



MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI
O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI
JIZZAX FILIALI



KOMPYUTER ILMLARI VA MUHANDISLIK TEXNOLOGIYALARI

XALQARO ILMIY-TEXNIK
ANJUMAN MATERIALLARI

TO'PLAMI
2-QISM



26-27-SENTABR
2025-YIL



Google
Scholar

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI O‘ZBEKISTON MILLIY
UNIVERSITETINING JIZZAX FILIALI**



**KOMPYUTER ILMLARI VA MUHANDISLIK
TEXNOLOGIYALARI**

mavzusidagi Xalqaro ilmiy-texnik anjuman materiallari to‘plami
(2025-yil 26-27-sentabr)
2-QISM

JIZZAX-2025

Kompyuter ilmlari va muhandislik texnologiyalari. Xalqaro ilmiy-texnik anjuman materiallari to'plami – Jizzax: O'zMU Jizzax filiali, 2025-yil 26-27-sentabr. 368-bet.

Xalqaro miqyosidagi ilmiy-texnik anjuman materiallarida zamonaviy kompyuter ilmlari va muhandislik texnologiyalari sohasidagi innovatsion tadqiqotlar aks etgan.

Globalashuv sharoitida davlatimizni yanada barqaror va jadal sur'atlar bilan rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar samarasini yaxshilash sohasidagi ilmiy-tadqiqot ishlariga alohida e'tibor qaratilgan. Zero iqtisodiyotning, ijtimoiy sohalarini qamrab olgan modernizatsiya jarayonlari, hayotning barcha sohalarini liberallashtirishni talab qilmoqda.

Ushbu ilmiy ma'ruza tezlari to'plamida mamlakatimiz va xorijlik turli yo'nalishlarda faoliyat olib borayotgan mutaxassislar, olimlar, professor-o'qituvchilar, ilmiy tadqiqot institutlari va markazlarining ilmiy xodimlari, tadqiqotchilari, magistr va talabalarning ilmiy-tadqiqot ishlari natijalari mujassamlashgan.

Mas'ul muharrirlar: DSc.prof. Turakulov O.X., t.f.n., dots. Baboyev A.M.

Tahrir hay'ati a'zolari: p.f.d.(DSc), prof. Turakulov O.X., t.f.n., dots. Baboyev A.M., t.f.f.d.(PhD), prof. Abduraxmanov R.A., p.f.f.d.(PhD) Eshankulov B.S., p.f.n., dots. Alimov N.N., p.f.f.d.(PhD), dots. Alibayev S.X., t.f.f.d.(PhD), dots. Abdumalikov A.A, p.f.f.d.(PhD) Hafizov E.A., f.f.f.d.(PhD), dots. Sindorov L.K., t.f.f.d.(PhD), dots. Nasirov B.U., b.f.f.d. (PhD) O'ralov A.I., p.f.n., dots. Aliqulov S.T., t.f.f.d.(PhD) Kuvandikov J.T., i.f.n., dots. Tsoy M.P., Sharipova S.F., Jo'rayev M.M.

Mazkur to'plamga kiritilgan ma'ruza tezlilarining mazmuni, undagi statistik ma'lumotlar va me'yoriy hujjatlarning to'g'riligi hamda tanqidiy fikr-mulohazalar, keltirilgan takliflarga mualliflarning o'zlari mas'uldirlar.

Xulosa o'rnida shuni aytish joizki, yozuvchi Normurod Norqobilov arloni bo'ri Cho'ngkalla va Salom merganning o'y-mushohadalari orqali insoniyatda tobora kamayib borayotgan ba'zi bir xislatlarni bir-biriga bo'lgan mehr-muhabbat, jonkuyarlik, o'zaro ishonch, odamiylik, samimiyluk, insofililik kabi qator umuminsoniy xislatlar va shu bilan birga tabiatni asrab-avaylash, uni muhofaza qilish, nabobat olamiga mehr qo'yish hamda uning oldidagi burch va mas'uliyatni yo'qotmaslik kabi g'oyalarni ilgari suradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. To'ychiev A. O'zbek romanlarida makon va zamon. –T.: “Mumtoz so'z”, 2009. – 152 b.
2. Норқобилов Н. Овул оралаган бўри. Қаранг: Овул оралаган бўри. Қиссалар. –Т., “Шарқ”, 2005. 8-бет.
3. Norqobilov N. Bo'ron qo'pqon un. Qissa va hikoyalar. – T.: Sharq, 2007. – 304 b.

ERGONIMLARNING PAYDO BO'LISHI VA RIVOJLANISHI

Salohiddinova Muborak Baxtiyor qizi

Jizzax davlat pedagogika universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada onomastikaning bir bo'lagi bo'lgan ergonimlar, ularning paydo bo'lishi va rivojlanishi kelib chiqishi, ergonimlar qay tariqa tanlanishi zamonaviy tilshunoslikdagi o'rni va boshqa tushunchalardan farqi, aloqadorlik jihatlari haqida ma'lumotlar keltirilgan.

