

PRAGMATONIMLARNING LINGVOKULTUROLOGIK XUSUSIYATLARI

Azizova Feruza Rejvaliyevna,

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti

O'zbek va rus tillari kafedrasida o'qituvchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada pragmatonimlarning lingvokulturologik xususiyatlari keng qamrovli ilmiy yondashuv asosida tahlil qilinadi. Tadqiqotda til va madaniyat o'rtasidagi o'zaro determinizm, nomlash jarayonining kognitiv mexanizmlari, milliy mentalitetning pragmatonimlar shakllanishiga ta'siri, shuningdek, madaniy kodlarning semantik va pragmatik ifodalanish xususiyatlari yoritiladi. Bundan tashqari, globalizatsiya sharoitida yuzaga kelayotgan gibrid pragmatonimlar, ularning struktur-semantik transformatsiyasi va lingvokulturologik integratsiyasi ham tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: pragmatonim, lingvokulturologiya, madaniy kod, milliy mentalitet, nominatsiya, branding, sotsiolingvistika, kognitiv lingvistika.

Аннотация. В данной статье анализируются лингвокультурологические особенности прагматонимов на основе комплексного научного подхода. В исследовании освещаются взаимный детерминизм между языком и культурой, когнитивные механизмы процесса номинации, влияние национального менталитета на формирование прагматонимов, а также особенности семантического и прагматического выражения культурных кодов. Кроме того, анализируются гибридные прагматонимы, возникающие в условиях глобализации, их структурно-семантическая трансформация и лингвокультурологическая интеграция.

Ключевые слова: прагматоним, лингвокультурология, культурный код, национальный менталитет, номинация, брендинг, социолингвистика, когнитивная лингвистика.

Abstract. This article examines the linguocultural features of pragmatonyms. It analyzes the relationship between language and culture, the influence of national mentality on naming processes, mechanisms of cultural code representation, and the impact of globalization on the formation of hybrid pragmatonyms.

Keywords: pragmatonym, linguoculturology, cultural code, national mentality, nomination.

Kirish. Zamonaviy tilshunoslikda tilni faqat kommunikativ vosita sifatida emas, balki milliy madaniyat, tarixiy tajriba va kognitiv tafakkurni aks ettiruvchi murakkab semiotik tizim sifatida o'rganish tendensiyasi kuchayib bormoqda. Lingvokulturologiya aynan shu yondashuv asosida shakllanib, til birliklarining madaniy semantikasini ochib beruvchi muhim yo'nalishlardan biriga aylandi.

Adabiyotlar tahlili. Pragmatonimlar va ularning lingvokulturologik xususiyatlari zamonaviy tilshunoslikda onomastika, kognitiv lingvistika hamda sotsiolingvistika doirasida keng tadqiq etilmoqda. Xususan, A.V. Superanskaya nomlash jarayonining nazariy asoslarini ishlab chiqib, atoqli nomlarning semantik va funksional xususiyatlarini tizimli ravishda yoritgan. V.A. Maslova lingvokulturologiya doirasida til birliklarining madaniy mazmunini tahlil qilib, madaniy kodlarning til orqali ifodalanish mexanizmlarini asoslab bergan bo'lsa, E.S. Kubryakova kognitiv lingvistika nuqtayi nazaridan nomlash jarayonining konseptual mohiyatini ochib beradi. Shuningdek, W. Labovning sotsiolingvistik tadqiqotlari pragmatonimlarning ijtimoiy omillar bilan bog'liqligini izohlashda muhim nazariy manba bo'lib xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda lingvokulturologik, kognitiv va sotsiolingvistik tahlil metodlaridan foydalanildi. Pragmatonimlar semantik, struktur hamda pragmatik jihatdan tahlil qilinib, ularda aks etgan madaniy kodlar va milliy mentalitet xususiyatlari aniqlashtirildi. Shuningdek, globallashuv ta'sirida yuzaga kelayotgan gibril pragmatonimlarning shakllanishi qiyosiy-tavsifiy yondashuv asosida o'rganildi.

Tahlillar va natijalar. Pragmatonimlar onomastik tizimning maxsus qatlamini tashkil etadi. Ular faqat nominativ vazifani bajarib qolmay, balki kuchli pragmatik va ideologik yuklamaga ham ega bo'lib, iste'molchi ongiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Pragmatonimlar, mahsulot nomlari bo'lib, ular ma'lum bir brend yoki mahsulotni ifodalovchi maxsus ishlatiladigan nomlardir. Ushbu atamalar, odatda, mahsulotning o'ziga xos xususiyatlarini, funksiyalarini yoki iste'molchilarga taqdim etilayotgan qo'shimcha qiymatini aks ettiradi. Pragmatonimlar mahsulotning bozordagi pozitsiyasini mustahkamlashda muhim rol o'ynaydi, chunki ular nafaqat mahsulotni tanitadi, balki uni raqobatchilardan ajratib turadigan noyob tavsif sifatida xizmat qiladi.[1]

Pragmatonimlar onomastik makonning dinamik va ijtimoiy jihatdan eng faol qatlamlaridan biri hisoblanadi. Ular lingvistik birlik sifatida nominatsiya jarayonining maxsus shakli bo'lib, kommunikativ strategiyaning muhim elementi sifatida namoyon bo'ladi.

