu bois mezonlarning har biri aniq tekshirish savoliga va sharoitga mos yechimga bog‘lanishi maqsadga muvofiq.

2. Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili (Literature Review)

D.Lutfullayeva, M.Saparniyazova va R.Davlatovaning o‘zbek tilida nom yaratishning lingvistik-me’yoriy asoslariga bag‘ishlangan tadqiqoti nom shakli va uning kommunikativ vazifasini birgalikda ko‘rib chiqish zarurligini ko‘rsatadi [1]. D.Xudoyberganovaning tashkilot, korxona va muassasa nomlari lug‘ati amaliy nomlashda izohli va tavsiyaviy resurslar muhim ekanini ko‘rsatadi [2]. N.Chiniqulov peshlavhalar tilini tadqiq etib, jamoat yozuvi va nomning ko‘rinarli shakli o‘rtasidagi bog‘liqlikni yoritadi [3]. Bu izlanishlar lingvistik ekspertiza obyektini faqat alohida so‘z bilan cheklamaslikka asos beradi.

(cc) BY

R.Landry va R.Y.Bourhis lingvistik landshaft orqali jamoat makonida tillarning ko‘rinishi va ijtimoiy identiklikning namoyon bo‘lishini o‘rgangan [4]. E.Shohamy til siyosatining kundalik belgilar va ommaviy yozuvdagi mexanizmlarini tahlil qiladi [5]. B.Spolsky til amaliyoti, til haqidagi tasavvurlar va tilni boshqarish o‘rtasidagi munosabatni tushuntiradi [6]. Shu nuqtayi nazardan ergonim nafaqat tijoriy nom, balki nomlovchining til tanlovi va auditoriyaga munosabatini ko‘rsatuvchi sotsiolingvistik birlik sifatida ham baholanishi lozim.

J.Blommaert ko‘p tilli shahar muhitidagi yozuv belgilarining ijtimoiy qatlamlarini ochib beradi [7]. I.V.Kryukova reklama nomining paydo bo‘lishi va qabul qilinishi o‘rtasidagi uzluksiz jarayonni ta’kidlaydi [8]. Bu yondashuvlarni birlashtirganda tadqiqotdagi nazariy bo‘shliq yaqqol ko‘rinadi: o‘zbekcha ergonimlar uchun tushunarlilik, grammatik me’yor, auditoriya, madaniy semantika va raqamli yozuv barqarorligini yagona diagnostik jadvalda bog‘lovchi tavsifga ehtiyoj mavjud.

3. Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology)

Material sifatida “O‘zbek tilida ergonimlarning kognitiv-semantik, pragmatik va diskursiv xususiyatlari” dissertatsiyasida tahlil etilgan ergonimlar va nazariy xulosalardan foydalanildi. “NUR KITOB”, “O‘ZBEGIM TAOMLARI”, “MARHABO PALACE”, “AOKA”, “QANOT-INVEST”, “Golden chiken”, “Mehnat training”, “SOHIL 777” va “TOSHKENTGAZSUVQURILISHMONTAJ” kabi misollar vazifasi turlicha bo‘lgan nomlarni qiyoslashga xizmat qiladi. Misollar tasnifiy materialdir; ular asosida milliy miqyosdagi xatoliklar ulushi yoki barcha foydalanuvchilarning qarashi haqida statistik xulosa chiqarilmaydi.

Tadqiqotda struktur-semantik, fonetik, pragmatik, lingvomadaniy, sotsiolingvistik va diskursiv tahlil birlashtirildi. Har bir mezon uchun tekshiriladigan belgi, mumkin bo‘lgan kommunikativ xatar va tavsiya yo‘nalishi ajratildi. Baholashning ishchi ketma-ketligi: denotat va faoliyatni aniqlash; nomning grammatik-grafik ko‘rinishini tekshirish; og‘zaki va ijtimoiy idrokini baholash; rasmiy va raqamli ko‘rinishlarni solishtirish; yakuniy lingvistik xulosa berish. Bu yondashuv yangi tajriba natijalarini emas, dissertatsiya asosida taklif etilgan uslubiy modelni ifodalaydi.