Kalit so'zlar: ergonim, neyming, brend, oykomodonim, ergourbonim, firmonim, restoronim, trofonim, ergoreklamonim, glyuttonik pragmatonimlar.

Bizga ma'lumki, o'zbek onomastikasida hali tadqiqini topmagan bir qator muammolardan biri tilshunoslikdagi ergonim tushunchasidir. Bizningcha, ergonim – jamiyat hayotida faoliyat olib borayotgan turli sohalaridagi korxona, tashkilot, uyushma, ta'lim muassasalari, firma, savdo va ishlab chiqarish obyektlari, maishiy xizmat ko'rsatish joylari nomlaridir.

N.V. Podolskayaning qayd etishicha, ergonim atamasi yunon tilidagi “ergov” – ish, faoliyat, mehnat, vazifa so'zidan olingan bo'lib, tijorat uyushmalari, turli birlashmalar, tashkilotlar, muassasalar, korporatsiyalar, korxonalar, jamiyatlarning atoqli nomlariga nisbatan ishlatiladi. Bunday ergonimlarga misol sifatida, Birlashgan Millatlar Tashkiloti (BMT), Xalqaro astronomik ittifoq (XAI), Fanlar akademiyasi (FA), Moskva davlat universiteti (MDU), Kichik teatr, “Pravda” kombinati, “Spartak” sport uyushmasi, “Moguchaya kuchka” musiqa to'garaklarini keltiradi.

A. M. Yemelyanova ergonimlar tarkibiga faqat turli funksional profildagi korxonalarning tegishli nomlari ya'ni, tijorat birlashmalari, korxonalar, madaniyat, sport obyektlarini kiritadi. Y. A. Trifonova esa ergonimlarga huquqiy maqomidan qat'iy nazar, har qanday tijorat obyektlariga tegishli atoqli nomlarni kiritadi va ular

orqali subyekt tomonidan qabul qiluvchiga sun'iy ravishda pragmatic ta'sir o'tkazish maqsad qilinishini ta'kidlaydi.

Ushbu tadqiqotda Jizzax viloyatida faoliyat yurituvchi korxona, tashkilotlar, ijodiy uyushmalar, ta'lim muassasalari, sport jamiyatlari, firma, sport obyektlari va mahsulot nomlariga nisbatan ergonim atamasi, ergonimlarni o'rganuvchi soha esa ergonimika atamasidan foydalaniladi.

Tilshunoslikda ergonimlar alohida tarmoq sifatida XX asrning 90- yillaridan tahlil qilina boshlandi. Jumladan, Alistanova ergonimlarning atoqli otlarning bir ko'rinishi sifatida quyidagi lingvistik xususiyatlarga ega egaligini bayon qildi: 1) alohida predmetlardan birini nomlashga xizmat qiladi va bir turdagi obyektni boshqalaridan ajratib ko'rsatadi: 2) ergonim odatda, asosdananglashilgan tushuncha bilan bevosita bog'liq bo'lmasligi mumkin: 3) ergonimlar onimlarning alohida bir turi sifatida boshqa atoqli otlar kabi Grammatik xususiyatlarga ega bo'lib, turli so'z turkumlari asosida hosil bo'ladi: sifat, fe'l, ravish, sifatdosh kabi.

Qator tadqiqotlarda ergonimlarni tasniflash masalasi ilgari surildi. Rus tilshunosligidagi ilmiy manbalarda ergonimlarning turlari sifatida quyidagi obyektlar nomlari alohida ajratib ko'rsatiladi:

1) oykomodonimlar – do'kon, firma, bank, turarjoy binolari peshtoqlaridagi nomlar (I. A. Astafyeva);

2) ergourbonimlar – ikkita denotatga ega, ya'ni tijorat tashkilotlari o'zi joylashgan hudud nomi bilan bog'liq lokal obyektlar nomlari (R. I. Kozlov);

3) NKP (название коммерческих предприятий) – (Yaloves- Konovalova);

4) firmonimlar - firma nomlari (O. Beley, V. Korshunova, T. Nikolaeva, Y. Ribak, A. Titarenko);

5) restoronimlar – restoran nomlari (Xoang Txi Xong Chang);

6) trofonimlar – umumiy ovqatlanish obyektlari nomlari (G.N.Starikova);

7) ergoreklamonim- reklama vazifasini ham bajaruvchi tijorat obyektlar nomlari (T.V. Vasileva);

8) glyuttonik pragmatonimlar va umumiy ovqatlanish korxonalari nomlari (G. Odilova).

Tilshunos olimlardan biri I.V. Kryukova ergonimlarni onomastik tizimdagi boshqa nomlar bilan birlashtirmoqchi bo'ladi va reklama nomi sifatida taklif qilingan birliklar sirasiga ergonimlardan tashqari, tovar belgilari nomlari (pragmatonimlar), ommaviy axborot vositalari nomlari (gemeronimlar), festival, kinkurs va konsert nomlari (geortonimlar), transport vositalari nomlari (poreyonimlar)ni kiritadi.

