



QISQARTMA SO'ZLAR ASOSIDA HOSIL QILINGAN BREN NOMLARI

Dedamirzayeva Muxtaram Abdumutal qizi

Namangan viloyati, Namangan tumani

19-sonli maktab ona tili va adabiyot fani o'qituvchisi

Tel: +998882588797

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17089772>

Annotatsiya: Ushbu ilmiy ishda brend nomlarining tarkibiy tuzilishi, shu jumladan, so'zlarni qisqartirish yo'li bilan hosil qilingan brend nomlari va brendlarni tashkil qilgan so'zlarning ma'nosi haqida ma'lumot beriladi. Qoidalar misollar keltirish orqali izohlab o'tiladi.

Kalit so'zlar: brend, nom, kompaniya, savdo, mahsulot, qisqartma nom, antroponim, toponim, xizmat.

Аннотация: В данной научной работе представлена информация о структурной структуре названий брендов, в том числе о названиях, образованных путём сокращения слов, и о значении слов, составляющих бренды. Правила поясняются с помощью примеров.

Ключевые слова: бренд, имя, компания, торговля, продукт, аббревиатура, антропоним, топоним, услуга.

Abstract: This scientific work provides information on the structural structure of brand names, including brand names formed by shortening words and the meaning of the words that make up brands. The rules are explained by giving examples.

Keywords: brand, name, company, trade, product, abbreviation, anthroponym, toponym, service.

Nom yaratish jarayonida ishlab chiqarish, savdo obyektini yoki mahsulotga kishilarning nomlarini qo'yish hollari ko'p kuzatiladi. Bizningcha, bu kabi vaziyatlarda mahsulotning dunyo brendi darajasiga ko'tarilishida nomning o'zi yetarli bo'lmaydi. Nom mahsulotga tavsif berishi, uni namoyish qilishi, mahsulot va iste'molchi o'rtasida aloqa vositasi rolini bajarishi maqsadga muvofiq. Muvaffaqiyatli tanlangan har qanday nom iste'molchining diqqatini mahsulotga jalb eta oladi. brendlarni tuzilishiga ko'ra, ya'ni brend tarkibini tashkil qilgan asoslarning nechtaligiga ko'ra ham turlarga bo'lish mumkin. Ular bu jihatidan sodda so'zlar asosidagi brend nomlari, qo'shma so'zlar asosidagi brend nomlari, juft so'zlar asosidagi brendlar, takroriy so'zlar asosida hosil qilingan brend nomlari va qisqartma so'zlar asosida hosil qilingan brend nomlariga bo'linadi. Mazkur ilmiy ishda qisqartma so'zlar asosida tashkil qilingan brend nomlariga asosiy e'tibor qaratilgan.



Soʻzlarni qisqartirish orqali hosil qilingan brendlar. Soʻzlarni qisqartirish – nom yaratishning yana bir mashhur usuli hisoblanadi. Qisqartirishda koʻpincha mualliflarning familiyasi va familiyasi qismlari yoki harflari olinadi va soʻz birikmalarining harflari ham olinishi mumkin. Masalan: “UMS”, D&G, “IBM”, “HP” nomlari.

Qisqartmalar oʻtgan arsda juda tez-tez ishlatilgan va hozir ham koʻp ishlatilmoqda. Qisqartmalar asosida nom hosil qilishning quyidagi usullari bor:

1. Brend nomini ifodalovchi soʻzlarning bosh harflarini olish;
2. Brend tarkibidagi soʻz birikmalarining boʻgʻinlarini olish.

1. Brend nomini ifodalovchi soʻzlarning bosh harflarini olish.

JBL – hozirga qadar audiotexnika ishlab chiqaruvchi kompaniya asoschisi Jeyms Bullou Lensing nomi bilan ataladi. U aʼlo darajadagi muhandis boʻlgan.

BMW. Bayerische Motoren Werke – bunday uzun nomni logotipga joylashtirish imkonsiz, shuning uchun motor zavodining nomi BMW harflari ortiga yashiringan.

“Dolce va Gabbana Odatda tanilgan **D&G**, bu markaning mashhurligini tasvirlash uchun soʻz kerak emas. Bu italyan madaniyatining eng taniqli va kerakli brendidir. Bu brend ham erkaklar, ham ayollar uchun mahsulotlar ishlab chiqaradi va butun dunyoda koʻp miqdorda sotiladi. Liboslardagi matolarning sifati yuqoriligi bilan butun dunyo boʻylab tengsiz. D&G, 2013-yilda dunyodagi eng qimmat kiyim markalari hisoblanadi”[1].

IBM – International Business Machines (Biznes uchun xalqaro mashina) qisqartmasidan olingan.

NEC – 1983-yilda Nippon Electric Company soʻzlarining qisqartmasidan olingan.

