



UDK: 811.512.133

Barchinoy BAYMATOVA,
TATU Qarshi filiali mustaqil tadqiqotchisi, TATU Qarshi filiali qoshidagi akademik litsey o'qituvchisi
E-mail: barchinoyxon1981@gmail.com

QarshiDU professori, f.f.d. (DSc) B.Bahriddinova taqrizi asosida

TILNING TARIXIY NOMLASH AN'ANASI VA UNGA MUNTAZAM VORISLIK MAS'ULIYATI

Аннотация

Maqola tilning tarixiy nomlash an'alariga bag'ishlangan. Unda globallashuv sharoitidagi intensiv madaniy ta'sirlar oqibatida tilga ehtimoliy tahdidlarning kuchayishi, shuningdek, tilning leksik zaxirasida o'z qatlam so'zlari va katta miqdordagi o'zlashma so'zlarning qarama-qarshiligi masalalari ochib berilgan. Bundan tashqari, tarixiy nomlash an'alarining ko'p asrlik jarayon ekani, xalqning asrlar davomida narsa-hodisalarni nomlashga topqirlik va zukkolik bilan yondashgani asoslangan. Shu bilan birgalikda, narsa-buyumlarga nom qo'yish xalq tilidagi so'zlar, xalq madaniyati va urf-odatlarini asosida shakllantirilgani tavsifiy metod asosida ochib berilgan. Natijada tildagi ko'p asrlik nomlash an'anasining bardavom bo'lishi, unga nisbatan barqaror mas'uliyat hissini chuqurroq shakllantirish yuzasidan o'ziga xos g'oyalarni ishlab chiqilgan va aniq xulosalarga kelingan.

Kalit so'zlar: Nom, so'z, til, nomlash, o'zbek, lug'at, milliy, xalq.

ТРАДИЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО ИМЕНОВАНИЯ В ЯЗЫКЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ЕГО РЕГУЛЯРНОЕ НАСЛЕДСТВО

Аннотация

Статья посвящена историческим традициям именования языка. Выявляются возможные угрозы языку в результате интенсивных культурных влияний в условиях глобализации, а также контрастность слов собственного слоя и большого количества заимствованных слов в лексическом резерве языка. Кроме того, поясняется, что исторические традиции именования представляют собой многовековой процесс и что на протяжении веков люди использовали находчивость и изобретательность для обозначения вещей. При этом на основе описательного метода выявлено, что наименование вещей формируется на основе слов национального языка, национальной культуры и обычаев. В результате были разработаны конкретные идеи и сделаны четкие выводы относительно продолжения многовековой традиции именования в языке, более глубокого формирования чувства устойчивой ответственности за нее.

Ключевые слова: Имя, слово, язык, именование, узбекский, словарь, национальный, нация.

THE TRADITION OF HISTORICAL NAMING IN LANGUAGE AND THE RESPONSIBILITY OF REGULAR SUCCESSION

Annotation

The article is devoted to the historical traditions of naming the language. Possible threats to the language as a result of intense cultural influences in the context of globalization are identified, as well as the contrast between words of its own layer and a large number of borrowed words in the lexical reserve of the language. It is also explained that historical naming traditions are a centuries-old process and that throughout the centuries people have used resourcefulness and ingenuity to name things. At the same time, based on the descriptive method, it was revealed that the names of things are formed on the basis of words of the national language, national culture and customs. As a result, specific ideas were developed and clear conclusions were made regarding the continuation of the centuries-old tradition of naming in the language, a deeper formation of a sense of sustainable responsibility for it.

Key words: Name, word, language, naming, Uzbek, dictionary, national, nation.