So'nggi yillarda marketologiya sohasida yangi neyming atamasi keng qo'llana boshladi. Neyming ingliz tilida "to name" (nomlash, nom berish) degan ma'noni anglatib XIX asr oxirlaridan marketologiya sohasida ishlatila boshladi va nom yaratishda fiydalaniladi. Marketologiyada tashkilot, korxona, tovar belgilari, ishlab chiqarish mahsulotlari uchun o'ziga xos esda qolarli nom yaratish – neymingdir. Aynan shu xususiyatiga ko'ra, ergonimlardan farq qiladi, ya'ni ergonimlar ijtimoiy – iqtisodiy, siyosiy, ma'naviy- ma'rifiy sohalarda faoliyat yurituvchi turli obyektlar va mahsulotlarning umumiy nomini anglatrsa, neyming brend tusiga kirgan nomlar amaliyotda shuhrat qozonish, raqobatbardosh nomlar yaratish va tijoriy maqsadlar uchun xizmat qiladi.

O'tgan asrdan boshlab dunyo iqtisodiyotida bozor raqobatining tobora kuchayib borishi ishlab chiqarish , savdo- sotiq obyektlari, mahsulotlarga nom berish, nomni dunyo brendi darajasiga ko'tarish masalasiga jiddiy yondoshuvlarni taqozo qila boshladi. Mana shu ehtiyoj neyning xizmatining yuzga kelishiga olib keldi va uni kasbiy faoliyat darajasiga ko'tardi. Neyning termini nomlash , nom berishga nisbatan ishlatilsa-da, ma'no doirasi , qo'llanish obyektiga ko'ra o'zbek tilidagi nom so'zidan farq qiladi. O'zbek tilidagi nom so'zi borliqdagi har qanday narsa – predmet , voqea-hodisa , belgi-harakat, miqdor kabilarga nisbatan ishlatiluvchi so'z bo'lsa, neyning faqat tashkilot , firmalar , ishlab chiqarish va savdo –sotiq obyektlari , mahsulotlar, ularning markasi (brendi) nomlarini qamrab oluvchi birlik ekanligi xarakterlidir. Bu termin zamonaviy marketologiyada aynan shu ishlatilmoqda va bugungi kunda ishlab chiqarish va savdo- sotiq obyektlari , mahsulotlarni nomlashning lingvistik jihatlarini o'rganuvchi faoliyat turiga nisbatan qo'llanmoqda.

Xulosa qilib aytganda, bizning fikrimizcha, ergonimika neyningga nisbatan ancha keng qamrovli tushuncha bo'lib , neyning terminini bemalol ergonimlarga kiritib , uning bir yo'nalishi sifatida o'rgansak , maqsadga muvofiq bo'ladi. O'zbek tilidagi ergonimlar nafaqat iqtisodiy faoliyatni ifodalashda , balki, milliy qadriyatlarni saqlashda, tarixiy va madaniy merosni targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Shu sababli ergonimlarni tahlil qilish tilshunoslik nuqtai nazaridan muhim ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Muyassar Saparniyozova “ O'zbek tili ergonimlarining struktur- semantik , lingvomadaniy va pragmatik tadqiqi” . avtoref. Toshkent - 2023
2. Alistanova F. Эргонимы современного русского языка как микросистема
Автореф дисс канд филол наук – Махачкала 2011- с 9
3. Lutfullayeva D, Saparniyozova M. O'zbek tilida nom yaratishning lingvistik asoslari // Ilm sarchashmalari. – Urganch , 2019. – N 11.- B – 55
4. Крюкова И. В. Рекламное имя, рождение, узуализация, восприятие. Учеб. Пособие.- Волгоград , 2004 . – С. 228

ZAMONAVIY JAMIYATDA IQTISODIY QADRIYATLAR VA OILA BARQARORLIGI

Ortiqov Olimjon Xamidovich

O'zbekiston Milliy universiteti Jizzax filiali

olimortiqov798@gmail.com

Annotatsiya: Zamonaviy oilalarda iqtisodiy qadriyatlar ijtimoiy mas'uliyatni tushunishga va amalga oshirishga yordam beradi. Oila a'zolari o'z jamiyatlariga yordam berish, ijtimoiy loyihalarda ishtirok etish va o'z atrofidagi muhitni yaxshilashga intilishadi. Mustaqil iqtisodiy holat oilada ijobiy muhitni shakllantiradi, bu esa ma'naviy qadriyatlarga e'tiborni oshiradi.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy qadriyatlar, oila byudjeti, iqtisodiy mustaqillik, oila farovonligi, jamiyat taraqqiyoti, oila va iqtisodiy mas'uliyat, iqtisodiy barqarorlik, oila