

**TIJORIY NOMINATSIYALARNING TILSHUNOSLIKDA TADQIQ ETILISHI:  
ASOSIY YONDASHUV VA TAMOYILLAR****Xudoyberdiyeva Munavvarxon Maxammadshokir qizi <sup>1</sup>**<sup>1</sup> Andijon davlat universiteti 1- bosqich  
tayanch doktranti**MAQOLA  
MALUMOTI:****ANNOTATSIYA:****MAQOLA TARIXI:***Received: 07.12.2024**Revised: 08.12.2024**Accepted: 09.12.2024***KALIT SO'ZLAR:***tijoriy nominatsiyalar,  
onomastik yondashuv,  
leksikologik yondashuv,  
semantik yondashuv,  
pragmatik yondashuv,  
diskursiv tahlil, kognitiv  
eksperimentlar.*

*Tijorat sohasida foydalaniladigan terminlar va atamalar nafaqat iqtisodiy jarayonlarni ifodalash uchun, balki tilda muayyan madaniy, tarixiy va ijtimoiy omillarning aks etishini ko'rsatadi. Bu terminlar va atamalar turli xil tilshunoslik tarmoqlari, xususan, leksikologiya, semantika, pragmatika va sociolingvistika tomonidan o'rganiladi. Tijoriy nominatsiyalarni tahlil qilish, ularga bo'lgan yondashuv va ular orqali kommunikativ jarayonlar, ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlar haqida xulosalar chiqarish tilshunoslikning dolzarb masalalaridan biridir. Tijorat atamalarining tilshunoslikdagi o'rganilishi, o'z navbatida, yuqoridagi sohalarini chuqurroq tahlil qilish imkonini beradi va bu atamalarni tahlil qilishda turli yondashuv va tamoyillarni qo'llash zaruriyatini keltirib chiqaradi. Ushbu maqolada tijoriy nominatsiyalarning tilshunoslikda tadqiq etilishining asosiy yondashuv va tamoyillarini ko'rib chiqamiz.*

**KIRISH.** Zamonaviy dunyoda tijoratning jadal rivojlanishi tilga ham o'z ta'sirini o'tkazmoqda. Marketing, reklama va brendlash jarayonlari yangi so'z va ibora yaratishga, mavjud leksikani qayta ishlashga olib keladi. Shu sababli, tijoriy nominatsiyalar – ya'ni mahsulot, xizmat va kompaniyalarning nomlari – tilshunoslikning alohida tadqiqot obyektiga aylanmoqda.

Tijoriy nominatsiyalar — bu iqtisodiy faoliyat, mahsulotlar, xizmatlar, bozorlar va mijozlar bilan bog'liq bo'lgan atamalar yoki iboralar bo'lib, ular ijtimoiy va iqtisodiy

aloqalar orqali mavjud bo'lgan til birligi sifatida karor topadi. Bu atamalar odatda ma'lum bir sohada (masalan, marketing, reklama, biznes) ishlatiladi va iqtisodiy sohada yuzaga kelgan yangi tushunchalar va jarayonlarni tasvirlashda muhim ahamiyatga ega. Tijorat nominatsiyalari, o'z o'rnida, tilning ijtimoiy va iqtisodiy aspektlarini aks ettiruvchi yirik leksik tizimni tashkil etadi.

Tijoriy nominatsiyalarning tilshunoslikda tadqiq etilishi, ayniqsa, leksikografiya, semantika va pragmatika sohalarida o'rganilishi, ularning qanday shakllanishi va ishlatilishi haqidagi ilmiy ma'lumotlarni taqdim etadi. Tijoriy terminlar ko'pincha o'zgaruvchan va dinamik bo'ladi, chunki ular har doim bozor sharoitlari, texnologik rivojlanishlar va ijtimoiy ehtiyojlarga qarab yangilanib boradi. Ularning asosiy vazifasi – iste'molchilar ongida o'ziga xos obraz yaratish va brendni tanib olishni ta'minlash. Tijoriy nominatsiyalar quyidagi xususiyatlarga ega:

- **Yangi so'z va iboralarning yaratilishi:** Tijoriy nominatsiyalarni yaratishda neologizm (yangi so'zlar), kompozitsiya (so'z yasash), qisqartirish va boshqa usullar qo'llaniladi.

- **Semantik jihatdan ko'p ma'noli bo'lishi:** Ko'pincha tijoriy nominatsiyalar tovarning xususiyatlarini, kompaniyaning faoliyatini yoki brendning mafkurasini ifodalash uchun semantik jihatdan boylashtiriladi.

- **Estetik jihatdan jozibadorligi:** Tijoriy nominatsiyalar nafaqat ma'lumot berishi, balki estetik zavq bag'ishlashi ham kerak. Ularning ovoz bilan uyg'unligi, yozilishi va qabul qilinish osonligi muhim ahamiyatga ega.