Kirish. O'zbek xalqi, o'zga millat vakillari singari, azaldan kishilik jamiyati ongida paydo bo'layotgan tushunchalarni o'z davri talabiga ko'ra turkiy, o'rni bilan arabiy, forsiy yoki ularning omixta holdagi so'zlar asosida nomlab kelgan. Bu uzoq davrli evolyutsion jarayon bo'lib, xalqning o'zi o'z tili lug'at zaxirasidagi birliklardan istifoda etib, topqirligi va zakiyligini namoyon eta olgan. Ular bir tushunchaga turli hududlardagi sharoitlariga muvofiq rang-barang nomlar bera olgan. Paydo bo'lgan bunday yangi so'zlar xalq orasida parallel holatda bo'lsa ham, yashab kelgan. Ulardan munosiblari va raqobatbardoshlarigina tilda uzoqroq qolish va dominanta rolini bajarishga intilgan. Muhimi, bunday so'zlarning nomi o'zi ifodalayotgan tushunchaga motivlangan bo'lgani sabab ham xalqning uni tushunish va qabul qilish jarayoni oson kechgan. Demak, til shunday hodisaki, uni yaratuvchisi bo'lgan xalq kishilik ongida paydo bo'layotgan yangi tushunchalarga o'zida nom topish uchun harakatda bo'lar ekan, tildagi bunday nomlash an'anasining uzoq o'tmishi mavjudligi, uning tarixiy ildizlari til paydo bo'lgandan beri bardavom etib kelayotgani anglatadi, deyish mumkin.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Har qanday tilda ham nomlash jarayoni, avvalo, o'sha tilning milliy manfaatlari, o'z qatlamli birliklariga tayanilishi hisobga olinadi. O.Shukurov tilda

“nomlash jarayoni boshqa til madaniyati modellarining ko'r-ko'rona ko'chirilishi hisobiga bo'lmasligi kerak. Bu o'rinda turfa madaniyatli nomlash modellarining boy tajribasi hisobga olinib, o'zbek tilining ontologik xususiyati va milliy mentaliteti manfaatlariga tayangan holda ish tutilishi lozim”ligini ta'kidlaydi[1]. Huquqiy jihatdan olib qaraganda, kompaniya yoki mahsulotga nom tanlash erkin jarayon bo'lib, u tadbirkorning xohish-irodasiga asoslangan bo'lishi tabiiy. Biroq bu o'rinda shuni ham unutmash kerakki, tilning millatga tegishli qadriyat ekani va ana shu qadriyat manfaatidan kelib chiqilsa, tanlanadigan nomlarda o'ziga xos o'ziga xos mezonlar mavjud bo'lishi ham o'rtaga chiqadi. Ta'kidlanganidek, “nom ishlab chiqarish, savdosotiq obyekt, mahsulot, uning markasi (brendi) haqidagi eng muhim ma'lumotlarni aks ettirishi, xalqning umummilliy madaniy qarashlari, an'analari, mentaliteti, dunyoqarashi, psixologiyasiga zid kelmasligi shart”[2].

Brendlarni milliy lashtirish uchun nafaqat filologlar va tadbirkorlar, balki boshqa soha vakillarida ham mas'uliyat hissi bo'lishi kerak. Zeroki, “Internet ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda milliy brendlar soni 65 ta ... bu ko'rsatkich Rossiyada 19835 ta, Ukrainada 5478 ta, Qozog'istonda 170 ta, Qirg'izistonda 53 tani tashkil qiladi. “O'zbekiston” milliy brendi jahonda 49-o'rinda turadi”[3].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida tavsifiy, sotsiologik tadqiq metodlari, ayniqsa, kuzatish, analiz, sintez, komponent tahlil usullari qo'l keladi. Bugungi kundagi globallashuv va xalqlar orasidagi madaniyatlar rang-baranglashuvi tildagi an'analarga ham o'zining haminqadar ta'sirini ko'rsata boshladi. Dunyo hamjamiyati orqali tilimizda paydo bo'layotgan yangi yoki eski tushunchalarni to'g'ridan-to'g'ri o'zga til so'zlari, unsurlari orqali nomlash avj oldi. Natijada tilning tarixiy ildizlari, uning nomlash an'anasidan uzoqlashish jarayoni boshlandi. Buning eng muhim sabablaridan biri sifatida global tarmoq hisoblangan Internet fenomeni bo'lib, bu orqali faoliyat yuritadigan ijtimoiy tarmoq va messengerlar kishilik ongiga jadal ta'sir o'tkazuvchi omilga aylanib ulgurdi. Umuman olganda, bu jarayon til o'zida saqlab kelayotgan ko'p asrlik nomlash an'analardagi ayrim rishtalarining uzilishiga, uning tarixiy ildizlari darz ketishiga yo'l ochib beryapti.