4. Tahlil va natijalar (Results and Discussion)

Ergonimga beriladigan bahoning dastlabki sharti uning semantik motivatsiyasini to‘g‘ri aniqlashdir. Nomning tarkibida soha bildiruvchi komponent bo‘lmasa, bu darhol xato deb qaralmaydi; chunki badiiy yoki ramziy nominatsiya ham muayyan maqsadga xizmat qiladi. Ammo xizmat haqida izohlovchi ma’lumot qayerda va qanday berilgani alohida tekshiriladi. Masalan, restoran nomida obraz ustuvor bo‘lishi mumkin, favqulodda tez aniqlanishi zarur xizmatlarda esa faoliyat belgisi kuchliroq kommunikativ talabga aylanadi. Demak, denotativ aniqlikni soha vazifasidan uzib qo‘yib bo‘lmaydi.

(cc) BY

Birinchi mezon - denotativ aniqlik. Ergonim qaysi obyekt yoki faoliyatga aloqadorligini bevosita yoxud yetarli kontekst orqali bilvosita anglatishi kerak. “NUR KITOB”dagi “kitob” ma’rifiy savdo sohasini, “O‘ZBEGIM TAOMLARI”dagi “taomlari” ovqatlanish yo‘nalishini ko‘rsatadi. “SOHIL 777” esa mustaqil ko‘rilganda obyektning xizmat turini ochmaydi. Nomning ramziyligi nuqson emas, lekin bu holatda peshlavha yoki raqamli tavsif orqali faoliyatni aniq ko‘rsatish zarur bo‘ladi. Denotativ aniqlikni tekshirishda “kim?”, “nima?” va “qaysi soha?” savollarining javobi ajratiladi.

Ikkinchi mezon - struktur-me’yoriy moslik. Bunda so‘zlarning grammatik bog‘lanishi, qo‘shma va qisqartma birliklarning shakli, katta-kichik harflar, imlo va grafik yaxlitlik ko‘zdan kechiriladi. “BERUNIY KOSHONASI”dagi qurilish o‘zbekcha birikma sifatida tabiiy qabul qilinadi; “Shaxodat savdo sanoat”da esa so‘zlararo munosabat qo‘shimcha izohsiz ravshan emas. “TOSHKENTGAZSUVQURILISHMONTAJ”da morfemalar faoliyat ko‘rsatkichlarini jamlasa-da, ortiqcha uzunlik o‘qish va takrorlashni qiyinlashtiradi. Ekspert tuzilmani mutlaq soddalashtirishni emas, soha ehtiyoji va normativ tushunarlilikning muvozanatini izlaydi.

Fonetik jihatdan qulaylikni tekshirishda grafik soddalik bilan eshituvda idrok etilish farqlanishi kerak. Ayrim nomlar yozuvda ixcham ko‘rinsa-da, xorijiy harf birikmalari yoki bir nechta talqin qilinadigan qisqartmalar sabab turlicha aytiladi. Aksincha, ko‘proq bo‘g‘inli, lekin tovush tuzilishi tabiiy bo‘lgan nom ba’zi adresatlar uchun osonroq bo‘lishi mumkin. Shu bois fonetik ekspertiza uchun universal “necha harf bo‘lishi kerak?” qoidasi emas, o‘zbek nutqidagi talaffuz tabiiyligi va og‘zaki uzatishdagi tushunarlilik asos bo‘ladi.

