

GEMERONIMLARNING VAZIFAVIY XUSUSIYATLARI

*Sapayeva Boljon Qadamovna, Urganch davlat universiteti
“Boshlang‘ich talim metodikasi” kafedrasida katta o‘qituvchisi*

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГЕМЕРОНИМА

*Сапаева Болжон Кадамовна, Ургенчский государственный
университет, старший преподаватель кафедры “Методика
начального образования”*

FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF HEMERONYM

*Sapayeva Boljon Kadamovna, Urgench State University senior
teacher of the Department “Methodology of primary education”*



<https://orcid.org/0000-0002-3839-8611>

e-mail:

sapayeva-1980@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada gemeronim tushunchasi, gemeronimlarning o‘zbek tilshunosligida o‘rganilishi, ularning vazifaviy xususiyatlari yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: gemeronim, gazeta, jurnal, radio, televideniye, internet sayt.

Аннотация. В данной статье раскрывается понятие гемеронима, изучение гемеронимов в узбекском языкознании, их функциональные характеристики.

Ключевые слова: гемероним, газета, журнал, радио, телевидение, сайт.

Abstract. In this article, the concept of hemeronym, the study of hemeronyms in uzbek linguistics, and their functional characteristics are explained.

Keywords: hemeronym, newspaper, magazine, radio, television, web-site.

Kirish. O‘zbek tili lug‘at tarkibi atoqli otlarga boy bo‘lsa-da, biroq ularning barchasi ilmiy manbalarda maxsus o‘rganilmagan. Ana shunday yetarli o‘rganilmagan atoqli ot turlaridan biri gemeronimlardir.

N.V.Podolskaya lug‘atida gemeronim termini yunoncha *gemero* (hemero) “kun”, “sutka” ma’nosini, *onim* (onuma) – “nom” ma’nosini anglatib, davriy nashrlarning nomlari tushunilishi haqida ma’lumot berilgan.[1] I.V.Kryukova tadqiqotida davriy nashrlar ommaviy axborot vositalarining bir turi ekanligi, radio, televidenie, video va kinoxronikal dasturlar ham *gemeronim* termini ostida o‘rganilishini ta’kidlaydi.[2]

O‘zbek gemeronimlari boshqa atoqli otlar kabi tilimiz boyligining tarkibiy qismi hisoblanadi. O‘zbek tili keyingi bir yarim asr ichida yuzaga kelgan xilma-xil gemeronimlarga juda boy bo‘lib, bu nomlar o‘zbek xalqining uzoq madaniy va ma’naviy qadriyatining ajoyib durdonalaridan biridir.

Nashriyot-matbaa ishlarining rivojlanishi gemeronimlarning paydo bo‘lishiga sabab bo‘ldi. Chunki, bu nomlarda xalqimiz bosib o‘tgan ziddiyatli tarixiy yo‘l, keng ommaning turli-tuman orzu-umidlari, armonlari, falsafiy, diniy ma’naviy-axloqiy, tarbiyaviy-estetik qarashlari, turli siyosiy davrlar haqida guvohlik beruvchi e’tiqodlari, insonlarga bo‘lgan munosabati o‘z ifodasini topgan. Shu nuqtayi nazardan olib qaraydigan bo‘lsak, ayrim gemeronimlarda ham tarix yashiringan desak, xato bo‘lmaydi.

Adabiyotlar tahlili va metod. Jahon tilshunosligida gemeronimlar tadqiqi bo‘yicha amalga oshirilgan ishlarga tayanilgan holda rus tilshunosligida bu sohada muayyan ishlar qilingan. Jumladan, N.B.Podolskaya [1], I.B.Kryukova [2], T.I.Kravets [3] ishlarini aytish mumkin.

O‘zbek tilshunosligida davriy nashrlar nomlari xususida H.Bektemirov, N.Oxunov, I.Toshaliyev ka-

bilarning ishlarida ayrim fikr-mulohazalar bayon etib o'tilgan, lekin maxsus tadqiqotlar yo'q. E.Begmatov tomonidan tuzilgan bibliografik ko'rsatkichda mavzuga doir ikkita maqola ko'rsatilgan.