Til o'ziga xos ijtimoiy hodisaki, uni yaratuvchisi bo'lgan xalq unda paydo bo'layotgan yangi tushunchalarga o'zida nom topish uchun muntazam harakatda bo'lib kelgan. Tildagi bunday nomlash an'anasining uzoq o'tmishi mavjud bo'lib, uning tarixiy ildizlari til paydo bo'lgandan beri bardavom bo'lib kelayotganini taxmin qilish qiyin emas.

Tildagi nomlash, yaratish, ijod qilish an'anasi har bir tilga xos nozik xususiyat bo'lib, tilni meros qilib olgan xalq va jamiyat vakillariga uni nafis xilqat sifatida idrok etadi va uni asrab-avaylash, undan to'g'ri va unumli foydalanishga mas'ul hisoblanadi.

Tahlil va natijalar. Tilda nomlash an'anasi tarixi haqida so'z ketar ekan, M.Koshg'ariyning "Devonu lug'otit-turk", Yusuf Xos Hojibning "Qutadg'u bilik", A.Navoiyning "Muhokamat ul-lug'atayn" kabi asarlardagi tiyran mantiqli misollar uning nechog'liq ahamiyatga ega ekanini urg'ulaydi.

"Qutadg'u bilik" dostoniga mutaxassislar tomonidan adabiyotimiz tarixidagi odob-axloq, pand-nasihati, ta'lim-tarbiya mavzusiga asoslangan original badiiy asar sifatida baho berilgan va ilmiy jihatdan o'rganilgan. Bu asar nomidagi so'zlar sof turkiy: "qut" – baxt hamda "bilik" esa bilim ma'nosini anglatadi. Asardagi to'rt nafar asosiy qahramonning ismlari ham ramziylikka ega turkiy nomlar:

Kuntug'di – "chiqqan quyosh" yoki "yangi kun", asardagi hukmdor, adolat ramzi;

Oyto'ldi – "to'lgan oy, asardagi vazir, davlat ramzi;

O'gdulmish – "aqlga to'lgan", vazirning o'g'li (keyinchalik vazir), aql ramzi;

O'zg'urmish – "uyg'ongan", asardagi zohid, qanoat va ofiyat ramzi.

Mazkur doston yaratilgan davr – XI asrga qadar ham turkiy tilda bu kabi pand-nasihati tipidagi dostonlar yozilgan bo'lishi tabiiy hol, deb tushunish kerak. Afsuski, ular bizgacha yetib kelmagan. Shuni ahamiyatliki, asar yozilgan davrda ham tilimizda forscha, arabcha, so'zlarning o'rni ahamiyatli bo'lgan, biroq asar muallifi milliy nomlarni o'z mahorati bilan ramziylik asosida ideal darajaga ko'tara olgan.

Xalqimizning atrofida narsa-hodisalarga nom berish san'ati o'ta daqiq. Deylik, hayvonlarni nomlash uchun ularning yoshi, rang-tusi, mavjud hududdagi faoliyatiga ko'ra ish bajarish qobiliyati va ko'plab jihatlarni hisobga olgan. Turkigo'y va forsigo'y nutqidagi so'zlar muqoyasa etilgan "Muhokamat ul-lug'atayn" asarida forsigo'ylarning "Va otning yoshin dag'i ko'prakin turkcha ayturlar. Bir qulunni "kurra" derlar. O'zga: toy va g'o'nan va do'nan va tulan va chirg'a va lang'a deguncha fasihroqlari turkcha derlar va ko'pragi muni ham bilmaslar"[4], – deya keltiriladi. Shuningdek, yana asarda forsigo'ylar ot-ulovni yurish, undash, tezlatish uchun ishlatiladigan qamchini "tozyona" deyishi, ammo buldurg'asin va chubchurg'asin turkcha nomlashi ham aytilgan.

Nom qo'yishda xalq nihoyatda topqir va zukko. Uning bunday donoligi, ayniqsa, tildagi narsa-buyum, belgi kabilarni nomlashda yaqqol ko'zga tashlanadi. Uy-ro'zg'or anjomi yoki qurilishda ustalar nutqida faol ishlatiladigan "ombur" so'zi (forschadan kirib kelgan dublet juftak) xalq tilida soddagina kampirroviz (kampirrog'iz – kampirning og'zi) shaklida ishlatilsa, kampirchopon – tanasi burishgan qovun navi, echkisoqol – o't turi

kabilar xalqning nomlashdagi zakiyligini ifoda etadi. Bunday misollarni uzoq davom ettirish mumkin.