Fikrimizcha, **HP** (Hewlett-Packard) – brend asoschilari familiyasidan olingani hech kimga sir boʻlmasa kerak. Brend asoschilari yoshliklaridan doʻst boʻlishgan va ular familiyalari yozilishi ketma-ketligini oddiygina tanga tashlash usuli bilan aniqlashgan.

KFC. KFC soʻzining maʼnosi “Kentucky Fried Chicken”, yaʼni “Kentuku Qovurilgan Joʻjalari” degan maʼnoni bildiradi va bu soʻz yuqoridagi birikmaning qisqartma variantidir. Kentuku AQShning shtatlaridan biri hisoblanadi. KFC fast food restoranlari tarmogʻining bosh ofisi Kentuku shtatining eng koʻrkam shaharlaridan biri boʻlmish Luisvilda joylashgan. Uning asoschisi polkovnik Xarland Sanders boʻlib, u 1929-1930 yillarda dunyo boʻylab davom etgan Ulkan Iqtisodiy Inqilob davrida ushbu restoranlar tarmogʻini yoʻlga qoʻygan.





H&M (Hennes & Mauritz) — shved kiyim-kechak chakana savdosi tarmog'i. Unga 1947-yilda Shvetsiyada Erling Persson ismli shaxs tomonidan asos solingan. U ayollar, erkaklar va bolalar uchun kiyim-kechak, shuningdek, uy-ro'zg'or buyumlarini sotadi. H&M Yevropaning eng yirik kiyim-kechak chakana sotuvchisi bo'lib, dunyodagi eng yirik kiyim-kechak sotuvchilaridan biri hisoblanadi.

CNN (Cable News Network) – Amerika yangiliklar telekanali bo'lib, dunyodagi birinchi 24/7 ishlaydigan yangiliklar telekanali hisoblanadi. U 1980-yilda Ted Turner tomonidan tashkil etilgan. Kanal butun dunyo bo'ylab yangiliklar, tahliliy dasturlar va intervyular bilan dasturlarni efirga uzatadi. CNN butun dunyoga tegishli bo'lib, Atlanta, Nyu-York va Londonda studiyalari mavjud.

LG eng mashhur kompaniyaning noodatiy nomlanishi ikki mahalliy brend – “Lucky” (Omadli) va “GoldStar” (Oltin Yulduz)larning bosh harfidan olingan.

Hozirgi kunda qisqartmalar kompaniya nomini sezilarli darajada qisqartirishi mumkin bo'lganligi uchun juda mashhur. Kelajakda qisqartma nomlar domen nom sifatida ham qo'llanilishi mumkin va bu, albatta, juda qulay bo'ladi. Bugungi kunda jahondagi ayrim kompaniyalar egalari atayin bir necha so'zdan iborat bo'lgan nomlarni tanlashadi, chunki ular uchun kompaniya nomining qisqartmasi muhim. Masalan, “**D&G**”, “**NEC**”, “**HP**”, “**JBL**”, “**LG**” singari qisqartma nomlar, ko'pchilikning fikricha, inson xotirasida oson saqlanib qoladi. “Shunday deyilsa-da, abbreviaturalarning ham o'ziga yarasha manfiy jihatlari bor ekanligini yodda tutish kerak. Qolaversa, abbreviaturalarning yodda qolishi oson ekanligi haqidagi fikrga ham to'liq qo'shilib bo'lmaydi. Misol uchun, “**AFQ**” – Ahmedov Farhod Qodirovich ekanligini kimdir yaxshi biladi, qolganlar uchun esa mazkur abbreviaturaning mazmuni qorong'u. Axir, odamlar ko'proq ism-shariflarni emas, timsollar, qandaydir ma'no anglatadigan so'zlarni yaxshi eslab qolishadi. Xususan, birgina “**IKEA**” brendini oladigan bo'lsak, **IKEA** — shved tilidagi biror ma'noni anglatadigan so'z emas. Kompaniya asoschisi Ingvara Kamprada (**IK**) ism-familiyasining bosh harflari, uning oilaviy fermasi Elmtaryd (**E**) va yaqinda joylashgan qishloq Agunnaryd (**A**)ning bosh harfidan iborat”[2].

2. Brend tarkibidagi so'z birikmalari bo'g'inlarini olish.

Yandex. Yandex izlash tizimi 1997-yil 23-sentabrda rasman tasdiqlangan bo'lib, «Yandeks» nomi «Yet another indexer» («yana bir indeksator») yoki «Tilga oid **iNDEX**» iboralarining qisqartmasidir.

“**3Com** — bu firma nomida matematik amal amalga oshirilgan, ya'ni “Computer Communication Compatibility Corporation” nomini olishgan va





so'zlarning bosh 3 ta harfini olib qolib, qolganlarini otib yuborishgan. Shundan so'ng bir xil so'z birikmalari hosil bo'lgan va ularning soni 3 ta edi"[3]

Instagram — bu so'zni to'g'ridan-to'g'ri tarjima qilib bo'lmaydi. U Instant – “bir zumda”, “lahzada” hamda Telegram – “telegramma” so'zlari qo'shilmasidan yasalgan.