Gazeta, jurnal, radiokanal, telekanal, ko'rsatuv va eshittirishlarga nom qo'yish mas'uliyatli vazifa. Nom muvaffaqiyatli chiqishi uchun nafaqat til qoidalariga amal qilish, balki xalqning milliy-madaniy qadriyatlari, odob-axloq me'yorlari, dunyo-qarashi, shuningdek, gazeta, jurnal, ko'rsatuv va eshittirish haqidagi tasavvurlarini ham inobatga olish lozim bo'ladi.

Muhokama va natijalar. Nom qo'yish o'z-o'zidan bo'lmaydi. Qo'yilayotgan nomlarga bir qator vazifalar yuklatiladi. Chunki, qo'yilayotgan nom orqali gazetxon, tomoshabin yoki tinglovchi bilan dastlabki muloqot qilinadi. Aksariyat olimlar nom uchun asosan uchta: atash (nominativ), xabar berish (informativ) va ma'lum qilish (reklama) vazifasi xos bo'lib, ular o'rtasida o'zaro bog'liqlik bor deb hisoblashadi. Gazeta sarlavhalari stilistikasi bo'yicha tadqiqot olib borgan I.Toshaliyev [4] sarlavhalar quyidagi vazifalarni bajarishi mumkinligini aytib o'tadi: 1) atash; 2) farqlash; 3) xabar berish; 4) reklama qilish; 5) ishontirish; 6) ko'rsatma berish; 7) tashviq qilish; 8) murojaat qilish; 9) ixcham izoh va boshqalar. Gemonimlarda ham xuddi shunday vazifalar mavjudligi aniqlandi.

Atash vazifasi. Har qanday nom, eng avvalo, atash vazifasini bajaradi. Chunki u o'zi belgilab, ko'rsatib kelayotgan gazeta, jurnal, telekanal, radiokanal, teleko'rsatuv yoki radioeshittirishning nomi hisoblanadi. Ular haqidagi ma'lumotlar dastlab unga qo'yilgan nom orqali ma'lum bo'ladi. Gemonimlar o'zlari nomlayotgan narsa (gazeta, jurnal, telekanal, radiokanal, teleko'rsatuv yoki radioeshittirish) mazmuni bilan bog'liq bo'ladi; gemonim ularning mazmunidan, tabiatidan kelib chiqib qo'yiladi. Bu borada A.M.Peshkovskiyning quyidagi fikrlari ahamiyatlidir: "O'quvchi kitobni o'qishga kirishar ekan, uning mazmuni bilan qiziqadi va sarlavhada ana shu mazmunga qilingan ishorani yoki uning qisqa ifodasini ko'radi... Demak, kitobning nomi, har doim odatdagi nomlardan kengroqdir" [5]. Ushbu fikrlarni gemonimlar uchun ham tatbiq etsa bo'ladi. Ya'ni gazetxon (tomoshabin, tinglovchi) gazeta, jurnal,

teleko'rsatuv yoki radioeshittirishni tanlashdan oldin uning nomiga ahamiyat beradi.

Xabar berish (informativlik) vazifasi. Qo'yilayotgan nom nominativlik vazifasidan tashqari, gazeta, jurnal teleko'rsatuv, radioeshittirish yoki internet saytlarining mavzu doirasi haqida axborot beradi, ya'ni unda beriladigan material mazmunini o'ziga xos tarzda ma'lum darajada aks ettiradi. Masalan, "Axborot" ("O'zbekiston" telekanali) ko'rsatuv nomi uning so'nggi xabarlarni, yangiliklarni yetkazishini, "Salomatlik sirlari", "Sirli tabobat" gazetalari nomlari orqali ularning tibbiyotga oid, "O'zbekiston adabiyoti va san'ati" nomi gazetaning adabiyot va san'at masalalarini, "Ma'rifat" nomi gazetaning fan, ta'lim sohasi yangiliklarini, "Sport", "Inter futbol" nomlari esa sport mavzusini, *islom.uz*, *azon.uz*, *ahlisunna.uz* kabi internet saytlari nomlari esa ularning diniy mavzudagi materiallar yoritishi haqida ma'lumot berishi anglashilib turadi.