Z.Xolmanova "Boburnoma" leksikasini maxsus tadqiq qilingan. Uning o'rganishlariga ko'ra, asarda jami 14728 so'z qo'llangan. Shundan 8967 ta turkiy so'z, 2488 tasi fors-tojikcha, shuningdek, 2753 tasi arabcha so'z. Bundan tashqari, 400 dan ortiq hindcha, 70 ga yaqin mo'g'ulcha, 50 ga yaqin yana boshqa til so'zlari ishlatilgan. Olimaning ko'rsatishicha, memuar asarda ishlatilgan jami so'zlarning 60 foizi – turkiy, qolgan 39 foizi esa o'zlashma so'z. "Shayboniyoma" asarida jami ishlatilgan so'zlardan 32 foizigina turkiy so'z ekani aniqlangan[5].

Har qanday jamiyat vakillari uchun borliq va unda shu kecha-kunduzda kechayotgan jarayonlar haqida aniq axborot olish va uning xolisligini tekshirish muhim hisoblanadi. Buning uchun har qanday til egalari bugungi kuni davriga mos qulayliklaridan o'rinni foydalanishlari, yuqori texnologiyalarga asoslangan qurilmalar orqali dunyoni kuzatishga intilishlari tabiiy holdir. Bundan tashqari, globallashgan Internet tarmog'idan informatsiya olish, uzatish va munosabat bildirish engil va ziddiyatli tusga kirayotgani holda axborotning tildan tilga uzatilishida retsipientlarning o'z maqsad-manfaatlaridan kelib chiqib, so'zlarni rang-barang talqin qilish imkoniyati mavjudligi ham muhokamali masalaga aylanmoqda.

Uzatilayotgan axborotlar ijtimoiy tarmoqlardan o'zga tarmoqlarga tez va qisqa fursatlarda ko'char ekan, shu asnda so'zlarning tildan tilga to'g'ridan to'g'ri o'tishi jarayoni ham tezlashib bormoqda. Natijada begona til so'zlarining yangi tilga o'tishida milliy til tabiatining manfaati hisobga olinmayapti. Aniqroq aytganda, o'zlashayotgan so'zga tildagi munosib muqobillarini izlash, kalkalash usuli, tilda mavjud so'zlarga yangi ma'no yuklash – polisemiya hodisasi, tilning ichki imkoniyati asosida yangi so'z yasash imkoniyati kabi omillar chetda qolyapti.

To'g'ri, yangi bir so'zning ijtimoiy tarmoq, messengerlar va undagi faollar tilida ko'chib yurgani bu so'zlarning leksikaga munosib o'rmasdi, degani emas. Lekin ularning ta'siri millionlab insonlar ongiga chuqur kirib boradi, ularning tarmoqdan tarmoqqa takrorlanishi esa bu insonlar uchun shu so'zlar qabul qilish ko'nikmasini shakllantiradi. Afsuski, ijtimoiy tarmoq faollari tomonidan axborotlarni uzatishda chellenj sifatida qabul qilinayotgan yangi so'zlarning xalq orasida ommalashish ta'siri yuqori bo'lyapti. Aniqroq aytganda, ko'p sonli tarmoq kuzatuvchilarining bu kabi yot so'zlarni ko'r-ko'rona qabul qilishga ko'niktirib qo'yayotgani, til egalari saviyasining kundan kunga pasayishi uchun xizmat qilayotgani ham ayni haqiqatdir. Bu hodisa blogerlarning ma'lumot uzatishlari uchun qulay engillik yaratsa-da, biroq til manfaati uchun kelajakdagi murakkab muammo va xavflarni paydo qilish ehtimoli yuqori hisoblanadi. Bugungi kun yangi o'zlashmalari "O'zbek tili izohli lug'ati"ga nutqdagi ishlatilish ko'lamidan kelib chiqib kiritilmasligi mumkin. Shunday bo'lsa-da, bu lug'atda "... G'arbiy Yevropa tillaridan o'zlashtirilgan so'zlar soni 2828 so'zni tashkil qiladi"[6].

