

Navruza MAMAJONOVA,
Alfraganus universiteti Nodavlat oliy ta'lim muassasasi o'qituvchisi
Tel.: +998938031903

Filologiya fanlari doktori, professor v.b M.Saparniyozova taqrizi asosida

RESTORONIMLAR VA ULARNING MILLIY – MADANIY XUSUSIYATLARI (TOSHKENT SHAHRI OVQATLANISH SHAHOBCHALARI MISOLIDA)

Annotatsiya

Ushbu maqolada joy nomlarining bir tarmog'ini hisoblangan restoronimlarning milliy-madaniy xususiyatlari Toshkent shahridagi restoran nomlari misolida tahlil qilingan. Bunda restoran nomlarining kelib chiqish tarixi ham yoritilgan.

Kalit so'zlar: ergonim, restoronim, nomlash texnologiyasi, milliy, muvaffaqiyatli nom

РЕСТОРАНЫ И ИХ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ (В СЛУЧАЕ РЕСТОРАНОВ ГОРОДА ТАШКЕНТА)

Аннотация

В данной статье на примере ресторанных названий Ташкента анализируются национально-культурные особенности ресторанных названий, которые являются ответвлением топонимов. Также освещена история происхождения названий ресторанов.

Ключевые слова: эргоним, ресторانونим, технология нейминга, национальное, успешное имя

RESTAURANTS AND THEIR NATIONAL-CULTURAL CHARACTERISTICS (IN THE CASE OF TASHKENT CITY RESTAURANTS)

Annotation

In this article, the national-cultural characteristics of restaurant names, which are a branch of place names, are analyzed on the example of restaurant names in Tashkent. The history of the origin of restaurant names is also covered.

Key words: ergonim, restaurantonim, naming technology, national, successful name

Kirish. Mamlakatlar o'rtasida tashqi savdo-iqtisodiy va madaniy aloqalar rivojlanib borar ekan, bu, albatta, turmushimizning har bir sohasida yangi nomlar paydo bo'lishiga asos bo'ladi. Ana shunday hayotimizning turli jabhalarida paydo bo'layotgan nomlarni biz ergonimlar deb ataymiz.

Ergonim - jamiyat hayotining turli sohalarida (siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, ma'naviy) faoliyat yurituvchi korxonalar yoki tashkilotlarning nomi. Bularga ijodiy uyushmalar, xalqaro tashkilotlar, ta'lim muassasalari, sport jamiyatlari, firmalar, korporatsiyalar, savdo, ishlab chiqarish obyektlari misol bo'la oladi [1.28].

Mavzuga doir adabiyotlar tahlili. Ergonimlarning paydo bo'lishi o'tgan asrning 90-yillaridan boshlandi. Bugungi kunda biz uning turli tarmoqlarga, turli yo'nalishlarga ajralganini ko'rishimiz mumkin. E.Begmatov o'z tadqiqotida o'zbek tilida mavjud bo'lgan quyidagi atamalarni sanab o'tadi: antroponimiya, zoonimiya, teonimiya, toponimiya, kosmonimiya, fitonimiya, xrononim, politonim, ergonim, faleronim, dignitonim, poreyonim, mifonim, anemonim, stratonim, gemeronim, ideonim. Tadqiqotchi mana shu 19 ta atamaning 15 tasiga izoh berib, ularning aksariyati o'zbek tilshunosligida hali o'z tadqiqotchilarini kutib turganligini qayd qiladi [2.26-30].

Filologiya fanlari doktori M.Saparniyozova tadqiqotlarida esa bu jarayon batafsil yoritilib, ergonimlarning turli manbalardagi tarmoqlari nomi qayd etilgan. Bularga istorizmlar, oykomodonimlar, ergourbonimlar, firmonimlar, restoronimlar, trofonimlar, ergoreklamonimlar, glyuttonik pragmatonimlar kiradi [1.35]. Bular ichida restoronimlar ham hali tadqiq etilmagan mavzulardan biridir.

Restoronimlar- restoran nomlaridir.