Uchinchi mezon - fonetik qulaylik. Yaxshi nom og‘zaki tavsiya, telefon muloqoti va kundalik nutqda keraksiz takror yoki xato talaffuzga olib kelmasligi kerak. “RAYHON”, “BOLAJON”, “NUR KITOB” kabi birliklarning ixcham bo‘g‘in tuzilishi ularni esda saqlashga ko‘maklashishi mumkin. Qisqartma va turli tillardan olingan komponentlarning tovush birikmalari esa auditoriya til malakasiga qarab farqli o‘qiladi. Fonetik tekshiruvda nomni tovushlab o‘qish, bir marta eshitib qaytarish va lotin yozuvida qayta yozish kabi sinovlar istiqbolli, ammo ular o‘tkazilmaguncha natijasi haqida miqdoriy da’vo qilish to‘g‘ri emas.

To‘rtinchi mezon - estetik jozibadorlik. Bu ko‘rsatkichni faqat shaxsiy did bilan cheklash mumkin emas: nom ritmi, obrazliligi, ixchamligi, semantik uyg‘unligi va yozuvdagi ko‘rinishi birgalikda ahamiyatga ega. “RAYHON” qisqa va obrazli, “AZIZ MEHMON” muloqot etiketi bilan yaqin, “KENG MAKON” ochiqlik va qulaylik tasavvurlarini uyg‘otadi. Biroq faqat jarangdorlikka tayanish yetarli emas. Obyekt yo‘nalishini butunlay yashiradigan yoki ijobiy semani takrorlashdan nariga o‘tmaydigan nom uzoq muddatda kommunikativ individualligini yo‘qotishi mumkin.

(cc) BY

Madaniy muvofiqlik ekspertizaning eng kontekstga bog‘liq tarkibiy qismidir. Tarixiy shaxs nomi muassasaning maqsadi bilan uyg‘unlashganda ma’rifiy mazmun uyg‘otadi, ammo boshqa sohada shu nomning ishlatilishi izoh talab qilishi mumkin. Xuddi shuningdek, “baraka”, “ishonch”, “nur” kabi qadriyat birliklari ijobiy bahoga asoslanadi, lekin ularning haddan ortiq takrorlanishi individuallashtirishni sustlashtiradi. Shuning uchun ekspert madaniy semani mavjudligi bilan birga, uning motivatsiyasi, soha bilan aloqasi va qay darajada o‘ziga xosligini ham hisobga oladi.

Beshinchi mezon - madaniy muvofiqlik. Nomning madaniy xotira, qadriyat, tarixiy obraz, diniy-axloqiy sema yoki milliy turmush elementlari bilan munosabati tekshiriladi. “O‘ZBEGIM TAOMLARI” mahalliy gastronomik an’anani, “KARVONSAROY” savdo yo‘llari va mehmondo‘stlikni, “MEROS-FILM” esa meros hamda san’at o‘rtasidagi aloqani faollashtiradi. Madaniy komponentning o‘zi nomni avtomatik ravishda maqbul qilmaydi: uning xizmat sohasi va jamoat konteksti bilan uyg‘unligi muhim. Ekspert bir guruh uchun ijobiy bo‘lgan obraz boshqa auditoriyada noaniq yoki nojo‘ya talqin uyg‘otishi ehtimolini ham ko‘rib chiqadi.

Oltinchi mezon - sotsiolingvistik maqbullik. Ergonim mo‘ljallangan hudud, yosh, til kompetensiyasi va xizmat turiga mos tushunilishi kerak. “MARHABO PALACE”da o‘zbekcha kutib olish ifodasi inglizcha nufuz elementi bilan birikadi; ayrim iste’molchilar uchun bu uyg‘unlik, boshqalari uchun esa qo‘shimcha izoh ehtiyoji tug‘dirishi mumkin. “Mehnat training”, “KAFOLAT PRINT COMPANY” singari aralash birliklarda ham xalqaro xizmat signali bilan mahalliy tushunarlilik o‘rtasida muvozanat zarur. Ko‘p tillilikni avtomatik xato deb hisoblamasdan, uning kommunikativ sababi va asosiy auditoriyasini tekshirish kerak.