Tilshunos olim N.Mahmudov tilda o'zlashma so'zlar me'yori va milliylik masalasini ko'tarar ekan, "Bundan 130 yil ilgari mashhur olmon tilshunosi Herman Paul o'zining "Til tarixi tamoyillari" kitobida geografik nomlar va atoqli otlar, shuningdek, xoriydan olib kelinayotgan tovarlar nomlari eng ko'p o'zlashtiriladigan so'zlar bo'lishini"[7] ta'kidlaydi. Albatta, buning isboti bugungi kun har qanday til leksik zaxirasini taftish qilishda osonlik bilan namoyon bo'lishi tabiiy hol.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 16-martdagi "Savdo, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish obyektlariga nom berishni takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 144-son Qaroriga muvofiq "... davlat tili qoida va me'yorlariga muvofiq keladigan, milliy qadriyatlariga mos hamda obyektlarga qo'yish tavsiya etiladigan nomlar zaxirasini onlayn rejimida shakllantirish hamda uni doimiy yangilab borish"[8] talabi ham kun tartibidagi dolzarb masalalardan biridir.

Lug'at boyligimizda paydo bo'layotgan yangi birliklar orasida toponimlarning o'rni ham salmoqli. N.Isakova ta'kidlaganidek, "...yangi aholi paydo bo'lganda, yangi mikrotoponimlar paydo bo'ladi, bular onimneologizmlardir"[9;75].

Sog'lom raqobatga asoslangan bozor iqtisodiyoti sharoitida kompaniya yoki mahsulotga nom tanlash yoki ularni tartibga solish muhim masala bo'lib, bu jarayon marketologiyada tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar yoki yuridik shaxslar tomonidan uzoq muhokamalarda bo'ladi.

Ma'lumki, tadbirkorlik bilan endigina shug'ullanishni boshlayotgan shaxslar kompaniya yoki mahsulotlarga nom tanlashda ayrim qiyinchiliklarga duch kelishi tabiiy. Ularning nazarida go'yo obyekt uchun leksikadagi nomlar allaqachon tanlab bo'lingan, yangi nomlar uchun esa tilda munosib muqobil birliklar topilmay qolganday tasavvur paydo bo'ladi. Biroq muayyan mahsulot yoki kompaniyani tanilishi uchun jarangdor nomning o'ziga etarli bo'lmaydi. Avvalo, yangi mahsulot va kompaniyani tanitish uchun tanlanadigan munosib nom maqsadga erishish uchun tashlangan birinchi qadami hisoblanadi. Bu pog'onaviylikka asoslangan uzoq jarayon bo'lib, ishning keyingi bosqichlari muvaffaqiyatli amalga oshmasa, ko'zlangan nom ommaning nazaridan bir "ruhsiz kalima" sifatida e'tiborsiz qolaveradi.

Kompaniya yoki mahsulotga munosib nom tanlashning muhimligini tadbirkor va ommaga tushuntirish zarur hisoblanadi. To'g'ri nom tanlashga doir umumiy va tavsiyaviy qoidalar mavjud bo'lib, ular mahsulot nomining sifati va kuchini baholashning yaxshi mezonlari hisoblanadi. Bunday tavsiyaviy qoidalar qatoriga tanlanadigan nomning: "noyobligi; jozibadorlik; yengil talaffuz; to'g'ri talaffuz; oson yodda qolishlik; yorqinlik darajasi; bozorga monandlik; narx kategoriyasiga moslik; tasavvur va o'xshatish"[10] kabi mezonlari ahamiyatli hisoblanadi.

Albatta, ishning keyingi bosqichlarida nimalar muhim bo'ladi, degan savol paydo bo'lishi tabiiy. Nom orqali tanilishi nazarda tutilgan mahsulot yoki kompaniyaning mashhur brenda

aylanishi uchun mahsulot yoki xizmatni oliy sifat darajasiga olib chiqish, uning bozorgiriligini ta'minlash, xaridorlarni muntazam o'rgatib borish, obyekt haqida iliq tasavvur paydo qilish uchun mushtariylar bop rang-barang yondashuvli reklamalar yaratish, sog'lom raqobat jarayoniga mos strategiyalar ishlab chiqish, mahsulot yoki xizmat turini dunyo standartlariga moslashtirib borish va hokazolar talab etiladi. Agar bu jarayon ketma-ketlikda va rejali amalga oshirilgan ekan, maqsad sari tanlangan nom, u qaysi so'z turkumi bo'lishdan qat'i nazar, xaridorlar uchun "ohang bo'nom"ga aylanadi. Hattoki ko'zlangan neym nafaqat ot, balki sifat yoki boshqa turkumdan tanlab olingan bo'lsa ham, uning jozibas oshsa, oshadiki, kamaymaydi.