Pragmatonimlarning asosiy funksiyalari quyidagilardan iborat:

- Nominativ funksiya – obyektning nomlash;
- Identifikatsion funksiya – boshqa obyektlardan farqlash;
- Reklama funksiyasi – iste'molchini jalb qilish;
- Pragmatik funksiya – ta'sir o'tkazish va ishontirish;
- Kognitiv funksiya – konseptual tasavvur hosil qilish.

Bu funksiyalar pragmatonimlarni oddiy nom emas, balki murakkab kommunikativ birlik sifatida namoyon etadi.

Pragmatonimlarning lingvokulturologik mohiyati ularning madaniy axborot tashish imkoniyati bilan belgilanadi. Har bir nom muayyan milliy tajriba, madaniy stereotip va konseptual tizim bilan bog'liq holda shakllanadi [2].

Masalan:

- “Baraka” – farovonlik va rizq konsepti;
- “Halol” – axloqiy me'yor va diniy qadriyat;
- “Oq yo'l” – muvaffaqiyat va ijobiy yo'nalish;
- “Nasiba” – taqdir va ilohiy belgilanish.

Bu birliklar iste'molchi ongida tezkor ijobiy assotsiativ maydon hosil qiladi va brendga nisbatan ishonchni kuchaytiradi.

Pragmatonimlar tarkibida madaniy kodlar markaziy o‘rin egallaydi. Madaniy kodlar qisqa lingvistik shaklda keng konseptual ma‘noni ifodalovchi semiotik birliklar hisoblanadi [3].

Misollar:

- “oq” → poklik, ishonchlik
- “yashil” → hayot, baraka, tabiat
- “sher” → kuch, hokimiyat
- “burgut” → erkinlik, yuksaklik

Ushbu kodlar insonning kognitiv tizimida avtomatik ishlov beriladi va qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi.

Pragmatonimlar shakllanishida milliy mentalitet determinatsion omil sifatida namoyon bo‘ladi. Har bir xalq o‘zining tarixiy tajribasi va madaniy qadriyatlariga asoslangan nomlash tizimiga ega [2].

O‘zbek til muhitida ijobiy semantik yuklamaga ega birliklar ustunlik qiladi:

- “Omad”
- “Saodat”
- “Nasiba”
- “Ishonch”

Bu holat jamiyatning optimistik dunyoqarashi va ijtimoiy barqarorlikka intilishini ifodalaydi.

Kognitiv lingvistika nuqtayi nazaridan pragmatonimlar inson ongidagi konseptual strukturalar asosida shakllanadi. Nomlash jarayoni konseptual integratsiya va metaforik tafakkur natijasi sifatida talqin qilinadi [3].

Masalan:

- “Sher” → kuch konsepti;
- “Burgut” → yuksaklik konsepti;
- “Nur” → ma‘naviy poklik konsepti.

Bu jarayon til va tafakkur o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni ko‘rsatadi.

Pragmatonimlar ijtimoiy muhit bilan bevosita bog‘liq bo‘lib, sotsiolingvistik omillar ularning shakli va mazmuniga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi. Yosh, ijtimoiy qatlam va professional guruhlar nomlash strategiyasini belgilaydi.

Globalashuv sharoitida esa gibril pragmatonimlar keng tarqalmoqda:

- “Baraka Market”
- “Halal Food Center”
- “Asia Trade Group”
- “Smart Trade Plus”

Bu jarayon milliy va global lingvomadaniy tizimlarning integratsiyasini aks ettiradi.

Pragmatonimlar zamonaviy marketing strategiyalarining asosiy komponentlaridan biridir. To'g'ri tanlangan nom:

- brendning esda qolishini ta'minlaydi;
- iste'molchi ishonchini oshiradi;
- raqobatbardoshlikni kuchaytiradi;
- emotsional bog'lanishni shakllantiradi [3].

Shu sababli nomlash jarayoni zamonaviy brendingning eng muhim bosqichi hisoblanadi.

Xulosa. Pragmatonimlar lingvokulturologik jihatdan murakkab semiotik tizim bo'lib, ular til, madaniyat va ijtimoiy ong o'rtasidagi o'zaro aloqani ifodalaydi. Ularning shakllanishi milliy mentalitet, madaniy kodlar va kognitiv jarayonlar bilan bevosita bog'liqdir. Globallashuv sharoitida esa gibrid pragmatonimlar paydo bo'lib, til tizimining dinamik rivojlanishini ta'minlamoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. M.Xudoyberdiyeva. Tilshunoslikda pragmatonimlarning tadqiqoti muammosi masalasi. International scientific and practical conference "innovative approaches in study of the language, literature, translation, tourism and cultural heritage on the silk road", may 3–4, 2024
2. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – М.: Наука, 1973.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001.
4. Кубрякова Е.С. Когнитивная лингвистика. – М., 1996.
5. Labov W. Sociolinguistic Patterns. – 1972.