Yettinchi mezon - raqamli qidiruvga moslik. Bugungi ergonim xarita, sayt, ijtimoiy tarmoq va elektron reyestrda turli interfeyslarda paydo bo‘ladi. Bunda asosiy yozuvning izchilligi, o‘ va g‘ harflarining belgilanishi, bo‘shliqlar, defislar, qisqartmalar hamda ehtimoliy transliteratsiya variantlari muhim. “O‘ZBEGIM TAOMLARI” nomining “O‘zbegim”, “Uzbegim” kabi shakllari alohida qidiruv natijalariga olib kelishi mumkin; shu bois rasmiy shakl va yordamchi qidiruv variantlari o‘rtasida aloqa o‘rnatish zarur. Bu mezon texnik qidiruv algoritmini emas, yozuvning lingvistik barqarorligini baholaydi.

Mezonlar orasida normativ va tavsiyaviy xususiyatlarni ajratish ham zarur. Imloga oid qoida qat’iy me’yor bilan tekshirilishi mumkin; estetik jozibadorlik esa qisman auditoriya tajribasiga bog‘liq bo‘lib, mutlaq hukmni qiyinlashtiradi. Shuningdek, raqamli qidiruvga moslikni texnik platforma o‘zgarishlari ham belgilaydi. Shu sabab ekspert xulosasida aniq me’yor buzilishi, xavf ehtimoli va ijodiy tavsiya uch xil maqomda berilishi lozim. Bu farqlash mualliflik erkinligi bilan adabiy til qoidalari o‘rtasida sun’iy qarama-qarshilik tug‘ilishining oldini oladi.

(cc) BY

Raqamli moslikni baholash uchun nomning rasmiy ko‘rinishini tayanch variant deb belgilash foydalidir. So‘ng xarita kartochkasi, tashkilot sahifasi, teg, domen yoki onlayn xizmatdagi yozuvlar ushbu variantga nisbatan qiyoslanadi. Bu ishda qidiruv mexanizmi qanday natija berishini taxmin bilan ifodalash emas, yozuvlardagi tafovut va adashtirish xavfini qayd etish asosiy vazifadir. Muqobil lotin transliteratsiyasi mavjud bo‘lsa, u foydalanuvchiga yordam beruvchi qo‘shimcha variant bo‘lib qolishi, asosiy nomning me’yoriy shakli esa yo‘qolmasligi kerak.

1-jadval.

O‘zbek ergonimlari lingvistik ekspertizasining ishchi mezonlari

Mezon	Tekshiruv savoli	Aniqlanishi mumkin bo‘lgan xatar	Tavsiya yo‘nalishi
Denotativ aniqlik	Soha anglashiladimi?	Faoliyat mavhumligi	Soha izohini qo‘shish
Struktur-me’yoriy moslik	Imlo va birikma to‘g‘rimi?	Yozuv nomuvofiqligi	Me’yoriy tahrir
Fonetik qulaylik	Og‘zaki aytish osonmi?	Turli talaffuzlar	Tovush tuzilishini soddalashtirish
Estetik jozibadorlik	Obraz va shakl uyg‘unmi?	Sun’iylik, ortiqcha uzunlik	Ixcham, motivli shakl
Madaniy muvofiqlik	Madaniy ishora jo‘yalimi?	Nojo‘ya talqin	Madaniy izoh/muqobil
Sotsiolingvistik maqbullik	Auditoriya tushunadimi?	Kod almashuvi to‘sig‘i	Tushunarli muqobil
Raqamli qidiruvga moslik	Yozuv izchilmi?	Qidiruvda adashish	Yagona asosiy yozuv

Yetti mezon mustaqil tekshiriladi, lekin yakuniy qaror ularning o‘zaro nisbatiga tayangan holda chiqariladi. “NUR KITOB” denotativ va madaniy jihatdan yaxshi asoslangan bo‘lishi mumkin; “MARHABO PALACE” estetik va reklamaviy jihatdan faol, ammo auditoriya uchun xorijiy komponenti izohlanishi kerak; “SOHIL 777” esa qisqa va oson yozilishi mumkin bo‘lsa-da, faoliyatni alohida ko‘rsatishga ehtiyoj sezadi. Aynan shu qiyoslash bir xil bahoni barcha obyektlarga majburan tatbiq qilmasdan, muammoning qaysi qatlamda ekanini aniqlashga imkon beradi.