Reklama qilish vazifasi. Gemonimlar qisqa, lo'nda bo'lishi, o'zi haqida dastlabki ma'lumotni berishi bilan bir qatorda o'quvchi (tinglovchi, tomoshabin)ning diqqatini o'ziga tortishi, qiziqtirishi, uni o'qish (eshitish, ko'rish)ga "majbur eta olishi" ham zarur. Bu reklama vazifasidagi sarlavhalarda aniq ko'zga tashlanadi. Ular ko'pincha o'zining g'ayriodatiyligi, tasodifiyligi, asosiy fikr, voqea yoki hodisani aniq ko'rsatmasligi, lekin shunga ishora qilishi bilan ajralib turadi. Bu, odatda, ko'pchilikka tushunilishi qiyin, notanish so'zlarning, neologizmlar, okkazional yasalmalar, qisqartma so'zlarning va tasviriy-ta'sirchan vositalarning nom sifatida tanlanishi bilan bog'liq. Bu kabi so'zlarning qo'llanishi o'quvchi (tinglovchi, tomoshabin)ni o'ziga tortadi, qiziqishini orttiradi. Ularning mohiyati, mazmuni gazeta (eshittirish, ko'rsatuv)ni o'qib (tinglab, ko'rib) chiqqandan so'nggina noaniqlikka javob topadi. Masalan, "Sketch shou" ("Zo'r" TV) ko'rsatuvini o'qigan tomoshabin uning nima haqida ekanligiga qiziqadi va ana shu qiziqish ko'rsatuvni ko'rishga undaydi. "Baxshiyona" ("Madaniyat va ma'rifat" telekanali), "Demak-emak", "Ha-ha-ha" ("Mahalla" telekanali), "A...kula" ("Milliy" telekanal) ko'rinishidagi noodatiy yasalmalar ham o'quvchi (tomoshabin, tinglovchi)ni o'ziga tortadi, qiziqishini orttiradi.

Reklamalilik, ko'rgazmalilik va ta'sirchanlik vazifalari ham qo'yilayotgan nomda o'z aksini topadi. To'g'ri tanlangan til birligi mavzuni ifodalash bilan birga ma'lum ekspressiv-stilistik vazifani ham bajaradi. Masalan: "Salomatlik sirlari", "Dildagi gap", "Noyob dunyo" gazetalari, "Renessans yoshlari", "Har kuni million" ("Yoshlar" telekanali), "Toshkent tilsimlari" ("O'zbekiston tarixi" telekanali) kabi ko'rsatuvlar nomlarida ham reklamalilik, ham ta'sirchanlik vazifalari mujassamlashganligini ko'rishimiz mumkin.

Farqlash vazifasi. Har qanday nom nimanidir belgilash, atash va shu orqali uni boshqa narsalardan farqlash, ajratish zaruratidan kelib chiqadi. Xuddi shu kabi gemeronimlar ham gazeta, jurnal, telekanal, radiokanal, ko'rsatuv, eshittirish yoki internet saytlari nomlarini bir-biridan ajratib ko'rsatadi. Gazeta, jurnal, telekanal, radiokanal, ko'rsatuv, eshittirish yoki internet saytlari nomlari o'quvchi (tomoshabin, tinglovchi)ga zarur axborotni topishga, eng muhim va qiziqarlisini tanlab olishga yordam beradi.

Gemeronimlarning farqlash vazifasi reklama qilish, jalb qilish vazifasi bilan chambarchas bog'liq bo'ladi va bu ularning xabar berish (informativlik) xususiyatidan kelib chiqadi.