- **Unikalligi va himoyalanganligi:** Tijoriy nominatsiyalar o'ziga xos bo'lishi va qonuniy himoyalangan bo'lishi kerak. Bu boshqa brendlar bilan adashmaslikni ta'minlaydi.

- **Madaniy kontekstga bog'liqligi:** Tijoriy nominatsiyalar ma'lum madaniy kontekstda yaratilganligi va qabul qilinishi hisobga olinishi zarur.

#### **Tilshunoslikdagi Tadqiqot Yondashuvlari:**

Tijoriy nominatsiyalar tilshunoslikning turli sohalarida, jumladan, leksikologiya, onomastika, semantika va pragmatikada tadqiq etiladi. Asosiy yondashuvlar:

- **Onomastik yondashuv:** Bu yondashuv tijoriy nominatsiyalarni o'ziga xos nomlar sifatida o'rganadi. Ularning tuzilishi, kelib chiqishi, semantik xususiyatlari va funksiyalarini tahlil qiladi. Nomlashning turli usullarini, masalan, kompozitsiya, derivatsiya, qisqartirish va boshqalarni tahlil qiladi.

- **Leksikologik yondashuv:** Bu yondashuv tijoriy nominatsiyalarning leksik tizimdagi o'rnini, ularning sinonimlari, antonimlari va boshqa leksik munosabatlarini o'rganadi. Yangi

so'zlarning paydo bo'lish mexanizmlari va ularning leksik tizimga integratsiyalashuvi tahlil qilinadi.

- **Semantik yondashuv:** Bu yondashuv tijoriy nominatsiyalarining ma'nosini, ularning denotatsiyasi va konnotatsiyasini, shuningdek, ularning ma'nosi kontekstga qanday bog'liqligini o'rganadi. Semantik metaforalar, metonimiyalar va boshqa semantik vositalarning roli tahlil qilinadi.

- **Pragmatik yondashuv:** Bu yondashuv tijoriy nominatsiyalarning kommunikativ funksiyasini, ularning tinglovchiga ta'sirini va maqsadli auditoriyaga qaratilganligini o'rganadi. Reklama va brendlash strategiyalari bilan ularning bog'liqligi tahlil qilinadi.

- **Kognitiv yondashuv:** Bu yondashuv tijoriy nominatsiyalarni inson ongi va bilimlarining mahsuli sifatida o'rganadi. Ularning yaratilishi va qabul qilinishida kognitiv jarayonlarning rolini tahlil qiladi.

#### **Tadqiqot Tamoyillari:**

Tijoriy nominatsiyalarni tilshunoslikda tadqiq qilish quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

- **Komplekslik:** Tijoriy nominatsiyalarni o'rganishda turli tilshunoslik sohalarining yondashuvlarini birlashtirish zarur.

- **Sistemalik:** Tijoriy nominatsiyalarni tilning umumiy tizimi doirasida o'rganish kerak.

- **Funksionallik:** Tijoriy nominatsiyalarning asosiy funksiyalari – ma'lumot berish, brendni tanib olishni ta'minlash va iste'molchilarga ta'sir ko'rsatish – hisobga olinishi kerak.

- **Kontekstuallik:** Tijoriy nominatsiyalarning ma'nosi va funksiyasi ularning ishlatilgan kontekstga bog'liq.

- **Tarixiylik:** Tijoriy nominatsiyalarning paydo bo'lish tarixi va evolyutsiyasi o'rganilishi zarur.

- **Kulturaviylik:** Tijoriy nominatsiyalarni milliy va madaniy kontekstda tahlil qilish muhim ahamiyatga ega.

#### **Tijoriy Nominatsiyalarni O'rganish Usullari:**

Tijoriy nominatsiyalarning tilshunoslikda tadqiq etilishi quyidagi usullar orqali amalga oshiriladi:

- **Diskursiv tahlil:** Tijoriy matnlarni (reklama, veb-saytlar, kataloglar va h.k.) tahlil qilish orqali tijoriy nominatsiyalarning funksiyasi va ta'sirini o'rganish.

- **Korpus lingvistikasi:** Katta hajmdagi tijoriy matnlar to'plamini (korpus) tahlil qilish orqali tijoriy nominatsiyalarning tarqalishi, chastotasi va foydalanish xususiyatlarini aniqlash.

• **Eksperimental tadqiqotlar:** Respondentlar bilan o'tkaziladigan so'rovnomalar, testlar va eksperimentlar orqali tijoriy nominatsiyalarning qabul qilinishi va ta'sirini o'rganish.

• **Kognitiv eksperimentlar:** Assotsiativ testlar, prototipik tasvirlarni yaratish va boshqa kognitiv usullar orqali tijoriy nominatsiyalarni qabul qilish va qayta ishlash jarayonlarini o'rganish.

• **Kompyuter lingvistikasi usullari:** Mashina o'rganish va tabiiy tilni qayta ishlash texnologiyalaridan foydalanib, tijoriy nominatsiyalarning avtomatik tahlilini amalga oshirish.