Xulosa va takliflar. Nom tanlash o'ziga xos murakkab jarayondir. "Geografik obyektlarning nomlari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonunida geografik obyektlarning nomlariga doir talablar qatorida "Geografik obyektlarga nom berish va ularning nomlarini o'zgartirishda mahalliy aholining fikrini hisobga olish"[11] moddasi ham mavjud. Ayniqsa, tarixiy joy nomlariga ehtiyotkorona munosabatda bo'lish, ularni imkon qadar asrab-avaylash muhim hisoblanadi.

Xullas, nom tanlashda leksikadagi uzoq tarixiy jarayon bosqichlaridan o'tib, sayqallanib kelayotgan zaxira so'zlarimizni chetga surib qo'yib, tilimizga o'zlashib ulgurmagani xorijiy so'zlarga ko'proq murojaat qilar ekanmiz, tilning o'zida nomlash an'anasi va uning tarixiy ildizlariga darz keta boshlaydi. Natijada o'zbek tilini maishiy til darajasiga tushirib qo'yish ehtimoli yuqori bo'ladi. Shunga ko'ra, tilning uzoq tarixiy nomlash an'anasini davom ettirish va unga barqaror vorislik mas'uliyati asosida avlodlarni tarbiyalash hamda shakllantirib borish o'zbek millatiga mansub barcha til egalari uchun muhim vazifasi hisoblanadi.

ADABIYOTLAR

1. Шукуров О. Ўзбек тили замонавий ўзлашмаларининг эволюцияси, трансформацияси ва лексикографик талқини масалалари (муस्ताқиллик даври): филол. фан. доктори (DSc) ... дисс. – Қарши: 2022. – 255 б.
2. Navoiy Alisher. To'la asarlar to'plami. 10 jildlik. 10-jild. Muhokamat ul-lug'atayn. – T.: G'afur G'ulom, 2013. – 692 б.
3. Холманова З. "Бобурнома" лексикаси. – Тошкент: Фан, 2007. – 176 б.
4. Давлятова Э. Муस्ताқиллик даври ўзбек тилидаги Ғарбий Европа ўзлашмаларнинг маданиятлараро тадқиқи: филол. фан. бўйича фалсафа доктори (PhD) ... дисс. автореф. – Термиз: 2021. – 58 б.
5. Махмудов Н. Ўзбек тилида ўзлашма сўзлар: меъёр ва миллийлик // Ўзбек тили ва адабиёти. 2010. 6-сон. –Б. 3-10.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 144-сон "Савдо, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш объектига ном беришни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори. 16.03.2021. <https://lex.uz/ru/docs/5334047>
7. Исакова Н. Муस्ताқиллик йилларида ўзбек тилига кириб келган хорижий сўзларнинг таркибий-мазмуний таҳлили ("Халқ сўзи" газетаси материаллари асосида): Филол. фан. бўйича фалс. докт. (PhD) ... дисс. – Самарқанд: 2020. – 143 б.
8. Лутфуллаева Д., Сапарниязова М. Номлар тил меъёрларига мос бўлсин // Халқ сўзи, 2019 йил 22 октябрь. –Б. 4: № 218 (7748).
9. Madiyeva M. Brendlarning nominativ funksiyasi va lingvomadaniy aspekti: filol. fan. bo'yicha falsafa doktori (PhD) ... diss. avtoref. – Qo'qon: 2023. – 59 b.
10. https://www.norma.uz/bizning_sharhlar/kompaniya_eki_mahsulotga_nom_qanday_tanlanadi
11. O'zbekiston Respublikasining "Geografik obyektlarning nomlari to'g'risida"gi Qonuni. 2011-yil 26-avgust. <https://lex.uz/acts/1881472>