Ishontirish vazifasi. O'quvchi (tinglovchi, tomoshabin)ga biror fikrni o'tkazish, unga ishontirish, ko'zlangan asosiy fikr orqasidan ergashtirish qo'yilgan nomdan boshlanadi. Bu xususiyat ilgaridan aniqlangan, isbotlangan, munozara talab qilmaydigan hukm shaklidagi gemeronimlarda ko'proq kuzatiladi. Masalan, "Kuch – adolatda" (gazeta), "Jinoyat jazosiz qolmaydi", "Otlar so'zi – aqlning ko'zi" ("O'zbekiston" telekanali), "Til – millat ko'zgusi" ("Bolajon" telekanali) kabi. Bu xildagi gemeronimlar ma'lum bir fikrni tasdiqlaydi, mustahkamlaydi. Gemeronimlarning ishontirish vazifasi uning ko'rsatma berish vazifasi bilan bog'lanib ketadi.

Ko'rsatma berish vazifasi. Kundalik hayotning, ishlab chiqarishning muhim sohalari bilan bog'liq zarur masalalar ko'tarib chiqiladigan gazeta, jurnal, ko'rsatuv, eshittirish va internet saytlari nomlari o'quvchi (tomoshabin, tinglovchi)ga ma'lum yo'l-yo'riqlar, ko'rsatmalar berish vazifasini bajaradi. Jumladan, "Birga sog'lom bo'laylik" ("Mahalla" telekanali), "O'zbekiston –

umumiy uyimiz" ("O'zbekiston" radiokanali), "Bizdan obod Vatan qolsin" ("Madaniyat va ma'rifat" telekanali), "Hidoyat sari" ("O'zbekiston" telekanali), "Yoshlar uchun" ("Yoshlar" radiokanali), "Salomatlik sari" ("Oriyat-dono" radiosi), "Sog'lom avlod uchun" (jurnal) kabi.

Tashviq qilish vazifasi. Gemeronimlarning o'ziga xos vazifalaridan biri tashviqot qilishdir. Chunki nom anglatgan xabar odatda ma'lum maqsadga yo'naltirilganligi bilan ajralib turadi. Bu ko'pincha da'vat etish, ishontirish kabi vazifalar bilan bog'liq holda namoyon bo'ladi. Bu, o'z navbatida, o'quvchi (tinglovchi, tomoshabin) lar ongiga, his-tuyg'usiga ta'sir etishni ham nazarda tutadi. "Birgalikda o'qiymiz" ("Madaniyat va ma'rifat" telekanali), "Uyg'onamiz" ("Milliy" telekanali), "Huquqingiz – amalda" ("Yoshlar" radiokanali) kabi.

Murojaat qilish vazifasi. Gemeronimlar o'quvchi (tomoshabin, tinglovchi)ga bevosita murojaat qilish, ularni suhbatga tortish (go'yo ular bilan yuzma-yuz suhbatlashayotgandek) vazifasida ham keladi. Bu ular bilan bevosita aloqa bog'lashga, yaqin munosabat o'rnatishga xizmat qiladi. "Bormisiz?" ("Yoshlar" telekanali), "Uxlamaysizmi?" ("Zo'r TV" telekanali), "Assalom, bolajon" ("Bolajon" telekanali), "Siz efindasiz" ("Madaniyat va ma'rifat" telekanali), "Esingdami seni?" ("Oriyat-dono" radiokanali) kabi.

Xulosa. Gemeronimlar o'z-o'zidan nomlanmaydi, shuningdek, ular bir qator vazifalarni bajaradi. Gemeronim tanlashda uning stilistik jihatdan to'g'riligi bilan birga ta'sirchanlik jihati va o'quvchi (tinglovchi, tomoshabin)ni qiziqтира olishini ham e'tiborga olish lozim. Gemeronimlar bajaradigan ushbu vazifalar o'zaro bog'liqlikda, aloqadorlikda yuzaga keladi; o'rni bilan muayyan bir gemeronimda u yoki bu vazifa kuchli yoki kuchsiz namoyon bo'ladi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М. : Наука, 1988. С. 46.
2. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград: Перемена, 2004. – С.32.
3. Кравец Т. И. Названия газеты: ономастиологические и стилистические аспекты, Екатеринбург, 2002.
4. Тошалиев И. Сарлавха стилистикаси. Т.1995. Б. 10
5. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. – М.:1934, С.183