Tahlil natijasini taqdim qilishda har bir mezonning “dalil - talqin - tavsiya” zanjiri yozilishi samaralidir. Masalan, nomda soha ko‘rsatkichi yo‘qligi dalil bo‘lsa, adresat obyekt turini tushunmasligi mumkinligi ehtimoliy talqin, peshlavhada aniq faoliyat izohini berish esa tavsiya hisoblanadi. Yoki ikki xil grafika uchrashi dalil bo‘lib, qidiruvda chalkashlik xavfi talqin sifatida ko‘rsatiladi va yagona yozuv tasdiqlash

(cc) BY

tavsiya qilinadi. Mazkur ketma-ketlik ekspertning shaxsiy didini dalildan ajratishga yordam beradi.

Ekspertiza jarayonida avvalo obyektning rasmiy maqomi, sohasi, nomning hujjatlardagi shakli va kutilgan auditoriyasi haqidagi ma’lumot to‘planadi. Keyingi bosqichda yetti mezon bo‘yicha tekshiruv varaqasi to‘ldiriladi: “mos”, “aniqlashtirish zarur”, “nomuvofiqlik mavjud” kabi sifat tavsiflari qayd etilishi mumkin. Uchinchidan, asosiy muammo tavsiya bilan bog‘lanadi: imloviy xato uchun tahrir, semantik mavhumlik uchun soha ko‘rsatkichi, madaniy nomuvofiqlik uchun muqobil variant, raqamli beqarorlik uchun yagona yozuv qoidasini ishlab chiqish taklif etiladi. Bu kategoriyalar taxminiy ishchi rubrikadir; kalibrlangan ball tizimi deb taqdim etilmaydi.

Ekspert xulosasida nomning yuridik maqbulligi va lingvistik maqbulligi farqlanishi zarur. Rasmiy tartibda qayd etilgan nom imlo, talaffuz yoki semantik ravshanlik jihatidan baribir muhokamaga muhtoj bo‘lishi mumkin; aksincha, obrazli va lisoniy jihatdan qulay nomning huquqiy takrorlanmasligi tilshunos tomonidan tasdiqlanmaydi. Shuningdek, xorijiy komponent har doim xato, o‘zbekcha komponent esa har doim muvaffaqiyat belgisi degan soddalashtirish ilmiy jihatdan asossiz. Til tanlovining sababini hamda adresat uchun axborot qiymatini hisobga olish muhim.

Tavsiyaviy ekspertiza tadbirkorni taqiqlar bilan cheklash o‘rniga muqobil yechimlar taklif qilishi bilan foydalidir. Masalan, faoliyat sohasi mavhum nomga o‘zbekcha tushuntiruvchi qo‘shimcha berish; haddan ortiq uzun birikmaga qisqa ommaviy shakl va aniqlangan rasmiy shaklni ajratish; lotin yozuvidagi bir nomga yagona transliteratsiya qoidasi biriktirish mumkin. Bunda tanlangan shaklning haqiqiy ishlashini peshlavha, reklama va qidiruv maydonlarida sinash, keyin esa foydalanuvchi tajribasi bilan qayta ko‘rish muhim. Model nom yaratish jarayonini bir martalik hukmdan kuzatuvga asoslangan amaliyotga aylantiradi.

Taklif qilinayotgan mezonlar turli sohalarga bir xil og‘irlikda qo‘llanmasligi ham muhim. Farmatsevtika va tibbiyotda tushunarlilik hamda ishonch ko‘proq e’tibor talab qilishi mumkin; madaniyat, sayyohlik va ijodiy xizmatlarda esa estetik va assotsiativ qirra faolroq bo‘ladi. Bu farq asosiy adabiy til me’yorlaridan voz kechishni anglatmaydi. U faqat baholashda soha vazifasi va adresat ehtiyojini asoslash zarurligini ko‘rsatadi. Shu tariqa ekspertiza yakuniy bahodan tashqari nomdan foydalanish sharoitini takomillashtirish vositasiga aylanadi.