Intel brendi bir qarashda izohlash shart bo'lmagan nomga o'xshab ko'rinadi. Aslida esa abbreviatura ortida Integrated Electronics so'zlari yashiringan.

Artel savdo belgisi – O'zbekistondagi eng yirik maishiy texnika va elektronika ishlab chiqaruvchi kompaniya. 2011-yilda o'z faoliyatini boshlagan va bugungi kunda ham maishiy texnika ishlab chiqarishda davom etmoqda. Kompaniya asoschisi Jahongir Ortiqxo'jayev. Artel nomi “Artikxodjayev” va “Elektronika” so'zlarining birinchi bo'g'inlarini olish asosida hosil qilingan.

Keng tarqalgan fikrlarga ko'ra, **Adidas** so'zi AllDay IDream About Sports ma'nolarini anglatadi. U “Men kuni bo'yi sport haqida orzu qilaman” deya tarjima qilinadi. Aslida esa Adidas so'zi brend asoschisi Adolf Dasslarning erkatalib Adi deb atalishidan olingan.

Dewal brendi Germaniyada yaratilgan va 1998-yilda Rossiyada ro'yxatdan o'tkazilgan. Mahsulotlarning dizayni va chiqarilishi Germaniya, Xitoy, Koreya, Tayvan, Italiya va boshqa davlatlarda amalga oshiriladi. Brend nomi nemischa Der Deutsche Wal so'zlaridan kelib chiqqan. Nemis sifati va detallargacha e'tibor, ijodkor masterlar uchun ajoyib mahsulotlar yaratish istagi birlashib, Dewal shiorida o'z aksini topdi. Barchasi sartarosh va stilistlarning ijodi uchun"[4].

Qisqartma so'zlar asosida hosil qilingan brend nomlarining bir necha afzalliklari va kamchiliklari mavjud:

Afzalliklar tomonlari quyidagilar:

1.Yodda qolishi oson va qisqa: qisqa bo'lgani sababli, iste'molchilar oson eslab qoladi.

2. Xalqaro auditoriya uchun qulay: uzun nomlarni har xil tillarga moslashtirish qiyin bo'lishi mumkin, qisqartmalar esa bu muammoni yengillashtiradi

3.Yuqori darajada professional va mahkam taassurot qoldiradi: ayniqsa uch harfli acronyms ko'pincha ishonchlilik va og'irlik tuyg'usi beradi

Kamchiliklari quyidagilar:

1. Avvaliga mazmunli emas: bosh harflar ko'pincha hech qanday lampochka chalmasdan, shunchaki harflar to'plami sifatida qabul qilinadi





2. Kontextga bog'liq ma'no: qisqartma faqat o'sha soha yoki segment ichida ishlatilsa foydali, aks holda tushunarsiz bo'lishi mumkin.

3. Brendni himoya qilish qiyin bo'ladi: harflar oddiyligicha qolsa, trademark (savdo belgisi) sifatida himoya qilish murakkab bo'ladi. Uning noyobligi kamayadi va boshqa brendlar bilan chalkashlik ehtimoli oshadi

Yuqoridagi fikrlardan shu anglashiladiki, nomlash bu juda og'ir va uzoq davom etadigan jarayondir. Ba'zan kompaniyalar oylar davomida o'z mahsulotlariga nom berishni ishlab chiqishadi va ba'zida deyarli mahsulot nomi tanlanadi. Mahsulot nomi kompaniyaning rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. Kuchli, yaxshi tanlangan nom kompaniyaga bozorga qaraganda tezroq rivojlanishga yordam beradi, maqsadli auditoriya ongida mahsulotning to'g'ri tasvirini yaratishga, joylashishni aniqlash strategiyasini osonroq yetkazishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. [https://makeup.uz/uz/brand/53/dewal-beauty](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Dolce+va+Gabbana+2.Saparniyazova M., O'rozov J. O'zbek tilida nom yaratishning milliy-madaniy xususiyatlari, T.: «Malik print co», 2021. – B. -47.2. Saparniyazova M., O'rozov J. O'zbek tilida nom yaratishning milliy-madaniy xususiyatlari, T.: «Malik print co», 2021. – B. -47.3. Qosimova M., Ergashxodjayeva Sh., Abduxalilova L., Muhitdinova U., Yuldashev M. Strategik marketing. O'quv qo'llanma. – T.: O'qituvchi, 2004. – B. -215.4. <a href=)
5. Saparniyazova M., O'rozov J. O'zbek tilida nom yaratishning milliy-madaniy xususiyatlari, T.: «Malik print co», 2021. – B. -47.
6. Лутфуллаева Д., Сапарниязова М. Нейминг: тилда ном яратиш технологияси. “SCOPUS” базасидаги журнал. November-December 2019. ISSN: 0193-4120 Page No. -4188.