Umuman olganda obyektlarni nomlash texnologiyasi quyidagi tamoyillarga asoslanishi lozim:

-o'zbek adabiy tili me'yorlariga amal qilishi

-o'zbek xalqi milliy mentalitetiga mos ekanligi

-aniqligi va qisqaligi

-o'ziga jalb qilish xususiyati- reklama samaradorligiga ega bo'lishi

-obyekt faoliyati bilan uyg'unlikni hosil qilishi lozim. [3.9]

Ana shu tamoyillarga mos keladigan nomlarni tanlash nomlanayotgan obyektga muvaffaqiyat keltiradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Bugungi kunda restoran nomlarini tanlashda bu tamoyillardan faqat reklama samaradorligiga ega bo'lish tamoyiliga ko'proq amal qilinayotganligi ko'zga tashlanadi.

Toshkent shahri misolida olib qaraydigan bo'lsak, restoran nomlarini yaratishda xorij so'zlaridan juda ko'p foydalanilganligiga guvoh bo'lamiz. Masalan, "AMARETTO", "AMIGO", "ANGEL'S PIZZA", "BARBARIS", "BARBEQUE BURGER", "BARBOSS", "CAKE BAKE", "CAKE LAB", "CALDO" kabilar. Bunday nomlarni tanlashdan asosiy maqsad iste'molchilarni e'tiborini o'ziga jalb qilish va reklama qilishdir. Bu albatta shu restoran egasi uchun foyda olib kelishi mumkin. Toshkent shahridagi restoran nomlarini ko'rib chiqamiz.

ARBAT Restoran nomi. Nomlashning onomastik (mashhur nomlar bilan atash) usuli qo'llangan. Nomga Moskva shahrining qadimiy markaziy ko'chalaridan birining nomi bo'lgan *Arbat* so'zi asos bo'lgan. Nomlovchi mazkur mashhur nom vositasida mijozlarning e'tiborini tortishni maqsad qilib qo'ygan.

APRIL VERDANT RESTAURANT Restoran nomi. Nomlashning xorijiy so'zlardan foydalanish usuli qo'llangan. Inglizcha *april* (*aprel oyi*), *verdant* (*yam-yashil, yashil o'tloq, yashillikka burkangan joy*), *restaurant* (*restoran*) so'zlari birikuvidan hosil qilingan bo'lib, "Apreldagi yashillik restorani" ma'nosini anglatadi.

ART-HILAL Restoran nomi. Nomlashning xorijiy so'zlardan foydalanish usuli qo'llangan. Inglizcha *art* so'zi *san'at* ma'nosini bildirib, buyum, surat, musiqa singari ijodiy ishlarni yaratish bilan shug'ullanuvchi faoliyat turiga nisbatan qo'llanadi. *Hilal* arab tilidan olingan so'z bo'lib, *oy* ma'nosini bildiradi. *Art* va *Hilal* o'rtasiga chiziqcha qo'yilishiga ehtiyoj yo'q, *Hilal Art* tarzida to'g'ri bo'ladi.

Axtamar. Restoran nomi. Nomlashning xorijiy soʻzlardan foydalanish usuli qoʻllangan. Oʻrta asr arman meʼmoriy yodgorliklarining noyob namunalarini saqlangan Van koʻlidagi orol (hozirgi Turkiya hududida), Arsrundiylar (arman) podshoxlari qarorgohining nomidan olingan.

Lekin shu restoranlarga mos oʻzbekcha nomlar tanlash yanada maqsadga muvofiq. Bu birinchi navbatda tilimizga boʻlgan hurmatning ifodasidir. Masalan **CENTRAL ASIAN PLOV CENTRE** Restoran nomi (Toshkent). Nomlashning xorijiy soʻzlardan foydalanish usuli qoʻllangan. Inglizcha *Central Asian (Markaziy Osiyo)*, oʻzbek tilidan oʻzlashgan *plov (palov)* hamda *centre (markaz)* soʻzlari birikuvidan hosil boʻlgan. Ushbu nomni oʻzbek tiliga **Markaziy Osiyo palov markazi** tarzida oʻgʻirish mumkin.