#### **Tadqiqotning Amaliy Ahamiyati:**

Tijoriy nominatsiyalarni tilshunoslikda tadqiq qilishning amaliy ahamiyati juda katta. Ushbu tadqiqotlar natijalari quyidagi sohalarida qo'llanilishi mumkin:

• **Brendlash:** Muvaffaqiyatli brend nomlari yaratish uchun tilshunoslik prinsiplaridan foydalanish.

• **Reklama:** Samarali reklama kampaniyalarini yaratishda tijoriy nominatsiyalarning ta'sirini hisobga olish.

• **Marketing:** Bozor tadqiqotlari va iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilishda tijoriy nominatsiyalarning rolini o'rganish.

• **Tarjima:** Tijoriy nominatsiyalarni turli tillarga to'g'ri va samarali tarjima qilish.

• **Qonun hujjatlari:** Tijoriy nominatsiyalarning huquqiy himoyasini ta'minlash.

Tijorat nominatsiyalarining o'rganilishida sociolingvistik tamoyil, ya'ni ijtimoiy omillarni hisobga olish zarur. Tijorat atamalari, ayniqsa, marketing va reklama sohalarida, o'zining auditoriyasiga qarab turlicha bo'lishi mumkin. Misol uchun, yoshlar uchun ishlab chiqilgan mahsulotlarga mo'ljallangan atamalar o'ziga xos bo'lishi mumkin. Shuningdek, geografik va madaniy farqlar ham tijorat atamalarining shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi. Tijorat nominatsiyalarining konteksti ularga qarashda muhim rol o'ynaydi. Har bir tijorat atamasi o'zining ishlatilgan joyiga qarab turli ma'nolarni anglatishi mumkin. Masalan, "brand" (brend) atamasi marketingda bir mahsulotni, xizmatni yoki kompaniyani anglatish mumkin, ammo boshqa kontekstlarda bu atama boshqa ma'nolarni ifodalashi mumkin. Shuning uchun, tijoriy nominatsiyalarni o'rganishda kontekstual yondashuv tamoyili alohida ahamiyatga ega. Tijoriy nominatsiyalarni o'rganishda interdisiplinerlik tamoyili muhim ahamiyatga ega. Tijorat terminlari nafaqat tilshunoslik, balki iqtisodiyot, marketing, psixologiya va boshqa fanlar bilan ham chambarchas bog'liqdir. Shuning uchun, bu

atamalarni tahlil qilishda turli sohalarning nazariy va amaliy jihatlarini birlashtirilishi kerak. Interdisiplinerlik tamoyili tijorat terminologiyasining to'liq tushunilishiga yordam beradi.

**Xulosa.** Tijoriy nominatsiyalarni tilshunoslikda tadqiq etish – zamonaviy tilshunoslikning dolzarb masalalaridan biridir. Ushbu tadqiqotlar tilshunoslik nazariyasini boyitadi va amaliy ahamiyatga ega bo'lgan natijalar beradi. Kelajakda ushbu sohadagi tadqiqotlar yanada kengayib, yangi usullar va yondashuvlar qo'llanilishi kutuladi. Tijoriy nominatsiyalarni tilshunoslikda tadqiq etish, nafaqat iqtisodiy va ijtimoiy jarayonlarni tushunishga, balki tilning o'zgaruvchan va dinamik tabiatini anglashga yordam beradi. Tijorat terminlarining tilshunoslikda o'rganilishi turli yondashuvlar va tamoyillarni qo'llashni talab etadi. Leksikologik, pragmatik, sociolingvistik va korpus lingvistika yondashuvlari bu tadqiqotlarda muhim ahamiyatga ega bo'lib, tijorat atamalarining ijtimoiy va kommunikativ rolini aniqlashda yordam beradi. Shu bilan birga, tijorat terminologiyasining o'rganilishi interdisiplinerlik, dinamiklik, kontekstual yondashuv va sociolingvistik tamoyillarga asoslanadi. Bu tamoyillar tijorat atamalarining o'zgarishini, ishlatilish kontekstini va ijtimoiy ahamiyatini tushunishda muhim vositalardir.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Aliyeva, R. (2020). "Tijorat tilshunosligi: konseptual yondashuvlar va yangi yo'nalishlar." Tashkent: Uzbek National University.
2. Ismailova, F. (2018). "Tijorat sohasidagi terminologiya: leksik va pragmatik yondashuvlar." "Lingvistik tadqiqotlar" jurnali, 3(2), 45-60.
3. Shukurova, D. (2021). "Sociolingvistika va tijorat tilshunosligi: o'zaro bog'liqlik." "Ijtimoiy tilshunoslik" jurnali, 5(1), 24-33.
4. Sadykova, Z. (2019). "Korpus lingvistika: tijorat terminologiyasining yangi yondashuvi." "Korpus tilshunosligi" jurnali, 2(4), 12-19.
5. Tashkent State University of Economics (2022). "Globalizatsiya va tijorat terminologiyasi." Tashkent: TSEU Press.