Ko‘p mezonli modelning yana bir amaliy afzalligi vaqt o‘tishi bilan nomning holatini qayta baholash imkoniyatidir. Dastlab me’yoriy yozilgan ergonim keyinchalik reklamada o‘zgacha grafika bilan yurishi, yangi platformada qisqarishi yoki boshqa xizmat yo‘nalishiga ko‘chishi mumkin. Shuning uchun ekspertiza xulosasi faqat nom tanlash vaqtida emas, uning ommaviy ishlatilishi kuzatilganda ham yangilanadi. Nomning soha bilan aloqasi, grafik barqarorligi va auditoriyaga mosligi davriy

(cc) BY

ravishda solishtirilsa, ekspertiza bir martalik tahrirdan izchil til madaniyati monitoringiga aylanadi.

5. Xulosa va takliflar (Conclusion and Recommendations)

O‘zbek ergonimlarini lingvistik ekspertizadan o‘tkazishda denotativ aniqlik, struktur-me’yoriy moslik, fonetik qulaylik, estetik jozibadorlik, madaniy muvofiqlik, sotsiolingvistik maqbullik va raqamli qidiruvga moslikni yagona tizimda ko‘rish ilmiy jihatdan asosli yondashuvdir. Bu ko‘rsatkichlar bir-birining o‘rnini bosmaydi: imloviy jihatdan to‘g‘ri nom semantik jihatdan mavhum, estetik jihatdan jozibador nom esa keng auditoriya uchun tushunarsiz bo‘lishi mumkin. Shu sabab ekspertning vazifasi faqat xatoni qayd etish emas, nomning kommunikativ imkoniyatlarini yaxshilashdir.

Amaliyot uchun sohalarga mos tavsiyaviy nomlar banki, yagona grafik yozuv pasporti va yetti mezonli ekspertiza varaqasini joriy etish taklif qilinadi. Keyingi ilmiy bosqichda mazkur sifat mezonlarini real auditoriya tajribasi, qidiruv muvaffaqiyati va talaffuz kuzatuvlari bilan tekshirish, zarur bo‘lsa baholovchilar o‘rtasidagi muvofiqlikni aniqlash maqsadga muvofiq. Bu maqoladagi model me’yoriy-huquqiy ekspertiza o‘rnini egallamaydi; u nomlash sifatini izchil, tushunarli va asosli tavsiya bilan qo‘llab-quvvatlash vositasi sifatida taklif etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Лутфуллаева Д., Сапарниязова М., Давлатова Р. Ўзбек тилида ном яратишнинг лингвистик-меъёрий асослари. - Тошкент: MALIK PRINT CO, 2022. - 160 б.

2. Худойберганова Д. Ташкилот, корхона ва муассаса номларининг изоҳли-тавсиявий луғати. - Тошкент: Ishonchli hamkor, 2021. - 112 б.

3. Чиниқулов Н. Пешлавҳаларнинг лисоний хусусиятлари: автореф. дисс. ... филол. фан. номз. - Тошкент, 2007. - 26 б.

4. Landry R., Bourhis R.Y. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study // Journal of Language and Social Psychology. - 1997. - Vol. 16, No. 1. - P. 23-49.

5. Shohamy E. Language Policy: Hidden Agendas and New Approaches. - London: Routledge, 2006. - 185 p.

6. Spolsky B. Language Policy. - Cambridge: Cambridge University Press, 2004. - 250 p.

7. Blommaert J. Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity. - Bristol: Multilingual Matters, 2013. - 144 p.

8. Крюкова И.В. Рекламное имя: рождение, узуализация, восприятие: учебное пособие. - Волгоград: Перемена, 2004. - 288 с.

(cc) BY