Nomlashning milliylik tamoyiliga mos ravishda restoranni **Osh markazi** deb nomlash maqsadga muvofiq. Zero bugungi kun oʻzbek tilining dunyo boʻylab tanilishini taqozo etmoqda. Shunga koʻra Toshkent shahridagi restoran nomlarini koʻrib chiqamiz.

Afsona Oilaviy restoran nomi. Nomlashda soʻzning assotsiativ maʼnolariga asoslanish usuli qoʻllangan. Nomga “ogʻizdan-ogʻizga oʻtib kelgan rivoyat”, “aql bovar qilmaydigan hodisa” kabi maʼnolarda qoʻllanuvchi *afsona* soʻzi asos boʻlgan. Nom vositasida kelib chiquvchi “restoranimizdagi taomlar afsonalardagi kabi mazali” assotsiatsiyalari restoranning samarali reklamasi uchun xizmat qiladi.

ADRAS. Nomlashning etnomadaniy soʻzlardan foydalanish usuli qoʻllangan. *Adras* soʻzi adresat tasavvurida ushbu matoning kamalak ranglarini jonlantirib, uning kayfiyatiga ijobiy taʼsir qilib, xuddi kamalakdek turfa xil taomlar tayyorlanishiga ishora qiladi. Chet ellik sayyohlarning esa oʻzbek milliy hunarmandchilik sanʼati xususidagi tasavvurlarini boyitadi.

BAHOR Restoran nomi.. Nomlashning soʻzning assotsiativ maʼnolariga asoslanish usulidan foydalanilgan. Adresatda bahor fasli, tabiat goʻzalligi haqidagi assotsiatsiyalarni yuzaga keltirib, uning ruhiyatida ijobiy his-tuygʻularni paydo qiladi va restoran reklamasiga samarali xizmat qiladi.

BOGʻI CHINOR. Restoran nomi. Nomlashning tarixiy joy maʼnosiga asoslanish usulida foydalanilgan. Restoranim mashhur tarixiy shaxs Amir Temur qurdirgan mashhur bogʻ nomiga asoslangan.

Tahlil va natijalar. Prezidentimiz oʻz nutqida bunday muammolarga eʼtibor qaratar ekan, quyidagilarni alohida taʼkidladi: “Jamiyatimizda til bilan bogʻliq eng koʻp muhokama qilinayotgan, haqli eʼtirozlarga sabab boʻlayotgan mavzu – bu joy nomlarini belgilash masalasi desak, xato boʻlmaydi. Afsuski, jamoat joylarida, koʻchalarda, binolar peshtoqida toponimik belgilar, turli lavha va reklamalar koʻpincha xorijiy tillarda, maʼnaviyatimizga yot mazmun va shakllarda aks ettirilmoqda. Bu davlat tili talablariga, milliy madaniyat va qadriyatlarimizga bepisandlikdan, umumiy savodxonlik darajasi esa tushib ketayotganidan dalolat beradi. Shu munosabat bilan Vazirlar Mahkamasi Atamalar komissiyasi bilan birgalikda ushbu masalalarni keng jamoatchilik ishtirokida jiddiy oʻrganib chiqishi va tartibga solishi zarur. Chunki ijtimoiy obyektlarga nom berish – bu shunchaki shaxsiy yoki xususiy ish emas. Bu barchamizning vatanparvarlik va maʼnaviy saviyamizni yaqqol koʻrsatadigan oʻziga xos mezondir. Buni hech kim hech qachon unutmashligi kerak. Biz xalqimizning taqdiri, ertangi kuni haqida oʻylar ekanmiz, eng avvalo, millatimizning asl fazilatlarini, goʻzal urf-odatlarimiz, betakror sanʼatimiz va adabiyotimizni, ona tilimizni koʻz qorachigʻiday saqlashimiz zarur.”[4.22]

Oʻzbek madaniyatining ajralmas tarkibiy qismlaridan biri bu ovqatlanish, taom bilan bogʻliq jarayonlardir. Qadimdan ota-bobolarimiz qarindosh urugʻlar bilan yigʻilib, bir payola choy ustida yengil tanovul qilib, dildan suhbat qurishni afzal koʻrishgan. Soʻnggi vaqtlarda kafe va restoranlarga “GAP”, “AKA-UKA MILLIY TAOMLARI” [1], “OPA-SINGILLAR BALIQ MARKAZI” [2], “OILA”[3] kabi nomlarning tanlanishi milliy va madaniy qadriyatlarimizga asoslanadi.

Toshkent shahrida umumiy ovqatlanish obyektlariga berilgan nomlar ichida “CHIROQCHI JIZ”, “GʻIJDUVON KABOBLARI”, “OLOT SOMSA” kabi nomlar uchraydi. Mazkur nomlar oshxona, kafe kabi ovqatlanish obyektlarida taomlarning shu shahar aholisi taomnomasi boʻyicha tayyorlanishini anglatadi. Agar muayyan hududlarda tayyorlanadigan taom turlari xalq orasida xush koʻrib tanovvul qilinadigan boʻlsa, shu hudud nomi ishtirokida hosil qilingan nom isteʼmolchini koʻproq oʻziga jalb eta oladi.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, Joy nomlariga, shuningdek ovqatlanish shahobchalariga aynan milliy nomlarni tanlash maqsadga muvofiq. Balandparvoz xorijiy soʻzlarning oʻz tilimizda ham muqobil variantlarini topish va obyektlarni nomlash avvalo oʻz tilimizga hurmat belgisidir. Shuningdek, nomlash texnologiyasi qoidalriga ham amal qilgan boʻlamiz.

Oʻzbekistondagi umumiy ovqatlanish tizimida faoliyat yuritayotgan restoranlar nomlarini tahlil qilish natijasida quyidagi xulosaga keldik: restoran nomi uning interyeri va dizayniga hamohang boʻlishi lozim; restoran nomi va taomnomasi uygʻunligini saqlash restoran imidjini taʼminlaydi; restoranni nomlashda glyuttonik pragmatonimlarning xususiyatlarini oʻrganib, restoran faoliyati va yoʻnalishidan kelib chiqib nom tanlash maqsadga muvofiqdir.

ADABIYOTLAR

1. https://www.instagram.com/aka_uka_milliy_taomlari/
2. https://yandex.uz/maps/org/opa_singillar_baliq_markazi/140129789181/
3. <https://yandex.uz/maps/org/oila/92436903459/>
4. Saparniyozva M. Oʻzbek tili ergonimlarining struktur-semantik, lingvomadaniy va pragmatik tadqiqi: f.f.d. diss.-T. Toshdoʻtau, 2023y.
5. Begmatov E. Toponimlar imlosi muammolari. // Oʻzbek tili va adabiyoti, №3, 1996. – B. 26-30
6. Xudoyberganova DTashkilot, korxon va muassasa nomlarining izohli-tavsiyaviy lugʻati-T. Toshdoʻtau, 2021y
7. *Sh.M.Mirziyoyevning oʻzbek tiliga davlat tili maqomi berilganining 30 yilligiga bagʻishlangan tantanali marosimdagi nutqi* // <https://www.gazeta.uz/oz/2019/10/22/uzbek-language>
8. Saparniyozova M., Oʻrozov J. Oʻzbek tilida nom yaratishning milliy-madaniy xususiyatlari. – Toshkent: Ishonchli hamkor, 2021; Xudoyberganova D. Tashkilot, korxon va muassasa nomlarining izohli-tavsiyaviy lugʻati. – Toshkent: Ishonchli hamkor, 2021; Lutfullayeva D., Saparniyozova M., Davlatova R. Oʻzbek tilida nom yaratishning lingvistik-meʼyoriy asoslari. – Toshkent: Malik Print CO, 2022.
9. Одилова Г. Хусусий дискурслар лингвомаданий талқинининг назарияси ва амалиёти. Филол.фан.докт... (PhD) автореф. – Т., 2020.